

## МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ “ОБРАЗУ ВРОГА” У СВІДОМОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦІВ ПІД ЧАС ВІДСІЧІ РОСІЙСЬКОЇ ЗБРОЙНОЇ АГРЕСІЇ

*Холох О. І.* кандидат філософських наук,  
провідний науковий співробітник  
Науково-дослідного центру гуманітарних  
проблем Збройних Сил України  
<https://orcid.org/0000-0001-6916-5450>

*Стаття присвячена розвитку науково-практичних знань щодо морально-психологічних аспектів війни, одним з яких є “образ ворога”, як складова суспільної свідомості учасників війни. Від його сформованості залежить готовність українських військовослужбовців знищувати ворога та належний морально-психологічний стан в цілому.*

*Результати дослідження полягають у визначенні маркерів “образу ворога” та логічних рівнів його сформованості, що виявляються в процесі комунікації. На основі моделі піраміди логічних рівнів Р. Ділтса розроблено інструментарій для формування “образу ворога” у свідомості українських військовослужбовців під час внутрішньо-комунікаційної роботи.*

**Ключові слова:** “образ ворога”; формування “образу ворога”; модель логічних рівнів Р. Ділтса; внутрішньо-комунікаційна робота у ЗС України.

**Вступ.** Триваюча збройна агресія росії проти України спричинила необхідність переосмислення місця і ролі соціально-психологічного явища “образу ворога” у свідомості військовослужбовців та українського населення під час війни. До початку російської військової агресії проблематика формування “образу ворога” досліджувалася переважним чином в дискурсі таких гуманітарних наук, як імагологія, історія, політологія, психологія, військова антропологія та опосередковано у філософських розвідках. Але з початком широкомасштабної збройної агресії росії проти України актуалізувалися дослідження з означеної проблематики не лише теоретичні, але й прикладні, що спрямовані на формування “образу ворога” у свідомості українських військовослужбовців. Бо від цього значною мірою залежить морально-психологічна готовність знищувати ворога в бою, згуртованість військових підрозділів та належний рівень морально-психологічного стану для виконання бойових завдань.

“Образ ворога” є дегуманізованим образом одного соціального суб’єкта, що існує у суспільній свідомості іншого соціального суб’єкта. Це соціально-психологічне явище стає складовою суспільної свідомості народів ворогуючих держав і виконує такі функції: формування морально-психологічної переваги над ворогом, подолання морально-етичних табу

щодо вбивства собі подібних (йдеться про символічне позбавлення ворога людських рис у суспільній свідомості та спрямування виникаючої агресії на фізичне знищення ворога), об’єднання суспільства у спільній боротьбі проти ворога.

Таким чином, проблематика формування “образу ворога” у свідомості військовослужбовців під час відсічі російської збройної агресії є актуальною. Вона потребує дослідження за допомогою методів та моделей гуманітарних наук, що дозволяють виявити в процесі комунікації наявність “образу ворога” та його логічний рівень сформованості у свідомості військовослужбовців, або його відсутність. До того ж необхідно розкрити особливості його формування в процесі комунікації у разі необхідності.

**Теоретичне підґрунтя.** Проблематика формування “образу ворога” досліджувалася в межах міждисциплінарного дискурсу гуманітарних наук. В контексті психологічних досліджень науковці з’ясовували психологічні причини ворожості людини у ставленні до інших. В межах теорії соціального навчання, високий чи низький рівень ворожості суспільства в цілому, вважається результатом соціалізації та соціального навчання індивідів (Бандура, 2000). У деяких теоріях явище ворожості розглядається як невід’ємна характеристика людини, що обумовлена

боротьбою за виживання, ресурси та владу (Андрощук, Олексієнко 2019). На думку К. Лоренца схильність людини до агресії закладена від природи (Lorenz, 2002). На межі психології та філософії досліджувалися соціально-психологічні механізми формування “образу ворога” з України російськими медіа під час російсько-української війни та перспективні механізми трансформації цього соціально-психологічного явища у суспільній свідомості росіян (Холох, Скрябін, 2023).

Конструювання “образу ворога” та його трансформації у суспільній свідомості осмислювалося в контексті філософських розвідок. Йдеться про бінарний спосіб людського мислення в якому образ “Ми” протиставляється образ іншого соціального суб’єкта, що усвідомлюється, як “Інші”, “Чужі”, або “вороги”. Тобто уявлення суспільної свідомості певного соціального суб’єкта про іншого соціального суб’єкта трансформуються від дружнього та нейтрального (Інші) до потенційно небезпечного (Чужі), або ворожого (вороги) і навпаки. Ці процеси в умовах інформаційного суспільства опосередковані засобами масової комунікації (Холох, 2022). “Образ ворога” також розглядався, як елемент формування української національної ідентичності (Kryvda, Storozhuk, 2020).

Важливий внесок в дослідження проблематики “образу ворога” здійснили історики. Вони виокремлювали загальні характеристики “образу ворога” та конкретні, що притаманні різним історичним контекстам. Розкривали його динаміку під час війни на яку впливають події на фронті, окупація та звільнення територій (Маєвський, 2015, 2019). Аналізували форми і засоби формування “образу ворога” в різних історичних контекстах (Гриневич, 2014). Українські науковці дослідили трансформацію дискурсу формування “образу ворога” часів Холодної війни в дискурс порозуміння та дружби між США та СРСР (Некрасова, 2011). В контексті історичних досліджень проблематики формування “образу ворога” було застосовано методологію нарративних шаблонів Дж. Верча, яка є методом реконструкції історично сформованих і постійно відтворюваних нарративів, що

ґрунтуються на історичній пам’яті народу (Котова, 2019). Метод нарративних шаблонів сприяє виявленню глибинних ментальних стереотипів та міфології певної національної спільноти, що необхідні для осмислення засад на яких формується “образ ворога” однією державою з іншої. В контексті історичної імагології – науки про формування образів та уявлень одного народу про іншого, було розкрито сутність і структуру “образу ворога” у суспільній свідомості та розроблено імагологічний метод дослідження для вивчення означеної проблематики (Сенявський, Сенявская, 2006).

Мовні аспекти формування “образу ворога” вивчалися українськими мовознавцями від початку російсько-української війни (Гнатюк, 2015; Кирилюк, 2020; Мацишина, 2022). Вони дійшли висновків, що лексичний склад “мови ворожнечі” росіян щодо України та українців в дискурсі російсько-української інформаційної війни значною мірою ґрунтується на етностереотипах (Гнатюк, 2015). Сама “мова ворожнечі” містить чимало образно-символічних мовних засобів виразності (метафори, метонімії, аналогії, синекдохи тощо), завдяки чому вона набуває маніпулятивних властивостей щодо формування суспільної думки в населення (Кирилюк, 2020). Міфологічні найменування ворогів, наприклад – *орки*, негативно впливають на сприйняття ворога українцями, бо позбавляють його справжньої суб’єктивності, натомість наділяють міфологічними рисами, що відірвані від реальності (Мацишина, 2022).

В контексті політологічних розвідок проаналізовано зміст “образу ворога”, який визначено оціночною характеристикою сформованою у суспільній свідомості, що містить: об’єктивну інформацію, суб’єктивні інтерпретації, емоційні компоненти, суспільні стереотипи, міфи та забобони суспільної свідомості. Формування певного “образу ворога” у суспільній свідомості соціального суб’єкта здійснюється засобами масової комунікації (Левченко, Ракчєєва, 2016).

В західному дискурсі гуманітарних наук проблематика формування “образу ворога” у суспільній свідомості досліджувалася у таких аспектах. Р. Madder, В. В. Fisher, S. Shpiro та інші дослідники аналізували як

американська, британська, ізраїльська та пакистанська розвідки збирають дані щодо потенційних противників та інтерпретують їх, на основі чого формується “образ ворога” з противника та як він впливає на подальшу політику їхніх держав (Madder, 2015). Н. Burgess розкрив руйнівний вплив сформованого “образу ворога” у свідомості різних груп населення однієї держави, а також між державами в умовах миру. Автор пропонує шляхи для подолання негативних стереотипів у суспільній свідомості населення та формування замість них позитивних, які об’єднують суспільство та країни (Burgess, 2003). Дослідниці М. G Bartoszewich та М. Pruckova проаналізували як Чеська та Естонська республіки формують “образ ворога” з росії у своїх безпекових дискурсах та як це впливає на їх політику. “Образ ворога”, який формується в умовах потенційно можливої війни в майбутньому, пов’язаний зі стратегією безпеки держав, що коливається від очікувань можливого прямого нападу значно сильнішого противника до його стримування чи умиротворення (Bartoszewich, Pruckova, 2023).

Модель логічних рівнів розроблена Р. Ділтсом у 1980 році дозволяє виявляти в процесі комунікації рівні переконань співрозмовника щодо якогось питання, сенс його діяльності, а також формувати необхідні переконання та впливати цим на його діяльність і свідомість. Цей інструмент також дозволяє визначати проблеми, що заважають формуванню певних переконань у співрозмовників, що впливають на їх діяльність. Разом із цим модель логічних рівнів Р. Ділтса надає рекомендації як вирішити проблеми, що виявляються на різних логічних рівнях комунікації у співрозмовників (Ділтс, 2004, Зеленін, 2015). Зазначений інструмент довів свою ефективність протягом багатьох років його використання в коучингу, бізнесі, маркетингу тощо. Утім він й досі не використовується в процесі внутрішньо-комунікативної роботи у Збройних Силах України, зокрема й для виявлення маркерів “образу ворога” під час комунікації у військовослужбовців в умовах відсічі російської збройної агресії та з метою його формування у разі необхідності.

**Мета дослідження** – визначення теоретико-методологічних засад виявлення

маркерів “образу ворога” під час комунікації у свідомості українських військовослужбовців. А також створення комунікативної моделі (на основі піраміди логічних рівнів Р. Ділтса) для формування “образу ворога” у свідомості українських військовослужбовців в процесі внутрішньо-комунікативної роботи у ЗС України.

**Методи дослідження.** Вибір методів дослідження обумовлений проблематикою та метою дослідження. Використано загальнонаукові теоретичні методи: аналіз, синтез, порівняння та узагальнення. А також спеціальний метод – модель логічних рівнів Р. Ділтса для визначення маркерів в комунікації та логічних рівнів сформованості “образу ворога” у свідомості українських військовослужбовців, а також для його формування у разі необхідності. Разом із цим застосовувався метод інтерпретації для виявлення смислу висловлювань військовослужбовців. Міждисциплінарний підхід дозволив об’єднати напрацювання цілої низки гуманітарних наук, а саме: філософії війни, соціальну психологію, соціальні комунікації та нейролінгвістичне програмування.

**Результати і обговорення.** Від сформованості “образу ворога” у свідомості українських військовослужбовців під час відсічі російської збройної агресії залежить успіх війни в морально-психологічному вимірі. Ставлення військовослужбовців до противника, як до “Іншого” або, як до “ворога” проявляється на когнітивному, афективному та поведінковому рівнях. “Образ ворога” формується в бінарному способі мислення людини, суть якого полягає у взаємовиключному протиставленні. Бінарна категоризація дійсності є одним із основних способів пояснення світу і мислення людини. В такому способі мислення “образу ворога” протиставляється “образ Своїх”, якому приписуються суто позитивні конотації, а “образу ворога” – виключно негативні. Маркери “образу ворога” проявляються в мові, оскільки мова і мислення розглядаються складові єдиної системи. Таким чином, мова військовослужбовців стає предметом аналізу стосовно наявності в їх свідомості “образу ворога”, а також логічного рівня його сформованості чи відсутності.

Для визначення рівня сформованості “образу ворога” у свідомості військовослужбовців нами розроблено основні критерії оцінки показників на основі піраміди логічних рівнів Р. Ділтса (Зеленін, 2015, с. 98–102). Запропонована модель визначає шість ієрархічних рівнів, що проявляються в комунікації та виражають певне ставлення військовослужбовців у досвіді, а також свідчать про наявність у їх свідомості певних переконань.

**1. Рівень оточення.** На цьому логічному рівні в комунікації виражаються обставини та умови на які доводиться реагувати військовослужбовцям, або пристосовуватися до них. Йдеться про зовнішні фактори (контекст), що впливають на окремого військовослужбовця, особовий склад ЗС України, державу Україну, а також на українське населення загалом та визначають стан суспільної свідомості. Це може бути: спокійний мирний час; протиборство в умовах інформаційно-психологічної, інформаційно-сміслової чи гібридної війни; напруження в очікуванні початку війни у фізичному просторі; оборона та відсіч у воєнно-політичному конфлікті, або у широкомасштабній війні; внутрішня консолідація чи роз’єднаність українців; міжнародна підтримка чи відмова у ній.

Наявність позитивних маркерів про поточний стан справ, а саме: згуртованості військових підрозділів, населення та воєнно-політичного керівництва держави; достатня кількість та надійність зброї; достатня кількість добротної військової форми і амуніції; хороше харчування; належний рівень грошового забезпечення військовослужбовців; якісне соціальне та інші види забезпечення військовослужбовців тощо – все це буде свідчити про відсутність проблемних питань на цьому досвідному рівні, які заважатимуть формуванню “образу ворога” у свідомості військовослужбовців, що відбувається на вищих логічних рівнях комунікації. В той же час, наявність негативних маркерів про поточний стан справ, наприклад: відсутність згуртованості у військовому підрозділі; недовіра військовослужбовців військово-політичному керівництву; нестача та низька якість військового озброєння і амуніції; неякісне харчування; низьке грошове забезпечення тощо будуть вказувати на можливі перешкоди

в процесі формування “образу ворога” у свідомості військовослужбовців. Таким чином, на цьому рівні комунікації виражається загальний контекст в якому перебувають військовослужбовці, що може сприяти, або перешкоджати подальшому формуванню “образу ворога”.

Варто зазначити наступне. Якщо у свідомості військовослужбовців вже сформований “образ ворога” то на цьому рівні комунікації це буде виражатися як протиставлення контекстів наших військовослужбовців та ворога. Наш контекст буде мати позитивні конотації, а ворожий – негативні. Наприклад: *“Наша зброя сучасна і надійна, а ворожі війська використовують розконсервовану зброю радянських часів, яка часто зіпсована”*; *“В нас наразі хороше грошове забезпечення, а росіянам виплати лише обіцяють за участь у бойових діях, а по факту вони отримують копійки”* тощо.

**2. Рівень поведінки.** На цьому логічному рівні комунікації йдеться про конкретні вчинки до яких вдаються військовослужбовці в тому чи іншому оточенні. В комунікації вони можуть виражатися як дії та вчинки: про службову діяльність та бойову підготовку військових у мирний час, або під час війни; активність чи пасивність військовозобов’язаних резервістів під час призову в умовах оголошеної мобілізації; активність чи пасивність військовослужбовців під час військової підготовки; згуртованість чи роз’єднаність, завзятість та наполегливість, або – пасивність військовослужбовців під час проведення злагодження та в умовах бойових дій тощо.

Наявність позитивних маркерів в комунікації про конкретні дії та вчинки військовослужбовців свідчить про відсутність проблемних питань на цьому логічному рівні, які заважатимуть формувати “образ ворога” на вищих логічних рівнях. Наявність позитивних маркерів, на кшталт: *“Нас добре готують досвідчені інструктори в умовах максимально наближених до бойових дій щоб ми зберегли наші життя”*, які протиставляються таким: *“А мобілізовані росіяни бухають під час підготовки, а потім гинуть в умовах бойових дій”* – опосередковано вказує на сформованість “образу ворога” у свідомості українських військовослужбовців. Натомість наявність висловлювань з негативним змістом в

комунікації про конкретні дії та вчинки українських військовослужбовців свідчить про відсутність “образу ворога” у їх свідомості та вказує на наявність невирішених проблемних питань на цьому логічному рівні та високу вірогідність проблемних питань на вищих рівнях, які заважатимуть формуванню “образу ворога”.

**3. Рівень стратегій (здібностей)** – це логічний рівень комунікації на якому йдеться про досвід в якому проявляються навички, уміння та ментальні стратегії, що спрямовують поведінку військовослужбовців. До того ж це рівень формування стратегій діяльності на основі певної поведінки, здібностей, вмінь і навичок пов’язаних між собою та реалізація цих стратегій у відповідних умовах (контекстах).

Цей рівень комунікації може опосередковано вказувати на сформованість “образу ворога” у свідомості військовослужбовців коли вони свідомо і наполегливо розвивають свої навички та опановують способи досягнення складних цілей в бойових умовах для знищення ворога під час військової підготовки та в умовах бойових дій. Тобто військові розвивають свої професійні якості не просто з метою відповідати військовим професійним стандартам, але й для того щоб мати перевагу над ворогом в бойових умовах та щоб знищити його.

Маркери, що вказують на сформованість “образу ворога” у свідомості українських військовослужбовців на рівні **здібностей (стратегій)** в комунікації можуть бути такими: *“Ми ретельно вивчаємо та опановуємо нову західну військову техніку щоб найбільш ефективно застосувати її для знищення ворога”*, або на кшталт: *“Наш підрозділ наполегливо тренується в процесі бойової підготовки для того щоб зберегти своє життя в умовах бойових дій, діяти злагоджено та успішно виконувати бойові завдання і наближати нашу перемогу над ворогом”*. Маркери, що вказують на відсутність сформованості “образу ворога” у свідомості військовослужбовців на рівні **здібностей (стратегій)** стратегій в комунікації можуть бути такими: *“Я не розумію навіщо нас так виснажують під час бойової підготовки”*, *“Мобілізовані не можуть опанувати певну військову спеціальність за такий короткий термін*

*підготовки”* тощо. Тобто, коли військові вмотивовані розвивати свої навички, здібності та стратегії не лише заради відповідності військовій спеціалізації, але заради знищення ворога в бою, то це є маркерами сформованості “образу ворога” у свідомості військовослужбовців. Разом із тим, коли військовослужбовці висловлюють в комунікації обмежуючі переконання стосовно того, що вони не розуміють навіщо опановувати та розвивати навички, здібності та стратегії щодо фізичного виживання, опанування зброї та техніки, залагодження військової команди тощо – все подібне вказує на відсутність сформованості “образу ворога” у свідомості військовослужбовців. До того ж подібні маркери вказують на наявність невирішених проблемних питань на вищих логічних рівнях, а саме на рівні **переконань і цінностей, ідентичності та місії і духовності**. Адже людська поведінка, вміння та стратегії визначаються та спрямовуються зазначеними логічними рівнями свідомості, які по суті належать до світоглядних. Тобто, переконання, цінності, ідентичність та місія військовослужбовців не спостерігаються у досвіді, але повністю визначають його.

**4. Рівень переконань і цінностей** – це логічний рівень комунікації, який виражає судження, вірування та знання на які військовослужбовці покладаються і які підсилюють їх можливості. До того ж це рівень комунікації, що виражає переконання і цінності військовослужбовців, що мотивують, дозволяють чи обмежують розвиток і реалізацію різних здібностей у відповідності до таких переконань і цінностей. Отже, на цьому рівні комунікації не виражається досвід, а мова йде про внутрішнє світовідчуття та світорозуміння військовослужбовця. Саме на цьому логічному рівні і починає формуватися “образ ворога” у свідомості військовослужбовців, як взаємовиключне протиставлення суджень, переконань, знань, намірів, що виражаються у наративах наших військових та ворогів.

Ворожим для людини стає все, що несприятливе її інтересам. Це створює ситуацію загрози чи небезпеки і вимагає відсторонитися від цього. Подальше протиставлення відбувається на аксіологічній основі, коли власні цінності виявляються єдино правильними, а ворожі цінності

сприймаються як загрожуючи власному існуванню. В такій ситуації власне буття виявляється єдино можливим, в якому виключається буття ворога. Бо взаємність перспектив, або нейтральний спосіб бачення майбутнього неможливі через те, що прийняття перспективи ворога означає припинення бути собою. Аксиологічна ескалація призводить до вивільнення агресії та спрямування її на ворога. Готовність фізично знищувати ворога розвивається в процесі внутрішньо-комунікаційної роботи з військовослужбовцями. З цією метою необхідно застосувати комунікативно-пропагандистські технології дегуманізації ворога, тобто – позбавлення його людських рис і зняття всіх морально-етичних, соціальних та релігійних табу на вбивство собі подібних. Докладніше про маркери дегуманізації йтиметься на логічному рівні **ідентичності**.

Отже, маркери, що вказують на сформованість “образу ворога” у свідомості військовослужбовців на рівні **переконань** і **цінностей** в комунікації будуть виглядати як протиставлення цінностей в наративах, на кшталт: *“Ми (українці) у триваючій війні боронимо свою землю, захищаємо рідних та близьких, виборюємо нашу свободу та незалежність, а росіяни безславно гинуть на чужій землі ні за що, а через “промиту” пропагандою мізки”; “Україна – це європейська держава з понад тисячолітньою історією та культурою, а росія – це держава, яка сформувалася в межах Златої Орди з відповідними цінностями і культурою та вийшла з під її контролю тільки на початку XVIII століття. Саме тому в українців і росіян абсолютно різні цінності, історія, культура та прагнення”* тощо.

Таким чином, якщо в комунікації на рівні **цінностей** і **переконань** виражається взаємовиключне протиставлення, то це є свідченням сформованості “образу ворога” у свідомості військовослужбовців. Якщо ж немає і є потреба його сформуванню то “образ ворога” формують саме на цьому логічному рівні шляхом взаємовиключного протиставлення цінностей та переконань наших військовослужбовців (українського населення) та ворога (російських військовослужбовців та населення).

**5. Рівень ідентичності** – це логічний рівень комунікації на якому йдеться про те, ким люди себе усвідомлюють і як себе (або інших) називають. Це почуття самості (частина психіки, що є глибинним центром і виразом психологічної цілісності індивіда та виступає принципом об’єднання свідомої та несвідомої частин психіки) з яким пов’язуються переконання, цінності, здібності і відповідна поведінка в різних контекстах.

На цьому логічному рівні комунікації також формується “образ ворога”, що виражається як протиставлення імен, назв, найменувань “образу Своїх” – тобто українських військових, населення, керівництва держави тощо, які протиставляються ворожим назвам, іменам, найменуванням. Наприклад, під час відсічі російської збройної агресії українці називають наших військових: *“сили оборони”, “наші воїни”, “українські військовослужбовці”, “наші герої”, “захисники”, “нескорені”, “побратими і посестри”* тощо і протиставляємо найменуванням ворогів – *“рашисти”* (росіяни, що наслідують ідеологію фашизму), *“нелюди”, “свинособаки”, “окупанти”, “орки”* (варварський народ, військо, що підкорює не силою, а кількістю, має низький інтелект та не звикли жити в комфорті), *“терористи”, “загарбники”, “мародери”, “вбивці”, “твалтівники”* тощо. В міжособистісній комунікації часто використовується ненормативна лексика, якою називають ворога, що також є маркером сформованості “образу ворога” у свідомості українських військовослужбовців. Використання під час комунікації синонімів назв та найменувань в сторону знецінення та приниження є комунікативною технологією дегуманізації ворога мовними засобами.

В українському медіадискурсі під час відсічі російської збройної агресії офіційні органи влади та ЗМК пишуть назву росії та її столиці з маленької літери – “росія” та “москва”. З малої літери пишуть також прізвище російського президента, інших політиків, російських пропагандистів та всіх лідерів суспільної думки росії, хто схвалює війну проти України. Таким чином в українському правописі виражається зневага до ворога. До назви “російська федерація” часто використовують синоніми для

трансформації значення в сторону знецінення, унаслідок чого її називають – “московією”, “рашкою”, “оркостаном”, “запорєберьєм”, “заліссям” тощо. У такий спосіб відбувається дегуманізація росії та демонстрація її відсталості.

Таким чином, якщо в процесі комунікації на логічному рівні *ідентичності* українськими військовослужбовцями виражаються глузливі, образливі та принизливі назви і навіть нецензурна лексика, якими вони позначають назви ворожих військових, населення, керівництва держави, лідерів суспільної думки, самої держави, то це свідчить про сформованість в їх свідомості “образу ворога”. При цьому рівень емоційності назв свідчить про рівень агресії та люті, спрямованої на ворога. У разі відсутності в комунікації зазначеної лексики під час війни, “образ ворога” необхідно формувати в процесі здійснення внутрішньо-комунікаційної роботи шляхом використання негативно-оцінної семантики та відповідних наративів щодо ворога.

**6. Рівень духовності та місії** – це логічний рівень комунікації на якому виражаються погляди на світ, сутність і сенс людського життя; усвідомлення спільнотою, групою чи народом свого призначення у світі, напрямку майбутнього розвитку своєї країни, бажаного майбутнього; почуття спорідненості з джерелом сили, розуму (який йде від наших пращурів, Бога чи Вищих сил), що потужніший за нас.

На цьому логічному рівні виражаються: глобальна національна ідея, сенс і призначення існування народу та держави. Тут міститься потужна енергія натхнення до самотворення нації, а також відповідь на запитання: “Навіщо існує у світі така держава, культура, народ?” (Зеленін, 2015, с. 101). На цьому логічному рівні виражаються сенс патріотизму; місія військовослужбовця, підрозділу, держави у війні; “образ Перемоги”; “образ Батьківщини”; “образ майбутнього нашої держави” тощо. Саме на цьому логічному рівні країна-агресор задалегідь розпочинає формувати “образ ворога” з країни та народу проти якого планується агресія. З цією метою в інформаційному просторі поширюється стратегічний наратив в якому виражається певна мета майбутнього розвитку, роль яку надає собі держава та завдання, що

ставляться перед народом. Такі стратегічні наративи про місію протиставляються стратегічним наративам держав щодо яких планується асиміляція чи агресія.

Наприклад, в росії наприкінці 1990-х років був сформований імперський проект “русского міра” в якому росія протиставляється колективному Заходу. Творці цього проекту визначали, що буцімто росія влаштована таким чином, що не обмежується суто територіально-просторовими кордонами. Натомість вона простягається скрізь де говорять російською мовою, незалежно від національності та громадянства і навіть без власної волі російськомовних індивідів сусідніх країн. За часів президенства в. путіна розпочалося втілення “русского міра” в реальність через пропаганду в інформаційному просторі росії та сусідніх з нею держав. Пропаганда “русского міра” розпочалася на логічному *рівні духовності та місії*. А вже потім перейшла на нижчі логічні рівні коли росія примушувала сусідні держави до “русского міру” через газові, економічно-торгівельні війни, а також загарбницьку діяльність, результатом якої стала війна з Грузією, анексія Криму, війна на сході України розпочата у 2014 році, яка у 2022 році переросла у широкомасштабну збройну агресію росії проти України. Тобто на цьому логічному рівні ворог поширює свої смисли та розпочинає інформаційно-сміслову експансію спрямовану на руйнування національної ідентичності, історичної пам’яті народів-мішеней, їх мови та культури. На цьому рівні наслідки ворожого інформаційно-сміслового впливу мають найбільш руйнівний характер.

Разом із цим наслідками конструктивного інформаційно-сміслового впливу на свідомість українських військовослужбовців на цьому рівні буде формування вищого сенсу та мети їх діяльності в умовах триваючої відсічі російської агресії. Тут повинні даватися відповіді на основні світоглядні питання: “Заради чого все це відбувається?”, “Який смисл в цьому?” тощо. Формування сенсів для наших військовослужбовців може виражатися в подібних наративах: “*Ми воюємо з ворогом заради мирного майбутнього наших дітей у вільній незалежній Україні з європейським рівнем*

життям, правами і свободами та демократичними цінностями”. Якщо подібні наративи висловлюють наші військовослужбовці то це є маркерами, які свідчать про відданість, усвідомлений вибір військовослужбовців, їх вмотивованість вищими смислами, ніж їх особистісні. Натомість наслідками ворожого інформаційно-сислового ураження на цьому рівні можуть бути подібні наративи в українських військовослужбовців під час війни: “Я не розумію навіщо я тут?”, “За що ми воюємо?”, “Яка мені різниця в якій я буду жити державі?”. Подібні висловлювання можуть вказувати на не сформованість, або руйнування національної та громадянської ідентичності і як наслідок втрату вищого сенсу всього того, що потрібно захищати від ворога під час триваючої війни. Отже, на цьому логічному рівні комунікації формується найвищий сенс діяльності військовослужбовців, усвідомлюється її зміст та мета, а також формується і виражається відданість. Відбувається усвідомлене розуміння того за що воїн воює і за що може навіть втратити життя.

Таким чином, “образ ворога” у свідомості військовослужбовців насамперед формується на рівні **цінностей** та **ідентичності**, який реалізується на досвідних рівнях – **стратегій, поведінки** та **оточення** – в конкретних діях і стратегіях спрямованих на знищення ворога. А на рівні **місії та духовності** сформований “образ ворога” набуває свого остаточного сенсу та завершеності.

Сформований “образ ворога” у свідомості військовослужбовців проявляється: на *когнітивному рівні* – як сукупність знань та переконань щодо ворога, взаємовиключне протиставлення “Своїх” і “ворожих” цінностей, ідентичностей та місій у триваючій війні; на *афективному рівні* – як переживання почуттів та емоцій: недовіри, злості, агресивності, осуду, жаги помсти, неповаги, ненависті, люті і найменше – страху. Завдяки таким емоціям формується відповідне ставлення до ворога – бажання завдати психологічної та фізичної шкоди (знищення) ворога; на *поведінковому рівні* – як готовність знищувати ворога, або ж як реальний досвід його знищення.

Недостатньо сформований, або відсутній “образ ворога” у свідомості

військовослужбовців проявляється: на *когнітивному рівні* – як толерантне ставлення до цінностей та місії (прагнень) противника, а на рівні ідентичності, тобто в процесі номінацій противника, буде відсутня образлива і принизлива лексика; на *афективному рівні* – як апатія, або страх та тривожність, завдяки яким формується відповідне ставлення до ворога – бажання відсторонитися та уникнути участі у війні для відбиття тимчасово окупованих територій та знищення ворога; на *поведінковому рівні* – як неготовність знищувати ворога, що може проявлятися у намаганнях уникнути мобілізації, а також, як постійні скарги на навчання та недостатній бойовий досвід, незадоволеність різними видами забезпечення, бойовими умовами, діями командирів тощо.

За моделлю піраміди логічних рівнів Р. Ділтса *когнітивний рівень* сформованості або відсутності “образу ворога” у свідомості військовослужбовців проявляється в комунікації на рівнях: **цінностей, ідентичності, місії та духовності**; *афективний рівень* сформованості або відсутності “образу ворога” військовослужбовців проявляється як емоційна комунікація з використанням ненормативної лексики та мови ворожнечі щодо ворога, або ж її відсутність у разі недостатньої сформованості чи відсутності “образу ворога”. Афективність в комунікації може проявлятися на всіх рівнях за пірамідою логічних рівнів Р. Ділтса – **оточення, поведінки, стратегій, цінностей, ідентичності, місії та духовності**; *поведінковий рівень* сформованості або відсутності “образу ворога” у військовослужбовців проявляється в комунікації на рівнях: **поведінки** та **стратегій** за пірамідою нейрологічних рівнів Р. Ділтса. Якщо у військовослужбовців відзначається неготовність знищувати ворога, то за методологією логічних рівнів Р. Ділтса формування цієї готовності, тобто – “образу ворога” у свідомості військовослужбовців, повинно відбуватися на вищих логічних рівнях – **цінностей, ідентичності, місії та духовності**.

**Висновки.** Унаслідок проведеного дослідження розроблено теоретико-методологічні засади формування “образу ворога” у свідомості українських



військовослужбовців під час відсічі російської збройної агресії. Вони складаються з:

- визначення сутності і змісту соціально-психологічного явища “образу ворога”, як складової суспільної свідомості військовослужбовців (учасників війни);

- принципів формування “образу ворога” (бінарне протиставлення та 6-ти ступенева градація логічних рівнів засвоєння знань і формування рівнів переконань у військовослужбовця (людини));

- маркерів в комунікації, що виражають наявність “образу ворога” на певному логічному рівні за пірамідою Р. Ділтса;

- комунікативних прийомів для формування “образу ворога” у свідомості українських військовослужбовців.

Теоретична цінність цього дослідження полягає в розширенні гуманітарного

дискурсу воєнної науки на основі міждисциплінарного підходу, який дозволив залучати ефективні моделі, методи, принципи, підходи та інструменти гуманітарних наук для вирішення актуальних завдань воєнної науки.

Практична цінність проведеного дослідження полягає в створенні комунікативної моделі для виявлення сформованості “образу ворога” у свідомості українських військовослужбовців, а також для його формування у разі необхідності. Цей інструмент стане в нагоді для органів військового управління, що організують та керують внутрішньо-комунікаційною роботою у Збройних Силах України та для офіцерів, які здійснюють її з особовим складом.

### Список використаної літератури

1. Андрощук О., Олексієнко С. (2019) Психологічні особливості формування образу ворога як складової гібридної війни Російської Федерації проти України. Збірник наукових праць Національної академії прикордонної служби України. Серія: психологічні науки. 2 (13), 182–198. <https://doi.org/10.32453/5.v13i2.174>.
2. Bartoszewicz M.G., Pruckova M. (2023) Enemy Image? A comparative analysis of the Russian federation's role and position in the leading national security documents of Estonia and Czech Republic. Journal of contemporary European studies. Published online: 14 jun. 2023. <https://doi.org/10.1080/14782804.2023.2224237>
3. Burgess, Heidi. (2003) “Enemy Images” Beyond Intractability. Retrieved from: <http://www.beyondintractability.org/essay/enemy-image>.
4. Гнатюк, В. (2015) “Мова ворожнечі” в російсько-українській війні 2014–2015 років та національна самосвідомість українців. Історико-культурні студії, 2 (1), 47–52. [https://shron1.chtyvo.org.ua/Hnatiuk\\_Viacheslav/Mova\\_vorozhnechi\\_v\\_rosiisko-ukrainskii\\_viini\\_2014\\_2015\\_rokiv\\_ta\\_natsionalna\\_samosvidomist\\_ukrainsiv.pdf](https://shron1.chtyvo.org.ua/Hnatiuk_Viacheslav/Mova_vorozhnechi_v_rosiisko-ukrainskii_viini_2014_2015_rokiv_ta_natsionalna_samosvidomist_ukrainsiv.pdf)
5. Гриневич, Л. (2014) Механізми масового народобивства: конструювання “образу ворога” в радянській політичній карикатурі (друга половина 1929 – початок 1930 рр.). Сторінки історії: збірник наукових праць, 47–64. <https://ela.kpi.ua/items/4eb3f574-cc28-495c-b1d0-738629c763a1>
6. Ділтс, Р. (2004) Коучинг с помощью НЛП. Прайм-Евразнак.
7. Зеленін, В. (2015) По той бік правди: нейролінгвістичне програмування як зброя інформаційно-пропагандистської війни: навч. посіб. Том 1. НЛП – XX століття (2-ге видання, виправлене та доповнене). Люта справа.
8. Кирилук, О. (2020) Мовні засоби творення образу ворога в умовах інформаційної війни. Наукові записки. Серія: філологічні науки, 187, 45–50. <https://doi.org/10.36550/2522-4077.2020.187.6>
9. Котова, С. (2019) “Образ ворога” в соціогуманітарному дискурсі Великої Британії, Німеччини та Росії періоду Першої світової війни (1914–1918) [Дис. канд. істор. наук, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара] [https://shron1.chtyvo.org.ua/Kotova\\_Sabina/Obraz\\_voroha\\_v\\_sotsiohumanitarnomu\\_dyskursi\\_Velykoi\\_Brytanii\\_Nimechchyny\\_ta\\_Rosii\\_periodu\\_Pershoi\\_sv.pdf](https://shron1.chtyvo.org.ua/Kotova_Sabina/Obraz_voroha_v_sotsiohumanitarnomu_dyskursi_Velykoi_Brytanii_Nimechchyny_ta_Rosii_periodu_Pershoi_sv.pdf)
10. Kryvda, N., S. Storozhuk. (2020) Image of an “Enemy” as a Factor of Constructing the Ukrainian National Identity. Ideas Philosophical Journal Special Scientific Issues, (1 (15) –2 (16)), 57–66. [https://doi.org/10.34017/1313-9703-2020-1\(15\)-2\(16\)-57-66](https://doi.org/10.34017/1313-9703-2020-1(15)-2(16)-57-66).
11. Левченко, Л., Ракчєєва, С. (2016) Технології формування зовнішнього ворога у демократичних та недемократичних режимах. Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу “Києво-Могилянська академія”. Серія: Політологія. Т. 273, 261, 74–78. [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npchdupol\\_2016\\_273\\_261\\_16](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npchdupol_2016_273_261_16)

12. Lorenz, K. (2002) *On Aggression* (2-nd Ed.). London & New York: Routledge.
13. Маєвський, О. (2019) Конструювання іконографічного образу співробітників НКВД у нацистській пропаганді Райху напередодні та у роки Другої світової війни. З архівів ВУЧК–ГПУ–НКВД–КГБ. № 1 (51), 264–285. [http://resource.history.org.ua/publ/za\\_2019\\_1\\_\\_7](http://resource.history.org.ua/publ/za_2019_1__7)
14. Маєвський, О. (2015) Образ німецького військовослужбовця у зображувальній пропагандистській продукції Радянського Союзу на території України. Друга світова війна і Україна: актуальні історико-правові проблеми: збірник матеріалів круглого столу (Київ, 28 квіт. 2015 р.), 28–36. <http://resource.history.org.ua/item/0014064>
15. Мацишина, І. (2022) Номо Sacer та виклик суб'єктивності “ворога” в умовах російсько-української війни. Політичне життя, 2, 15–22. <https://doi.org/10.31558/2519-2949.2022.2.3>
16. Некрасова, В. (2011) Образ “ворога” та “друга” в ідеологічному протистоянні часів завершення “Холодної війни”. Розпад Радянського Союзу та міжнародні інтерпретації завершення Холодної війни: 20 років потому: матеріали міжнародної науково-практичної конференції (Запоріжжя, 2–4 листопада 2011 р.), 43–47.
17. Сенявский, А., Сенявская, Е. (2006) Историческая имагология и проблема формирования “образа врага”. Вестник РУДН. Серия “История России”, 2 (6), 54–72. <https://cyberleninka.ru/article/n/istoricheskaya-imagologiya-i-problema-formirovaniya-obraza-vraga-na-materialah-rossiyskoy-istorii-xx-v/viewer>
18. The Image of the Enemy. Intelligence analysis of adversaries since 1945. (2015) Georgetown University Press. <https://www.jstor.org/stable/j.ctt19dzctx>
19. Холох, О. (2022) Антропологічне осмислення образів “Свого”, “Чужого”, “Іншого” та “ворога” як складових суспільної свідомості. Гілея: науковий вісник, 8 (175), 49–54.
20. Холох, О., Скрябін, О. (2023) Соціально-психологічні механізми формування “образу ворога” з України російськими засобами масової комунікації під час російсько-української війни. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Військово-спеціальні науки, 3 (55), 34–40. <https://doi.org/10.17721/1728-2217.2023.55.34-40>.

#### References

1. Androshchuk O., Oleksiienko S. (2019) Psykholohichni osoblyvosti formuvannia obrazu voroha yak skladovoi hibrydnoi viiny Rosiiskoi Federatsii proty Ukrainy. [Psychological features of the formation of the image of the enemy as a component of the hybrid war of the Russian Federation against Ukraine]. Zbirnyk naukovykh prats Natsionalnoi akademii prykordonnoi sluzhby Ukrainy. Serii: psykholohichni nauky. 2 (13), 182–198. <https://doi.org/10.32453/5.v13i2.174> (in Ukrainian)
2. Bartoszewicz M.G., Pruckova M. (2023) Enemy Image? A comparative analysis of the Russian federation's role and position in the leading national security documents of Estonia and Czech Republic. Journal of contemporary European studies. Published online: 14 jun. 2023. <https://doi.org/10.1080/14782804.2023.2224237>
3. Burgess, Heidi. (2003) “Enemy Images” Beyond Intractability. Retrieved from: <http://www.beyondintractability.org/essay/enemy-image>.
4. Hnatiuk, V. (2015) “Mova vorozhnechi” v rosiisko-ukrainskii viini 2014–2015 rokiv ta natsionalna samosvidomist ukrainsiv. [“Hate speech” in the Russian-Ukrainian war of 2014–2015 and the national self-awareness of Ukrainians]. Istoryko-kulturni studii, 2 (1), 47–52. [https://Hnatiuk\\_Viacheslav/Mova\\_vorozhnechi\\_v\\_rosiisko-ukrainskii\\_viini\\_2014\\_2015\\_rokiv\\_ta\\_natsionalna\\_samosvidomist\\_ukrainsiv.pdf](https://Hnatiuk_Viacheslav/Mova_vorozhnechi_v_rosiisko-ukrainskii_viini_2014_2015_rokiv_ta_natsionalna_samosvidomist_ukrainsiv.pdf) (in Ukrainian)
5. Hrynevych, L. (2014) Mekhanizmy masovoho narodovybystva: konstruiuvannia “obrazu voroha” v radianskii politychnii karykaturi (druha polovyna 1929 – pochatok 1930 rr.). [Mechanisms of mass genocide: construction of the “image of the enemy” in Soviet political caricature (second half of 1929 – beginning of 1930)]. Storinky istorii: zbirnyk naukovykh prats, 47–64. <https://ela.kpi.ua/items/4eb3f574-cc28-495c-b1d0-738629c763a1> (in Ukrainian)
6. Dilts, R. (2004) Kouchynh s pomoshchiu NLP. [Coaching with the NLP]. Praim-Evroznak.
7. Zelenin, V. (2015) Po toi bik pravdy: neirolinhvistychno prohrumuvannia yak zbroia informatsiino-propahandystskoi viiny: navch. posib. Tom 1. NLP – KhKh stolittia (2-he vydannia, vypravlene ta dopovnene). [On the other side of the truth: neuro-linguistic programming as a weapon of information and propaganda war: tutorial. Volume 1. NLP - XX century (2nd edition, corrected and supplemented)]. Liuta sprava. (in Ukrainian)
8. Kyryliuk, O. (2020) Movni zasoby tvorennia obrazu voroha v umovakh informatsiinoi viiny. [Linguistic means of creating an image of the enemy in the conditions of information warfare]. Naukovi zapysky. Serii: filolohichni nauky, 187, 45–50. <https://doi.org/10.36550/2522-4077.2020.187.6> (in Ukrainian)
9. Kotova, S. (2019) “Obraz voroha” v sotsiohumanitarnomu diskursi Velykoi Brytanii, Nimechchyny ta Rosii periodu Pershoi svitovoi viiny (1914–1918). [“The image of the enemy” in the socio-humanitarian

discourse of Great Britain, Germany and Russia during the First World War (1914–1918)]. Dys. kand. istor. nauk, Dniprovskiy natsionalnyi universytet imeni Olesia Honchara. [https://shron1.chtyvo.org.ua/Kotova\\_Sabina/Obraz\\_voroha\\_v\\_sotsiohumanitarnomu\\_dyskursi\\_Velykoi\\_Brytanii\\_Nimechchyny\\_ta\\_Rosii\\_periodu\\_Pershoi\\_sv.pdf](https://shron1.chtyvo.org.ua/Kotova_Sabina/Obraz_voroha_v_sotsiohumanitarnomu_dyskursi_Velykoi_Brytanii_Nimechchyny_ta_Rosii_periodu_Pershoi_sv.pdf) (in Ukrainian).

10. Kryvda, N., S. Storozhuk. (2020) Image of an “Enemy” as a Factor of Constructing the Ukrainian National Identity. Ideas Philosophical Journal Special Scientific Issues, (1 (15) –2 (16)), 57–66. [https://doi.org/10.34017/1313-9703-2020-1\(15\)-2\(16\)-57-66](https://doi.org/10.34017/1313-9703-2020-1(15)-2(16)-57-66).

11. Levchenko, L., Rakcheieva, S. (2016) Tekhnologii formuvannya zovnishnoho voroha u demokratychnykh ta nedemokratychnykh rezhymakh. [Technologies of formation of the external enemy in democratic and non-democratic regimes]. Naukovi pratsi Chornomorskoho derzhavnogo universytetu imeni Petra Mohyly kompleksu “Kyievo-Mohylianska akademiia”. Seriya: Politolohiia. T. 273, 261, 74–78. [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npchdupol\\_2016\\_273\\_261\\_16](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npchdupol_2016_273_261_16) (in Ukrainian)

12. Lorenz, K. (2002) On Aggression (2-nd Ed.). London & New York: Routledge.

13. Maievskiy, O. (2019) Konstruiuvannya ikonografichnoho obrazu spivrobotnykiv NKVD u natsystskii propahandi Raikhu naperedodni ta u roky Druhoi svitovoi viiny. [Construction of the iconographic image of NKVD employees in the Nazi propaganda of the Reich on the eve and during the Second World War]. Z arkhiviv VUChK–HPU–NKVD–KHB. № 1 (51), 264–285. [http://resource.history.org.ua/publ/za\\_2019\\_1\\_7](http://resource.history.org.ua/publ/za_2019_1_7) (in Ukrainian)

14. Maievskiy, O. (2015) Obraz nimetskoho viiskovosluzhbovtsia u zobrazhuvalnii propahandystskii produktsii Radianskoho Soiuzu na terytorii Ukrainy. [The image of a German serviceman in the pictorial propaganda products of the Soviet Union on the territory of Ukraine]. Druha svitova viina i Ukraina: aktualni istoriko-pravovi problemy: zbirnyk materialiv kruhloho stolu (Kyiv, 28 kvit. 2015 r.), 28–36. <http://resource.history.org.ua/item/0014064> (in Ukrainian).

15. Matsyshyna, I. (2022) Homo Sacer ta vyklyk subiektyvnosti “voroha” v umovakh rosiisko-ukrainskoi viiny. [Homo Sacer and the challenge of the subjectivity of the "enemy" in the conditions of the Russian-Ukrainian war]. Politychne zhyttia, 2, 15–22. <https://doi.org/10.31558/2519-2949.2022.2.3> (in Ukrainian)

16. Nekrasova, V. (2011) Obraz “voroha” ta “druha” v ideolohichnomu protystoianni chasiv zavershennia “Kholodnoi viiny”. [The image of "enemy" and "friend" in the ideological confrontation at the end of the "Cold War"]. Rozpad Radianskoho Soiuzu ta mizhnarodni interpretatsii zavershennia Kholodnoi viiny: 20 rokiv potomu: materialy mizhnarodnoi naukovopraktychnoi konferentsii (Zaporizhzhia, 2–4 lystopada 2011 r.), 43–47. (in Ukrainian)

17. Seniavskiy, A., Seniavskaia, E. (2006) Ystorycheskaia ymaholohyia y problema formirovaniya “obrazu vraha”. [Historical imagology and the problem of forming the "image of the enemy"]. Vestnyk RUDN. Seryia “Ystoryia Rossyy”, 2 (6), 54–72. <https://cyberleninka.ru/article/n/istoricheskaya-imagologiya-i-problema-formirovaniya-obrazu-vraga-na-materialah-rossiyskoy-istorii-xx-v/viewer>

18. The Image of the Enemy. Intelligence analysis of adversaries since 1945. (2015) Georgetown University Press. <https://www.jstor.org/stable/j.ctt19dzctx>

19. Kholokh, O. (2022) Antropolohichne osmyslennia obraziv “Svoho”, “Chuzhoho”, “Inshoho” ta “voroha” yak skladovykh suspilnoi svidomosti. [Anthropological understanding of the images of "Own", "Other", "Other" and "enemy" as components of social consciousness]. Hileia: naukovyi visnyk, 8 (175), 49–54. (in Ukrainian)

20. Kholokh, O., Skriabin, O. (2023) Sotsialno-psykholohichni mekhanizmy formuvannya “obrazu voroha” z Ukrainy rosiiskymy zasobamy masovoi komunikatsii pid chas rosiisko-ukrainskoi viiny. [Socio-psychological mechanisms of formation of the "image of the enemy" from Ukraine by Russian means of mass communication during the Russian-Ukrainian war]. Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Viiskovo-spetsialni nauky, 3 (55), 34–40. <https://doi.org/10.17721/1728-2217.2023.55.34-40>. (in Ukrainian)

### Summary

#### METHODOLOGICAL PRINCIPLES OF THE FORMATION OF THE "ENEMY IMAGE" IN THE CONSCIOUSNESS OF UKRAINIAN SERVICEMEN DURING AGAINST OF RUSSIAN ARMED AGGRESSION

*Kholokh O. I.* Candidate of Philosophical Sciences,  
Leading Researcher of Research Center for  
Humanitarian Problems of the Armed Forces of Ukraine

**Introduction.** The relevance of the study is due to the development of scientific and practical knowledge regarding the moral and psychological aspects of war, one of which is the socio-psychological phenomenon "the image of the enemy" as a component of the social consciousness of war participants. Its formation depends on the readiness of Ukrainian servicemen to destroy the enemy and the appropriate moral and psychological state in general to perform combat tasks.

**Purpose** of the article is to determine the theoretical and methodological principles of identifying the formation of the "enemy image" in the minds of Ukrainian servicemen in the process of communication and its formation if necessary.

**Methods.** In the research process, general scientific methods were used: analysis, synthesis, comparison, and generalization. And special methods: model of neurological levels of R. Dilts for determining markers in communication and logical levels of the formation of the "image of the enemy" in the minds of Ukrainian servicemen, as well as for the formation of the "image of the enemy" if necessary. The method of interpretation is used to reveal the meaning of the statements of servicemen. The interdisciplinary approach made it possible to combine the development of a few humanitarian sciences, namely: philosophies of war, social psychology, social communications, and neuro-linguistic programming.

**Originality.** The main results of the study consist in determining the markers of the "enemy image" in the communication process and the logical levels of its formation in the minds of Ukrainian servicemen during the repulse of Russian armed aggression. The levels of formation of the "image of the enemy" are defined in accordance with the model of the pyramid of logical levels by R. Dilts. Based on this model, a toolkit was developed to identify the logical levels of formation of the "image of the enemy" in the minds of servicemen and its correction or formation in the process of communication by officers from internal communication work.

**Conclusion.** As a result of the research, the theoretical and methodological principles of the formation of the "image of the enemy" in the minds of Ukrainian servicemen during resistance to Russian military aggression were developed. The theoretical value of the conducted research lies in the expansion of the humanitarian discourse of military science based on an interdisciplinary approach, which made it possible to attract effective models, methods, principles, approaches, and tools of humanitarian sciences to solve the current problems of military science.

The practical value of this study lies in the creation of a communicative model for identifying the formation of the "image of the enemy" in the minds of Ukrainian servicemen, as well as for its formation if necessary.

**Key words:** "image of the enemy"; formation of the "image of the enemy"; model of neurological levels by R. Dilts; internal communication work in the Armed Forces of Ukraine.

Дата надходження рукопису/Date of receipt of the manuscript: 30.05.24.

Дата прийняття рукопису/Date of acceptance of the manuscript: 27.07.24

© 2024. This work is under an open license CC BY-NC 4.0.