

УДК 355.48:004.9

DOI <https://doi.org/10.52726/as.humanities/2024.3.9>

О. В. ДОБРОДУМ

*доктор філософських наук, професор,
професор кафедри журналістики та реклами,
Державний торговельно-економічний університет, м. Київ, Україна
Електронна адреса: dobrodum.olga@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-7651-4946>*

Е. І. МАРТИНЮК

*кандидат філософських наук, доцент,
доцент кафедри культурології та філософії культури,
Національний університет «Одеська політехніка», м. Одеса, Україна
Електронна адреса: eduardmartinuk@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0001-5904-2721>*

О. Е. НИКИТЧЕНКО

*кандидат філософських наук, доцент,
доцент кафедри культурології та філософії культури,
Національний університет «Одеська політехніка», м. Одеса, Україна
Електронна адреса: olena.ed.nykytchenko@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-9403-9795>*

КОМУНІКАТИВНІ РЕФЛЕКСІЇ ПІД ЧАС ВІЙНИ: ОБРАЗ ВОРОГА В СУЧАСНИХ МЕДІА

У статті проаналізовано комунікативні рефлексії під час російсько-української війни, стверджується, що у сучасних медіа часто використовуються образи ворога, які можуть впливати на сприйняття подій і формування громадської думки та водночас є потужним інструментом маніпуляції громадською думкою та мобілізації підтримки. Зазначено, що під час війни комунікація часто супроводжується високим емоційним навантаженням – страх і ненависть, відчай і надія переплітаються в спілкуванні людей, створюючи складні емоційні патерни.

Акцентується на тому, що перед викликом сучасної війни журналісти відіграють важливу роль у наданні інформації про майбутні конфлікти, і їхнє завдання – донести до аудиторії об'єктивні та точні дані про політичну обстановку, ескаляцію між країнами та можливі загрози. Журналісти мають бути готові до ризику, але при цьому залишатися вірними своїм професійним принципам, їхня робота допомагає суспільству розуміти складні події та вплив війни на світ. Важливо підтримувати незалежність журналістики та поважати тих, хто ризикує своїм життям, щоб донести до нас правду про війну, адже журналістика – це інструмент, який може допомогти людям дізнатися правду про війну, вона може допомогти захистити права людини і зробити світ більш справедливим.

Журналістика відіграє важливу роль у сучасному світі, будучи джерелом інформації, інструментом контролю влади та платформою для діалогу. В умовах сучасних війн роль журналістики зростає багаторазово, оскільки журналісти повинні бути готові до нових викликів і працювати, щоб суспільство отримувало достовірну та об'єктивну інформацію. Важливою роллю журналістики є запобігання конфліктам: журналістика перед війною може сприяти запобіганню конфліктів, якщо вона активно намагається знайти мирні рішення. Вивчення комунікативних стратегій під час війни допомагає зрозуміти, як формуються і змінюються суспільні настрої, що особливо важливо для політиків, військових і соціологів.

Ключові слова: комунікаційні рефлексії, медіа, журналістика, війна, суспільство, особистість.

Постановка проблеми. Комунікативні рефлексії під час російсько-української війни є важливою темою для дослідження – у сучасних медіа часто використовуються образи ворога, які можуть впливати на сприйняття подій і формування громадської думки. Наприклад,

дослідження показують, що в російських ЗМІ часто застосовуються терміни та образи, які підкреслюють «агресію» та «ворожість» України – це може включати використання таких слів, як «націоналісти» або «бандерівці», для опису українських сил, в той час як українські

ЗМІ можуть застосовувати образи «окупантів» та «терористів» для опису російських військ. Ці комунікативні рефлексії можуть спричиняти аберацію громадської думки і підтримувати ворожнечу між народами, при цьому особливо важливо усвідомлювати, як медіа можуть формувати наше сприйняття і як ми можемо критично ставитися до інформації, яку отримуємо.

У сучасному світі за різними підрахунками відбувається від сорока п'яти до п'ятдесяти п'яти війн, природно, всі ці війни мають різні причини, але XXI століття з усією очевидністю показало роль мас-медіа як у розпалюванні військових подій, так і в пошуках їх врегулювання. Саме в XXI столітті виникає, оформлюється і здійснюється так звана гібридна війна, вона гібридна в тому числі і тому, що в ній значну роль відіграють ЗМІ – в цьому сенсі, журналіст стає тим, хто намагається не об'єктивно висвітлювати військові конфлікти та війни, а безпосереднім учасником військового зіткнення – згідно з відомою українською приказкою, «Мова – зброя, яка завдає найтяжчих ран.» На додаток до вищесказаного, важливо зазначити, що журналістика – це не лише професія, а й право на свободу слова та доступ до інформації, які є одним із основоположних та фундаментальних прав людини, і в умовах сучасних війн це право стає ще більш важливим. Важливо також врахувати, що журналісти – це не просто люди, які розповідають історію – вони також є її свідками та відіграють незаперечну роль у документуванні подій.

Створення образу ворога має глибокі історичні корені: в різні епохи та культурах лідери та медіа використовували цей прийом для мобілізації населення та зміцнення своєї влади: в давнину ворогами оголошувалися сусіди-варвари, у середньовіччі – єретики та відьми, у XX столітті – політичні опоненти та ідеологічні противники. Медіа часто обирають і акцентують увагу на тих фактах, які підтверджують їхню точку зору і допомагають створити негативний образ ворога – це може включати в себе ігнорування позитивних аспектів або спотворення реальних подій. Використання яскравих і емоційно насичених слів і образів допомагає посилити негативне сприйняття ворога: такі слова, як «терористи», «агресори» або «варвари», викликають сильні емоційні реакції у ауди-

торії і сприяють формуванню образу ворога. Образ ворога присутній у різних медіаформах, включаючи новинні видання, телебачення, кіно, літературу та соціальні мережі, і кожен з цих форматів має свої особливості та способи представлення образу ворога.

Телебачення активно використовує візуальні прийоми для створення образу ворога: карикатури, документальні фільми та новинні репортажі відіграють важливу роль у формуванні негативного сприйняття противника, телевізійні програми часто використовують драматичні ефекти та емоційно насичені образи для посилення впливу на глядача. Кіно та література також сприяють створенню образу ворога: фільми та книги можуть представляти ворога у вигляді злодія або антагоніста, чії дії та мотиви викликають осуд і ненависть у аудиторії – ці твори мистецтва допомагають формувати культурні та соціальні стереотипи про ворогів.

Соціальні мережі стали інструментом для створення та поширення образу ворога, оскільки користувачі активно діляться інформацією – страх і ненависть, відчай і надія переплітаються в спілкуванні людей, створюючи складні емоційні патерни. З розвитком цифрових технологій та соціальних мереж комунікація під час війни набула нового характеру – вони дозволяють миттєво поширювати інформацію, організовувати акції та демонстрації, а також висловлювати громадську думку, однак, вони також стають майданчиком для поширення пропаганди, що посилює комунікативні рефлексії. В умовах війни міжособистісне спілкування зазнає значних змін – люди починають більше цінувати особисті контакти та спілкування з близькими, однак, військові конфлікти також можуть руйнувати соціальні зв'язки, оскільки користувачі активно діляться інформацією, фотографіями та відеоматеріалами, які підтримують або посилюють негативне сприйняття противника. Віртуальні спільноти та групи можуть формуватися навколо спільної мети – боротьби з ворогом.

Аналіз попередніх досліджень. Дослідженню контекстуального взаємозв'язку війни та медіа присвячено багато робіт, в яких часто підкреслюється функціональне використання медіа з метою пропаганди війни. Наприклад,

Дж. Кріл та Г. Ласуел описували, як канали медіа використовувалися союзниками під час Першої світової війни. Г. С. Джоует, В. О'Доннел, Ф. Тейлор досліджували маніпулятивний потенціал медіа в епоху Нацистської Німеччини. Е. дес Форджес, М. Прайс і М. Томпсон аналізували зловживання медіа під час громадянської війни в Руанді та Югославії. Особливості використання медіа в гібридних війнах висвітлено в численних публікаціях науковців, серед яких Г. З. Парвар та К. Пейн, В. Братік і Г. Почепцов, В. Луць та В. Горбулін, В. Гулай і С. Дубов, Б. Парахонський та Г. Яворська, О. Їжак і Ю. Мерзлюк, С. Плохій та М. Буроменський тощо.

Мета статті полягає в дослідженні специфіки комунікативних рефлексій під час війни та образу ворога в сучасних медіа.

Методи дослідження. Теоретико-методологічну основу даної статті склали загально-визнані принципи комунікативних штудій: світоглядного і методологічного плюралізму, неупередженості та гуманізму, компаративності та незаангажованості. У дослідженні були застосовані методи конкретно-історичного аналізу та міждисциплінарного синтезу, індукції і дедукції, соціологічні методи аналізу емпіричних даних, зокрема, контент-аналіз та метод включеного спостереження і теоретико-журналістська методологія як база проведення кількісних і якісних досліджень ЗМІ.

З конкретно-наукових методів було використано проблемно-хронологічний, системно-структурний і критичний аналіз джерел, суспільно-феноменологічний аналіз та візуальну антропологію. У статті застосовані концептуально-дискурсивний та системно-хронологічний підходи до наукового осмислення явищ і подій суспільно-політичного життя.

Результати та дискусії. Образ ворога в сучасних медіа під час війни є потужним інструментом маніпуляції громадською думкою та мобілізації підтримки – наведемо кілька вражаючих фактів, які ілюструють, як цей образ формується і використовується: селективна подача інформації та емоційно заряджені слова і образи, візуальні прийоми та фальсифікація даних, соціальні мережі як зброя та психологічний вплив, використання мемів і гумору, мобілізація через цифрові платформи та емо-

ційне навантаження, еволюція медіа та швидкість поширення інформації, фейкові новини, дезінформація та ефект «ехо-камери». Ці факти підкреслюють, наскільки важливо критично підходити до інформації, аналізувати джерела та розуміти мотиви тих, хто стоїть за медійними повідомленнями – тільки таким чином можна протистояти маніпуляціям і сформуванню об'єктивного сприйняття того, що має місце.

Під час війни комунікація часто супроводжується високим емоційним навантаженням – страх і ненависть, відчай і надія переплітаються в спілкуванні людей, створюючи складні емоційні патерни. З розвитком цифрових технологій та соціальних мереж комунікація під час війни набула нового характеру – соціальні мережі дозволяють миттєво поширювати інформацію, організовувати акції та демонстрації, а також висловлювати громадську думку, однак, вони також стають майданчиком для поширення пропаганди, що посилює комунікативні рефлексії. В умовах війни міжособистісне спілкування зазнає значних змін – люди починають більше цінувати особисті контакти та спілкування з близькими, а також шукати підтримку та емпатію в колі друзів і родини.

Комунікативні рефлексії під час війни включають в себе механізми психологічного захисту, і люди використовують арсенал стратегій, щоб справлятися зі стресом, викликаним війною – це може включати в себе раціоналізацію та заперечення, проєкцію та інші механізми, які допомагають зберегти психологічну рівновагу. Розуміння цих рефлексій допомагає глибше усвідомити вплив військових конфліктів на суспільну свідомість і міжособистісні стосунки, а також знаходити способи покращення комунікації та подолання бар'єрів, викликаних війною. Страх і ненависть є одними з найпотужніших емоцій, які впливають на комунікацію під час війни: страх за своє життя і життя близьких спонукає людей до пошуку інформації та підтримки, що може посилити залежність від медіа та офіційних джерел інформації, а також ненависть до ворога, підживлювана пропагандою та медіа, сприяє посиленню агресивних настроїв і риторики. Відчай і надія є протилежними за своєю природою емоціями, які також впливають на комунікацію: відчай може призвести до апатії та втрати інтересу

до спілкування, тоді як надія сприяє мобілізації та активному пошуку підтримки. Комунікативні стратегії в умовах війни часто спрямовані на підтримання надії та зміцнення духу опору.

Комунікація в таких умовах часто спрямована на створення образу ворога, виправдання військових дій та зміцнення національної ідентичності. Через медіа та офіційні канали інформація подається таким чином, щоб посилити патріотичні настрої та виправдати агресію. З розвитком цифрових технологій та соціальних мереж комунікація під час війни набула нового характеру – загалом кажучи, соціальні мережі відіграють важливу роль у комунікації під час війни, надаючи платформу для обміну інформацією та думками, дозволяючи громадянам брати участь в інформаційному просторі, ділитися своїми переживаннями та мобілізуватися для підтримки або протесту. Раціоналізація полягає в пошуку логічних пояснень і виправдань для того, що відбувається, заперечення і проекція є іншими важливими механізмами психологічного захисту: заперечення дозволяє ігнорувати неприємні і травмуючі аспекти реальності, а проекція полягає в приписуванні власних негативних емоцій і якостей іншим людям або групам. Підтримання образу ворога дозволяє спрямувати суспільну увагу на зовнішню загрозу, відволікаючи її від внутрішніх проблем і об'єднуючи населення навколо спільної мети.

Фокусування на зовнішній загрозі та образі ворога відволікає увагу від внутрішніх проблем і конфліктів, що перешкоджає конструктивному діалогу та пошуку рішень, оскільки ресурси та увага суспільства спрямовуються на боротьбу з зовнішнім ворогом. Важливо критично підходити до інформації, аналізувати джерела та розуміти мотиви тих, хто стоїть за медійними повідомленнями, оскільки тільки таким чином можна сформулювати об'єктивне сприйняття того, що зараз має місце. Російсько-українська війна стала каталізатором глибоких змін у комунікативних практиках обох країн – медіа обох сторін активно створюють і підтримують образи ворога: у російській пресі українці зображуються як фашисти і радикали, тоді як українські медіа представляють росіян як агресорів і окупантів. Пропаганда відіграє ключову роль у формуванні громадської думки, розділяючи людей на «своїх» і «чужих», і соці-

альні мережі стали майданчиком для миттєвого поширення інформації та дезінформації, створюючи атмосферу недовіри і страху.

В умовах війни інформаційний простір стає ареною боротьби за уми та серця людей – соціальні мережі відіграють важливу роль в організації акцій та демонстрацій. Ворожа риторика посилює агресивні настрої в суспільстві, а дезінформація підриває довіру до офіційних джерел інформації. Інформаційна війна стає невід'ємною частиною військового конфлікту, люди шукають інформацію, що підтверджує їхні переконання та погляди, а політичні лідери використовують медіа для зміцнення своєї влади, під час війни посилюється патріотизм і націоналізм.

Війна посилює соціальну напругу, комунікативні стратегії спрямовані на підтримання психологічної рівноваги, патріотичні настрої посилюються в умовах військового конфлікту, образ ворога допомагає мобілізувати населення на боротьбу. Карикатури та плакати використовуються для демонізації противника, політичні лідери використовують медіа для виправдання своїх дій – в російських медіа українці часто зображуються як фашисти, радикали та екстремісти, що викликає сильні негативні емоції у аудиторії, українські медіа, в свою чергу, представляють росіян як агресорів, окупантів і носіїв ворожої ідеології. Медіа акцентують увагу на тих фактах, які підтверджують їхню точку зору, ігноруючи або спотворюючи інші аспекти, емоційно заряджені слова та фрази, такі як «терористи», «агресори» або «фашисти», посилюють негативне сприйняття супротивника. Візуальні образи, такі як карикатури та фотографії, відіграють важливу роль у формуванні запам'ятовуваних і гротескних образів ворога.

Образ ворога допомагає відволікти увагу від внутрішніх проблем і консолідації суспільства навколо зовнішньої загрози, патріотичні настрої посилюються, зміцнюючи національну ідентичність. Інформаційна війна стає невід'ємною частиною військового конфлікту, медійна маніпуляція використовується для створення потрібних образів і уявлень, виправдовуючи військові дії та насильство. Українофобія як феномен суспільного життя має глибокі історичні корені і часто використовується

в політичних і пропагандистських цілях, вона має довгу історію, що уходить корінням у періоди, коли українська культура і ідентичність піддавалися репресіям і маргіналізації, в радянський час українська мова і культура часто придушувалися, а будь-які прояви національної ідентичності сприймалися як загроза єдності держави.

Українофобія може створювати недовіру між різними групами – це може призвести до дискримінації та насильства щодо українців, а також перешкоджати конструктивному діалогу та пошуку рішень. Сучасна війна має інформаційну складову, де всі ці процеси виявлені найбільш виразно на сьогоднішній день. З боку окремих пропагандистів, ця діяльність, спрямована на знецінення людяності, здійснюється максимальним чином – страх і ненависть, відчай і надія переплітаються в спілкуванні людей, створюючи складні емоційні патерни. З розвитком цифрових технологій та соціальних мереж комунікація під час війни набула нового характеру – соціальні мережі дозволяють миттєво поширювати інформацію, організовувати акції та демонстрації, а також висловлювати громадську думку, однак, вони також стають майданчиком для поширення пропаганди, що посилює комунікативні рефлексії. Сакралізація російського народу та свого командування здійснюється шляхом ствердження, що російський народ – благовісник, спаситель світу, хранитель традиційних цінностей, і, якщо є Путін – є Росія [Див.: Plokhy : 2023].

У сучасній інформаційній війні демонізація противника особливо яскраво проявляється в російській пропаганді: вороги зображуються як бездушні та жорстокі істоти, що загрожують безпеці та добробуту країни. Це дозволяє виправдовувати агресивні дії та мобілізувати населення на боротьбу з зовнішньою загрозою. Феномен знеособлення значною мірою пов'язаний з військовими традиціями, які беруть свій початок у Першій світовій війні, коли ворог зображувався в карикатурному вигляді. Образ ворога має давні традиції, в тому числі й у журналістиці, це може бути пов'язано з багатьма сферами людської діяльності, в тому числі расовою, семітською, гендерною тощо, хоча основний контекст і тригер тут, безумовно, військовий.

Медіа відіграють важливу роль у створенні та просуванні образів героїв – журналістика під час війни не лише інформує суспільство про відбуваються події, але й висуває на перший план історії людей, які демонструють виняткову мужність і самовідданість. Історії про героїв справляють сильний психологічний вплив на суспільство – вони допомагають людям справлятися з тривогою та страхом, викликаними війною, і вселяють надію, вони допомагають підтримувати моральний дух і надихати інших на подвиги. Герої стають символами стійкості та сили, надихаючи інших на активні дії та підтримку, слід також врахувати, що в умовах війни пропаганда часто використовує образи героїв для мобілізації населення та посилення патріотичних настроїв. Державні та незалежні медіа поширюють історії про військових та цивільних осіб, які здійснюють подвиги, щоб підтримати бойовий дух і зміцнити національну ідентичність. Журналісти відіграють ключову роль у документуванні героїчних вчинків – вони фіксують і передають інформацію про події, що дозволяє зберегти пам'ять про героїзм для майбутніх поколінь, і це також допомагає запобігти спотворенню історії та підтримувати правдиве висвітлення війни [Ishchuk : 2024].

Напевно, російсько-українська війна може активізувати дезінтеграційні процеси та актуалізує артикуляцію проектів розвалу та розпаду РФ на окремі національно-державні утворення, починаючи з найбільш депресивних – Якутія, Саха, Тува, Бурятія, Калмикія, Сахалін, Далекий Схід тощо. Дегуманізація РФ може спричинити можливість громадянської війни, маючи на увазі недавню спробу державного заколоту в РФ, несподіване захоплення Воронежа та Ростова, як і посилення ксенофобії всередині Росії. Тут залучаються і ксенофобські мотиви, маючи на увазі наявність антисемітських, антикавказьких та антиєлїтних очікувань та настроїв. Як відомо, традиційно російський бунт ініціювався та інспірувався етнічними неросіянами – серед них Кіндрат Булавін, Фелікс Юсупов, Григорій Распутін, жовтневий переворот також робили особи угорського, латиського, чеського походження, більшу частину Політбюро склали громадяни єврейського походження, яким був і, ймовірно, Євген Пригожин. Антисемітську налаштованість та періодичну

ескалацію сучасного світового співтовариства теж важко не помітити, особливо в контексті Ізраїльсько-Ліванських воєн [Levi : 2023].

Серед прикладів гуманізації сучасного суспільства – надання безпрецедентної гуманітарної допомоги більш як 6 мільйонам українських біженців у Європі. На останньому засіданні ПАРЄ 13 жовтня 2024 року Парламентська асамблея Ради Європи ухвалила резолюцію, якою визнала російський режим терористичним, а також закликала світ надати нашій країні зброю для захисту. Слід згадати широку світську, а також благодійну, філантропічну та волонтерську діяльність католицької організації Карітас та багатьох інших церковних та релігійних організацій – це приклади гуманізації сучасного міжнародного порядку денного.

По всій ймовірності, Семюель Гантінгтон виявився в значній мірі правим як у своєму знаменитому історико-філософському трактаті «The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order», особливо в главі «Russia and its near abroad», де він запропонував три можливі сценарії російсько-українських відносин, включаючи прямий збройний конфлікт між країнами, який і відбувся. У випадку російсько-української війни одна слов'янська переважно православна країна напала на іншу переважно таку ж країну, до того ж дивує запеклість, безмежна ненависть і агресія геополітичних сусідів, які стали запеклими і смертельними ворогами.

Висновки. Перед викликом сучасної війни журналісти відіграють важливу роль у наданні інформації про майбутні конфлікти, і їхнє завдання – донести до аудиторії об'єктивні та точні дані про політичну обстановку, ескалацію між країнами та можливі загрози. Журналісти мають бути готові до ризику, але при цьому залишатися вірними своїм професійним принципам, їхня робота допомагає суспільству

розуміти складні події та вплив війни на світ. Важливо підтримувати незалежність журналістики та поважати тих, хто ризикує своїм життям, щоб донести до нас правду про війну, адже журналістика – це інструмент, який може допомогти людям дізнатися правду про війну, вона може допомогти захистити права людини і зробити світ більш справедливим.

Журналістика відіграє важливу роль у сучасному світі, будучи джерелом інформації, інструментом контролю влади та платформою для діалогу. В умовах сучасних війн роль журналістики зростає багаторазово, оскільки журналісти повинні бути готові до нових викликів і працювати, щоб суспільство отримувало достовірну та об'єктивну інформацію. Важливою роллю журналістики є запобігання конфліктам: журналістика перед війною може сприяти запобіганню конфліктів, якщо вона активно намагається знайти мирні рішення.

Вивчення комунікативних стратегій під час війни допомагає зрозуміти, як формуються і змінюються суспільні настрої, що особливо важливо для політиків, військових і соціологів. Для успішного ведення інформаційної війни необхідно розробляти ефективні стратегії комунікації, базуючись на вивченні існуючих практик і методів – розуміння емоційних аспектів комунікації під час війни дозволяє розробляти програми психологічної допомоги для постраждалих. В умовах інформаційної війни важливо підвищувати рівень медіаграмотності населення, щоб люди могли критично оцінювати отримувану інформацію. Важливим аспектом є вивчення етичних норм і відповідальності медіа та користувачів соціальних мереж за поширення інформації в умовах війни. Комунікаційні рефлексії під час війни мають глобальне значення, оскільки інформація про конфлікти швидко поширюється по всьому світу, впливаючи на міжнародні відносини та громадську думку.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ishchuk, A., Khrypko, S., Palinchak, M., Dobrodom, O., Spudka, I. The sign-symbolic evolution of heroism: exploring the intersection of pop philosophy and postmodern linguistics in the phenomenon of the heroic personality. *Synesis*, 2024. v. 16, n. 2. P. 33–46.
2. Levi Hana, J. Israel Warns Citizens, Jews Worldwide: Hide Jewish Identity, Don't Travel Unless Essential. 2023. URL: <https://www.jewishpress.com/news/israel/government-israel/israel-warns-citizens-jews-worldwide-hide-jewish-identity-dont-travel-unless-essential/2023/11/04/>
3. Plochy S. The Russo-Ukrainian War: The Return of History. NY: W. W. Norton & Company. 2023. 400 p.

REFERENCES

4. Ishchuk, A., Khrypko, S., Palinchak, M., Dobrodum, O., Spudka, I. (2024). The sign-symbolic evolution of heroism: exploring the intersection of pop philosophy and postmodern linguistics in the phenomenon of the heroic personality. *Synesis*, v.16, n.2. P.33-46.
 5. Levi Hana, J. (2023). Israel Warns Citizens, Jews Worldwide: Hide Jewish Identity, Don't Travel Unless Essential. URL: <https://www.jewishpress.com/news/israel/government-israel/israel-warns-citizens-jews-worldwide-hide-jewish-identity-dont-travel-unless-essential/2023/11/04/>
 6. Plokhly S. (2023). *The Russo-Ukrainian War: The Return of History*. NY: W. W. Norton & Company. 400 p.
-

O. V. DOBRODUM

*DSc, Professor, Professor at the Department of Journalism and Advertising,
State Trade and Economic University, Kyiv, Ukraine
E-mail: dobrodum.olga@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-7651-4946>*

E. I. MARTYNIUK

*PhD in Philosophy, Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Cultural Studies and Philosophy of Culture,
National University "Odesa Polytechnic", Odesa, Ukraine
E-mail: eduardmartinuk@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0001-5904-2721>*

O. E. NYKYTCHENKO

*PhD in Philosophy, Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Cultural Studies and Philosophy of Culture,
National University "Odesa Polytechnic", Odesa, Ukraine
E-mail: eduardmartinuk@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0001-5904-2721>*

COMMUNICATIVE REFLECTIONS DURING WAR: THE IMAGE OF THE ENEMY IN MODERN MEDIA

The article analyzes communicative reflections during the Russian-Ukrainian war, asserting that modern media often use enemy images that can influence event perception and public opinion formation, while also serving as a powerful tool for manipulating public opinion and mobilizing support. It is noted that during the war, communication is often accompanied by high emotional intensity – fear and hatred, despair and hope intertwine in people's interactions, creating complex emotional patterns.

It is emphasized that in the face of modern warfare, journalists play an important role in providing information about future conflicts, and their task is to convey objective and accurate data about the political situation, escalation between countries, and potential threats to the audience. Journalists must be prepared to take risks, but at the same time, remain true to their professional principles; their work helps society understand complex events and the impact of war on the world. It is important to support the independence of journalism and respect those who risk their lives to bring us the truth about war, as journalism is a tool that can help people learn the truth about war, protect human rights, and make the world more just.

Journalism plays an important role in the modern world, serving as a source of information, a tool for power control, and a platform for dialogue. In the context of modern wars, the role of journalism multiplies, as journalists must be prepared for new challenges and work to ensure that society receives accurate and objective information. An important role of journalism is conflict prevention: journalism before a war can help prevent conflicts if it actively seeks peaceful solutions. The study of communication strategies during wartime helps to understand how public sentiments are formed and change, which is particularly important for politicians, military personnel, and sociologists.

Key words: communicative reflections, media, journalism, war, society, personality.