

Міністерство освіти та науки України  
Національний університет «Києво-Могилянська академія»  
Факультет соціальних наук та соціальних технологій  
Кафедра зв'язків з громадськістю

Кваліфікаційна робота  
Освітній ступінь – магістр

На тему: **«ОСОБЛИВОСТІ УРЯДОВИХ КОМУНІКАЦІЙ В УМОВАХ  
РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ»**

Виконала: студентка 2-го року навчання  
ОНП «Зв'язки з громадськістю»  
Чернявська Софія Олексіївна  
Науковий керівник: Зінченко А.Г.к.і.н, доцент  
кафедри зв'язків з громадськістю  
Рецензент: Зубрицька Л.Й., к.п.н.,  
доцент кафедри політології НаУКМА

Кваліфікаційна робота захищена з оцінкою

---

Секретар ЕК

---

«\_\_\_\_\_» 2023 р.

Київ 2023

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
Розділ I. Концептуальні засади дослідження УРЯДОВИХ КОМУНІКАЦІЙ .....	7
1.1 Виникнення та визначення поняття комунікація.....	7
1.2 Сутність урядових комунікацій та їх особливості .....	11
1.3 Особливості урядових комунікацій в умовах кризи .....	16
Розділ II Урядові комунікації в Україні в умовах війни .....	21
2.1 Урядові комунікації в Україні під час війни .....	21
2.2 Канали та інструменти урядових комунікацій під час війни в Україні .....	30
Розділ III Дослідження комунікації Офісу Президента та Міністерства Оборони в період війни .....	41
3.1 Методологія проведення дослідження .....	41
3.2 Комунікація Володимира Зеленського в період війни .....	42
3.3 Комунікація Офісу Президента в умовах війни.....	59
3.4 Комунікація Міністерства оборони України під час війни .....	65
ВИСНОВКИ .....	74
ВИКОРИСТАНІ ДЖЕРЕЛА.....	81

## ВСТУП

### Актуальність:

Вдало побудовані урядові комунікації є необхідним елементом у функціонуванні держави, який поєднує між собою владу та суспільство. На відміну від будь-якої іншої сфери, комунікації в державних структурах мають набагато більший рівень відповідальності та значущості, адже спрямовані на інформування та діалог з громадськістю. Діяльність органів державної влади має безпосередній вплив на суспільство та привертає увагу всієї міжнародної спільноти, що надалі визначає рівень демократії в країні. Саме тому інформація, яку транслює влада має великий вплив на життя кожного з нас.

З початком повномасштабного вторгнення на територію України необхідність у налагодженій комунікації уряду стала одним з пріоритетних напрямків у боротьбі проти ворога. Кількість дезінформації та фейків, які охопили суспільство була і є досі надзвичайно великою. Кожного дня ми знаходимось у величезній інформаційній бульбашці, в якій фільтрувати інформацію дуже важко через її значні обсяги. Пропаганда, маніпуляції та фейки, які поширює країна терорист спрямовані на ще більшу дестабілізацію країни, але вже у нашому медіапросторі. Боротьба з ворогом на інформаційному фронті є дуже важливим аспектом у боротьбі за незалежність нашої країни в цілому, і в цій боротьбі бере участь кожен з нас. Як сказала заступниця Міністра Оборони України Ганна Маляр, в інформаційній війні беруть участь не тільки вповноважені особи, а й звичайні громадяни<sup>1</sup>. Вся інформація, яку ми бачимо та споживаємо кожного дня має безпосередній вплив на настрої в суспільстві, рівень поінформованості й обізнаності населення країни. Якщо наш інформаційний простір буде захоплений і суспільство не матиме альтернативних джерел інформації, а головне не матиме

---

<sup>1</sup> Маляр Г. Сьогодні інформаційна війна — це стрижнева конструкція будь-якої війни — Ганна Маляр [Електронний ресурс] / Ганна Маляр. — 2023. — Режим доступу до ресурсу: <https://armyinform.com.ua/2023/02/27/sogodni-informacijna-vijna-cze-stryzhneva-konstrukciya-bud-yakoyi-vijny-ganna-malyar-2/>.

знань як розрізнити достовірну інформацію від фейкової вистояти в цій війні буде дуже складно.

В умовах, в яких перебуває Україна сьогодні, урядові комунікації є стрижнем на якому тримається весь інформаційний простір. Саме уряд має контролювати всі інформаційні потоки в країні, бути джерелом надання чіткої, продуманої, перевіреної та погодженої між усіма владними структурами інформації.

**Проблематика** – комунікація між урядом та суспільством у форматі діалогу є показником високого рівня демократії в країні. До 2019 року урядова комунікація була слабкою, не структурованою та потребувала докорінної зміни й реформування. Така комунікація створювала бар'єр між владою та народом, що впливало на суспільні настрої в країні. З початком повномасштабної війни перед урядом України постало важливе завдання – максимально оперативно трансформувати свою комунікацію так, щоб задовольнити потреби суспільства та захистити інформаційний простір країни. На сьогодні тема урядових комунікацій під час війни в Україні дуже мало розкрита, враховуючи те, що військові дії на території країни почались ще у 2014 році. Недостатня кількість досліджень на цю тему не дає повного розуміння процесу трансформації урядових комунікацій в період з 2014-2023 рік.

**Мета роботи:** на основі аналізу урядових комунікацій в період повномасштабного вторгнення РФ на територію України, розробити рекомендації центральним органам влади щодо покращення комунікації з населенням України.

**Для досягнення цієї мети потрібно вирішити такі завдання:**

1. Охарактеризувати сутність та особливість урядових комунікацій;
2. Дослідити особливості урядових комунікацій в кризових умовах;
3. Визначити канали та інструменти урядових комунікацій під час війни в Україні;
4. Проаналізувати урядові комунікації в Україні під час повномасштабного вторгнення;
5. Дослідити особливості комунікації Офісу Президента та Міністерства Оборони України;

6. Розробити рекомендації центральним органам влади щодо покращення комунікації з населенням України.

**Об'єкт** – урядові комунікації.

**Предмет** – урядові комунікації під час повномасштабного вторгнення РФ на територію України.

### **Методологія дослідження**

Методологія дослідження містить якісний та кількісний контент-аналіз таких соціальних мереж як Instagram, Twitter, Facebook, YouTube Володимира Зеленського, Андрія Єрмака, Міністерства Оборони України, Центру протидії дезінформації, Центру стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки. В роботі також були застосовані такі методи дослідження: історичний – для визначення етапів виникнення та розвитку понять «комунікація» та «урядова комунікація», порівняльний аналіз урядової комунікації в Україні на різних етапах, метод спостереження за проведенням урядової комунікації в соціальних мережах та онлайн медіа від початку 24 лютого 2022 року. Робота містить методи аналізу, синтезу та узагальнень.

### **Джерельна база**

Джерельну базу складають соціологічні дослідження проведені соціологічною службою Центру Разумкова, фондом Демократичні ініціативи імені Ілька Кучеріва, ГО «Детектор Медіа», Київським міжнародним інститутом соціології та соціологічною групою Рейтинг. В роботі також використовувались дослідження USAID-Internews, звіт Edelman Trust Barometer за 2022 рік, дослідження ІТ компанії GlobalLogic та дослідження руху ЧЕСНО. Теоретичну базу для роботи склали статі, праці, цитати та тези таких авторів як Георгій Почепцов, Чарльз Кулі, Герберт Спенсер, Клод Шеннон, Уорен Вівер, Дж. Хаймс, Л.Баркер, Ф.Денс, К.Ларсон, Маршал Маклуен, Яценко Ганна, Л. Орбан-Лембрик, Вів'єн Уокер, Мартін Ясько, Тетяна Андрійчук, Марія Зубарева, Юлія Матвеева, Олександр Паніотто, Андре Гетель, Гассо Мансфельд.

### **Структура**

Робота складається з трьох розділів та семи підрозділів, висновків, списку використаної літератури, додатків та анотації. Загальний обсяг роботи складає 90 сторінок. У першому розділі розглядається виникнення та розвиток поняття комунікація та урядова комунікація. Також у першому розділі проаналізовані особливості урядових комунікацій в умовах кризи. У другому розділі розглядається урядова комунікація в Україні під час війни, а також аналізуються канали та інструменти урядових комунікацій під час війни. Третій розділ – це дослідження комунікації та комунікаційних каналів Офісу Президента та Міністерства Оборони України, зокрема Володимира Зеленського та Андрія Єрмака.

# РОЗДІЛ І. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ УРЯДОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

## 1.1 Виникнення та визначення поняття комунікація

Початково виникнення комунікації було пов'язане з еволюцією людської речової діяльності та розвитком соціальної організації. Перші форми комунікації між людьми полягали в простих жестах та звукових сигналах, які використовувалися під час спільної діяльності. Надалі, люди почали використовувати прості символи, наприклад, зображення на стінах печер, для передачі більш складних повідомлень. Розвиток мови, що розпочався багато тисяч років тому був важливим етапом у створенні складніших форм комунікації, таких як грамота, друк, телефонія та інтернет-комунікація. Сьогодні, з розвитком комунікаційних технологій, людство має можливість ефективно обмінюватися інформацією в будь-який час та в будь-якому місці.

Аналізуючи довідкову наукову літературу можна зробити висновок, що поняття «комунікація» почало вживатись авторами на початку ХХ століття. В першу чергу це зумовлено виникненням нових технічних засобів зв'язку, завдяки яким людина могла передавати інформацію на великі відстані. Появу поняття «комунікація», яке почали використовувати в науковій літературі пов'язують Чарльзом Кулі, одним з основоположників американської соціології. Він зазначав про те, що *«під комунікацією розуміється механізм, за допомогою якого стає можливим існування й розвиток людських відносин – усі символи розуму разом зі способами їх передачі в просторі й збереження в часі. Вона містить у собі міміку, спілкування, жести, тон голосу, слова, письменність, друк, телеграф, телефон і самі останні досягнення по завоюванню простору й часу. Чіткої межі між засобами комунікації й іншим зовнішнім світом не існує. Разом з народженням зовнішнього світу з'являється система стандартних символів, призначена тільки*

для передачі думок, з неї починається традиційний розвиток комунікації».<sup>2</sup> Перший крок в обґрунтуванні поняття «комунікація» зробив англійський економіст А.Сміт, який висунув ідею про «поділ праці», яка надалі була сформульована як наукова гіпотеза. Суть ідеї полягає в тому, що важливою передумовою будь-якого поділу праці є комунікація. Саме завдяки їй можливо правильно організувати колективну працю й структурувати соціально-економічну активність в суспільстві. Відтак створення потоку товарів та праці потребувало розвитку й підтримки усіх можливих засобів комунікації, до яких згодом почали відносити газети та телеграфи. У ХІХ столітті з'явилися перші соціологічні теорії, в яких зазначалось про комунікацію як необхідний елемент існування та розвитку суспільства. Англійський філософ та соціолог Герберт Спенсер у своїй роботі «Західно-європейська соціологія ХІХ століття» розвинув думку про те, що суспільство є органічним та являє собою єдиний організм, а засоби комунікації є нервовою системою суспільства, яка робить можливою взаємодію всіх його елементів.<sup>3</sup>

Клод Шеннон, американський математик та інженер, разом зі своїм колегою Уорреном Вівером, у 1948 році опублікував статтю «*A Mathematical Theory of Communication*», в якій розробили математичну модель, яка дозволяла оцінювати кількість інформації, що передається через комунікаційний канал. Ця модель стала фундаментом для подальших досліджень у галузі комунікації та інформації. Таким чином, Клода Шеннона вважають основоположником теорії комунікації.<sup>4</sup>

В житті кожної людини комунікація та спілкування відіграють важливу роль і є засобом реалізації та забезпечення взаєморозуміння між людьми, сприяючи досягненню ними спільних ідей та цілей. На сьогодні існує багато трактувань поняття «комунікація», вчені дотепер не дійшли до спільної згоди у визначенні цього терміну. Так, наприклад, Дж. Хаймс зазначав, що загалом комунікацію як таку доволі важко визначити, існують тільки загальні характеристики, яким вона

---

<sup>2</sup> Чаплай І.В. КОМУНІКАЦІЯ В ДЕРЖАВІ ТА СУСПІЛЬСТВІ: ТЕРМІНОЗНАВЧІ АСПЕКТИ / Чаплай І.В. // Державне управління: удосконалення та розвиток. – 2017. – №8.

<sup>3</sup> Державно-громадянська комунікація: шлях від кризи до взаємодії: монографія / [В. М. Козаков, О. В. Рашковська, В. А. Ребкало, Є. О. Романенко, І. В. Чаплай]. — Київ: ДП «Вид. дім “Персонал”, 2017. — 288 с. — Бібліогр. : с. 267–287. — (Серія “Публічне адміністрування”; вип. 1).

<sup>4</sup> Shannon C. A Mathematical Theory of Communication [Електронний ресурс] / Clod Shannon – Режим доступу до ресурсу: <https://people.math.harvard.edu/~ctm/home/text/others/shannon/entropy/entropy.pdf>.

може відповідати в конкретній реалізації.<sup>5</sup> А Л.Баркер визначив комунікацію як процес взаємопов'язаних елементів, що працюють разом щоб досягти необхідного результату або мети. У своєму визначенні автор наголосив саме на характері процесу та підкреслив, що це динаміка, яка немає кінця<sup>6</sup>.

Проаналізувавши 126 дефініцій поняття «комунікація», американські вчені Ф.Денс та К.Ларсон визначили, що на цей час термін має три основні дефініції:

1. Комунікація як засіб зв'язку будь-яких об'єктів матеріального і духовного світу;
2. Комунікація, як спілкування у процесі якого люди можуть обмінюватись інформацією;
3. Комунікація, як передача й обмін інформацією з метою впливу на суспільство;<sup>7</sup>

Георгій Почепцов у своїй роботі «Теорія Комунікації» визначив комунікацію, як процес прискорення обміну інформацією. Це поняття відрізняється від усіх інших дефініцій і виникає питання, чому автор вжив саме термін «прискорення». Георгій Почепцов пояснив це тим, що кожен учасник комунікативного акту хоче як можна швидше дійти до істини та відкинути всі можливі неправдиві судження, що продукує комунікатор. За його словами всі засоби масової комунікації створені для того, щоб прискорити процес інформування. Відтак, комунікацію можна визначити як свідоме прискорення процесів інформаційного обміну, через що ефективність таких обмінів збільшується.<sup>8</sup> Отже, підсумовуючи можна зробити висновок, що комунікація – це процес обміну інформацією, який складається з таких елементів як:

1. Відправник інформації/повідомлення – суб'єкт, який формує зміст та структуру повідомлення;

---

<sup>5</sup> Почепцов Г. Теорія Комунікації / Георгій Почепцов. – Київ: Спілка рекламистів України, 1996. – 175 с.

<sup>6</sup> Почепцов Г. Теорія Комунікації / Георгій Почепцов. – Київ: Спілка рекламистів України, 1996. – 175 с.

<sup>7</sup> Конспект лекцій з дисципліни «Соціальні комунікації в управлінні» для студентів всіх спеціальностей / Укладач: К.Ю. Богомаз. – Дніпродзержинськ, ДДТУ, 2016. – 84 с.

<sup>8</sup> Почепцов Г. Теорія Комунікації / Георгій Почепцов. – Київ: Спілка рекламистів України, 1996. – 175 с.

2. Повідомлення – інформація, яке за допомогою різних символів кодується та передається відправником;
3. Канали зв'язку – усі можливі засоби комунікації;
4. Декодування – переклад отриманого повідомлення одержувачем;
5. Одержувач – особа, яка отримує інформацію та декодує повідомлення, що надалі впливає на результативність комунікації, яка відбулась<sup>9</sup>;

Проте, деякі дослідники трактують поняття комунікації не тільки як процес передачі інформації. Так у своїй науковій роботі «Комунікаційні процеси в суспільстві» українська науковиця Єрмакова З., посилаючись на працю Яценко Ганни «Комунікаційна складова дистанційного навчання: аналіз поняття та рівні реалізації» визначила комунікацію як переміщення психічних сутностей, таких, наприклад, як ідеї, думки або значення. А за характеристикою українського психолога Л. Орбана-Лембрика комунікація передбачає існування одного єдиного комунікативного простору, в якому всі учасники комунікативного процесу є активними суб'єктами взаємного інформування. За словами дослідника вся інформація об'єднує учасників у єдину інформаційну бульбашку, а ефективність комунікації можна виміряти результатом впливу партнерів одне на одного.<sup>10</sup>

Таким чином, комунікація відіграє важливу та складну роль у розвитку суспільства. З одного боку, вона є демократичним інструментом для стратегічного розвитку суспільства, а з іншого - суспільство як соціальна реальність саме створює та розвиває комунікативні зв'язки. У такому контексті комунікація є ефективним демократичним ресурсом для створення та підтримки відповідних комунікативних систем, які впливають на управління, виробничу діяльність, міжкультурні відносини, історичний розвиток, соціальну структуру та інші аспекти суспільного життя.

---

<sup>9</sup>М. С. Яценко. До питання про визначення понять «спілкування», «комунікація» та їхнє співвідношення / М. С. Яценко, Л. М. Вежель. – 2012. – №1. – С. 49–53.

<sup>10</sup> Єрмакова З.І. Комунікаційні процеси в суспільстві / Єрмакова З.І. // 8. – 2011. – №4. – С. 43–51.

## 1.2 Сутність урядових комунікацій та їх особливості

Давньогрецький філософ Аристотель визначив необхідність комунікації у формуванні та становленні перших держав. У своїх працях він говорив про те, що основою будь-якого добровільного об'єднання людей є спілкування про спільні інтереси. Заради забезпечення своїх потреб люди об'єднувались у сім'ї, спільноти та перші держави, все це відбувалось внаслідок спілкування. Саме тому роль урядових комунікацій надзвичайно важлива, адже формує очікування громадян відносно своїх спільних благ.<sup>11</sup>

Діяльність та функціонування будь-якого органу державної влади залежить від ефективно налагодженої комунікації з суспільством. Урядова комунікація виступає в ролі регуляторного та координаційного механізму між державою та громадськістю і забезпечує стабільність в суспільстві в цілому. Вів'єн Уокер науковий співробітник Центру наукових досліджень близького сходу сказала про урядові комунікації так: *«Ефективні урядові комунікації дозволяють пояснити поточну ситуацію і спрогнозувати національні стратегічні цілі для того, щоб інформувати та впливати на внутрішні та міжнародні аудиторії. У сьогоденному складному медіасередовищі держави повинні постійно і прозоро повідомляти факти, чітко формулювати політичні ініціативи та переконливо просити про підтримку конкретних дій. Державні комунікатори є хранителями довіри своєї країни, і, в кінцевому підсумку, легітимності у світовому медіапросторі»*. А Мартін Ясько, експерт у сфері державного управління Естонії зазначив, що урядові комунікації є невіддільною частиною державного управління і всі люди заслуговують на належне адміністративне управління, а метою урядових комунікацій в першу чергу є його покращення. За його словами основними викликами, які стоять перед фахівцями урядових комунікацій є коректне розуміння суспільством інформації,

<sup>11</sup> Ломаткіна Т. СВІТОВІ ВИКЛИКИ, ЩО ПОСТАЛИ ПЕРЕД УРЯДОВИМИ КОМУНІКАЦІЯМИ: ТЕЗИ ДО ДИСКУСІЇ [Електронний ресурс] / Т.А Ломаткіна. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <file:///Users/cherniavskaya/Downloads/13-Article%20Text-41-1-10-20191105.pdf>.

яку поширює влада.<sup>12</sup> Згідно зі стратегією інформаційної безпеки, яка була затверджена Президентом України у 2021 році, урядова комунікація – це «комплекс заходів, що передбачають діалог уповноважених представників Кабінету Міністрів України з цільовою аудиторією з метою роз'яснення урядової позиції та/або політики з певних проблемних питань».<sup>13</sup>

Отже, можна зробити висновок, що урядові комунікації – це процес передачі інформації від уряду до суспільства та взаємодія з ним. Процес взаємодії з громадськістю заснований на використанні різних комунікаційних стратегій та інструментів. Багато хто визначає урядову комунікацію як процес побудови відносин між громадськістю та урядом задля отримання електоральних переваг та підтримки. Але якщо розглядати урядову комунікацію саме з цієї точки зору, для того, щоб зберегти прихильність та довіру громадськості, уряду необхідно вести безперервний діалог з суспільством протягом тривалого часу, а це своєю чергою потребує більш активного підходу до комунікації, а не тільки технічного. У дослідженні комунікаційної стратегії урядових комунікацій Великобританії зазначається, що урядові комунікації відіграють таку ж саму роль у державі як законотворча, фіскальна та оподаткувальна. Комунікація є одним із основних важелів за допомогою яких уряд може впливати на зміни в країні.<sup>14</sup> Науковиця Тетяна Андрійчук у своїй роботі про комунікаційний супровід публічної політики визначила три ключові складники урядової комунікаційної діяльності серед яких:

1. Інформування суспільства та оперативне надання повного доступу до інформації усім цільовим групам громадськості про діяльність уряду та посадових осіб, які беруть участь у прийнятті державних рішень;
2. Ведення комунікації для посилення публічної політики, шляхом застосування правового регулювання, фінансових інструментів (податки,

---

<sup>12</sup> КОМУНІКАЦІЇ В ОРГАНАХ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ / [Н. Бондаренко, Г. Гончарик, О. Грязнова та ін.]. – Київ: Government Communication Handbook, 2016. – 100 с.

<sup>13</sup> Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 15 жовтня 2021 року "Про Стратегію інформаційної безпеки" [Електронний ресурс]. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: [https://ips.ligazakon.net/document/u685\\_21?an=1](https://ips.ligazakon.net/document/u685_21?an=1).

<sup>14</sup> GOVERNMENT COMMUNICATION SERVICE STRATEGY [Електронний ресурс]. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://strategy.gcs.civilservice.gov.uk/wp-content/uploads/2022/05/gcs-strategy-2022-25.pdf>

субсидії тощо) та запровадження інфраструктурних змін, що спрямовані на забезпечення бажаної поведінки з боку громадян. Як приклад можна навести комунікаційні кампанії в інформуванні щодо порядку надання громадянам субсидій або стимулювання платити податки;

3. Комунікативний супровід публічної політики. Ця складова комунікаційної діяльності передбачає налагодження ефективного зв'язку на всіх етапах створення та реалізації публічної політики: включаючи визначення та аналіз проблем, розгляд альтернативних рішень, розроблення та ухвалення рішень, їх реалізацію, моніторинг результатів та оцінювання політики.

У цьому контексті авторка вважає, що комунікативний супровід публічної політики є найбільш пріоритетним напрямком урядових комунікацій, адже саме від комунікативного супроводу залежить те, наскільки позитивно буде сприйматись публічна політика. А це має безпосередній вплив на легітимність політичного управління як такого.<sup>15</sup>

Загалом, в літературі зазначається, що ефективність урядових комунікацій базується на таких принципах як:

1. Прозорість;
2. Достовірність наданої інформації;
3. Нейтральність;
4. Актуальність;
5. Чесність;

Мова спілкування уряду з суспільством має бути:

1. Чіткою;
2. Простою;
3. Точною;

---

<sup>15</sup> Тетяна Андрійчук. КОМУНІКАТИВНИЙ СУПРОВІД ПУБЛІЧНОЇ ПОЛІТИКИ ЯК СКЛАДНИК СТРАТЕГІЧНИХ УРЯДОВИХ КОМУНІКАЦІЙ У ДЕМОКРАТИЧНОМУ СУСПІЛЬСТВІ / Тетяна Андрійчук. – 2019. – №27. – С. 55–62.

#### 4. Зрозумілою для всіх громадян;

У посібнику для державних службовців «Комунікаційний інструментарій», який був створений за підтримкою Європейського Союзу визначили ключові функції урядових комунікацій:

- Інформувати громадян про діяльність влади та заплановані реформи;
- Надавати суспільству точну та доповнену інформацію про діяльність влади та ініціативи, які проводяться;
- Інформувати громадськість про те, як вони можуть отримати доступ до державних сервісів та послуг;
- Забезпечити впізнаваність урядових установ;
- Вести комунікацію державною мовою та мовою нацменшин;
- Надавати інформацію у різних формах задля задоволення потреб широкої аудиторії;
- Забезпечити рівний доступ до інформації для всіх громадян;
- Забезпечити налагоджену співпрацю між усіма державними установами задля ефективної комунікації з громадськістю;
- Інформувати суспільство та бізнес щодо змін у законодавстві;
- Забезпечити безперервне інформування громадськості під час кризових ситуацій;
- Покращити репутацію України на міжнародній політичній арені;<sup>16</sup>

Додатково можна виділити ще п'ять функцій, які мають виконувати урядові комунікації:

- Консервативна: функція, яка спрямована на збереження положення держави та сприяє стабільному існуванню державної системи;
- Соціалізаційна: функція, яка спрямована на підвищення політичної обізнаності громадян;

---

<sup>16</sup> Комунікаційний інструментарій для державних службовців / Людмила Косар, Яніс Камініс, Етель Халісте та ін.]. – Київ, 2018. – 129 с.

- Інтегральна: функція, яка пов'язана із запровадженням державної політики, яка враховує інтереси кожного учасника суспільної системи та узгодженню управлінських рішень на всіх можливих рівнях;
- Мобілізаційна: функція, яка спрямована на забезпечення та підтримку прийнятих управлінських рішень громадськістю;
- Координувальна: функція, яка забезпечує координацію у зв'язках між владою та суспільством;<sup>17</sup>

Усі функції, які виконують урядові комунікації відіграють важливе значення у функціонуванні держави як єдиного соціального механізму. Зрозуміло, що для різних країн кожна з вище наведених функцій урядової комунікації по-своєму важлива в залежності від політичної системи та ситуації, яка відбувається в державі. Сьогодні для України налагодження комунікації між владою та суспільством є надзвичайно пріоритетним напрямком, адже за даними соціологічних досліджень рівень довіри до уряду на досить низькому рівні. Згідно з дослідженням, яке було проведене соціологічною службою Центру Разумкова, станом на березень 2023 року кількість людей, що довіряють уряду становить лише 50%. Найбільш поширеними причинами недовіри громадян до уряду стала корупція.<sup>18</sup> Хоч в порівнянні з минулими роками показник збільшився, але цього не вистачає для того, щоб з впевненістю сказати, що влада на всі 100% справляється із своїми обов'язками, а громадськість задоволена державною політикою.

---

<sup>17</sup> Дзяна Г. О. Теорія та практика державного управління / Дзяна Г. О, Дзяний Р. Б. // 2. – 2017. – №57. – С. 16.

<sup>18</sup> Оцінка громадянами ситуації в країні та дій влади, довіра до соціальних інститутів (лютий–березень 2023р.) [Електронний ресурс]. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: [https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/otsinka-gromadianamy-sytuatsii-v-kraini-ta-dii-vlady-dovira-do-sotsialnykh-instytutiv-liutyi-berezen-2023r?fbclid=IwAR3\\_TfIE594-9W170RzHSSH0VRdgEkknUkHXA7Y-GeVyc3x6zdG0uk4\\_ms](https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/otsinka-gromadianamy-sytuatsii-v-kraini-ta-dii-vlady-dovira-do-sotsialnykh-instytutiv-liutyi-berezen-2023r?fbclid=IwAR3_TfIE594-9W170RzHSSH0VRdgEkknUkHXA7Y-GeVyc3x6zdG0uk4_ms).

### 1.3 Особливості урядових комунікацій в умовах кризи

Для того, щоб більш детально перейти до аналізу особливостей урядових комунікацій в кризових умовах, в першу чергу варто визначити що являє собою саме поняття криза та як її визначити. Під час пошуку інформації виявилось, що тлумачень цього поняття у різних галузях науки доволі багато і різні автори трактують його опираючись на специфіку свого бекграунду та досвіду у тій чи іншій сфері діяльності.

Сам вираз «криза» походить від грецького слова «*crisis*», яке трактувалось як «вирок або рішення». Першим це поняття використовувалось у медицині, а з початку XVII-XVIII століття термін криза почав використовуватись відповідно до процесів, які відбувались в суспільстві. Наприклад, військові, економічні або політичні кризи.<sup>19</sup> Академічний тлумачний словник визначає кризу як *«різку зміну звичайного стану речей, злам або загострення становища»*.<sup>20</sup> Марія Зубарева у своєму навчальному посібнику з Прикладних антикризових PR-технологій визначила кризу як *«стан функціонування системи під дією негативних факторів, який передбачає зміну однієї або кількох її суттєвих характеристик зі збереженням хоча б частки життєздатності цієї системи»*.<sup>21</sup>

Через те, що поняття «криза» має значну кількість визначень, багато хто вважає що трактування цього терміну залежить від специфіки та сфери його застосування. Наприклад, у науковій літературі наведені такі види криз:

- Політична криза – характеризується загостренням конфліктних ситуацій в політичному процесі країни;
- Екологічна криза – характеризується змінами в екосистемі;
- Криза державного управління – характеризується нестабільним станом політичної системи країни та переломним моментом у функціонуванні державних інституцій;

<sup>19</sup> Gizun A., Lozova I. Analysis of «crisis» definition and basic aspects of business continuing planning concept // Ukrainian Scientific Journal of Information Security, 2016, vol. 22, issue 1, p. 99-108.

<sup>20</sup> Академічний тлумачний словник [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://sum.in.ua/s/kryza>.

<sup>21</sup> Прикладні антикризові PR-технології : навч. посіб. / М. А. Зубарева. – Острог : Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2014. – 162 с.

- Воєнно-політична криза – загострення воєнно-політичної ситуації в країні або певному регіоні, що через неможливість врегулювання мирним шляхом переростає у воєнний конфлікт;

Автори С. Лавренов та І. Попов запропонували тлумачення воєнно-політичної кризи, розділивши окремо поняття воєнна та політична, щоб більш детально схарактеризувати її сутність. За їх визначеннями воєнна означає високу імовірність загострення конфлікту і його трансформацію у збройний. Цей аспект характеризується також безпосередньою, а іноді вирішальною участю та комунікацією уряду країни. Політичний аспект визначається наявністю декількох суперечностей (економічних, соціальних, національних тощо), які лежать в основі цієї кризи. Отже, підсумовуючи, можна зробити висновок, що воєнно-політична криза є однією з найбільш гострих фаз, яка може виникнути у державі та характеризується загрозою національним інтересам держави.<sup>22</sup>

Для того, щоб вдало подолати усі виклики, які постали перед владою, необхідно вдало вибудувати урядові антикризові комунікації, адже це є одним із ключових аспектів у вирішенні будь-яких дестабілізаційних ситуацій. Антикризова комунікація містить збір та розповсюдження інформації, яка необхідна для того, щоб цю кризу подолати. Юлія Матвеева, яка є експерткою з маркетингових комунікацій визначила чотири цілі, яким служить антикризова комунікація:

1. Інформування громадян шляхом надання своєчасної та правдивої інформації і доступ до неї без перешкод;
2. Управління громадською думкою про перехід кризи та надання інформації про те, як уряд з нею справляється;
3. Обмеження впливу кризи;
4. Забезпечення впевненості у майбутніх перспективах;<sup>23</sup>

Кризовою ситуацією можна назвати таку, що загрожує репутації та здатності надавати суспільству весь спектр послуг у повному обсязі. Як правило такі ситуації

---

<sup>22</sup> С.С Гута. THE TERMS "CRISIS CAUSED BY THE MILITARY POLITICAL FACTORS", "MILITARY POLITICAL CRISIS" THEORY OF GOVERNMENT / С.С Гута. – 2017. – №17. – С. 117–118.

<sup>23</sup> Матвеева Ю. Антикризові комунікації: час діяти [Електронний ресурс] / Юлія Матвеева. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: [https://biz.ligazakon.net/analytics/209268\\_antikrizov-komunkats-chas-dyati](https://biz.ligazakon.net/analytics/209268_antikrizov-komunkats-chas-dyati).

завжди привертають увагу медіа, що надалі може призвести до осуду громадськістю та міжнародними партнерами. Саме тому вкрай необхідно дуже швидко реагувати на кризи будь-якого характеру та масштабу й оперативно використовувати заздалегідь підготовану стратегію.

Згідно зі звітом Edelman Trust Barometer за 2022 рік, довіра до урядів в більшості країн світу значно знизилась. 66% опитаних респондентів з усього світу вважають, що уряд навмисно їх обманює та вводить в оману. (Див. Рисунок 1.3.1)



Рис. 1.3.1 Дані зі звіту Edelman Trust Barometer 2022 про довіру до уряду в різних країнах світу)

Виходячи з цього звіту можна побачити, що у 17 з 27 країн світу, серед яких проводилось дослідження рівень довіри до уряду впав. Лише у восьми країнах в порівнянні з 2021 роком довіра до урядових структур зросла. (Див. Рисунок 1.3.2)

### TRUST IN GOVERNMENT FALLS IN 17 OF 27 COUNTRIES

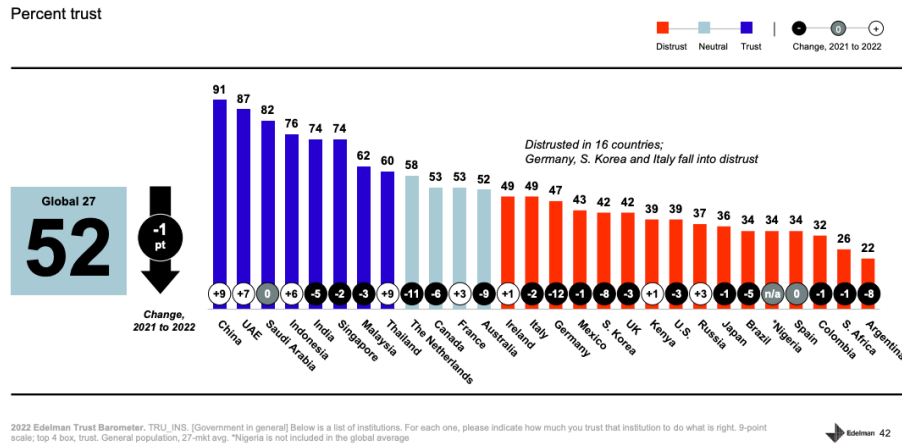


Рис. 1.3.2 Дані зі звіту Edelman Trust Barometer 2022 про довіру до уряду в різних країнах світу

61% опитаних респондентів більше довіряють бізнесу, ніж уряду – 52%. І вважають саме бізнес одним з найбільш довірених інститутів у суспільстві. (Див. Рисунок 1.3.3)

### BUSINESS MORE TRUSTED THAN GOVERNMENT IN 23 OF 28 MARKETS

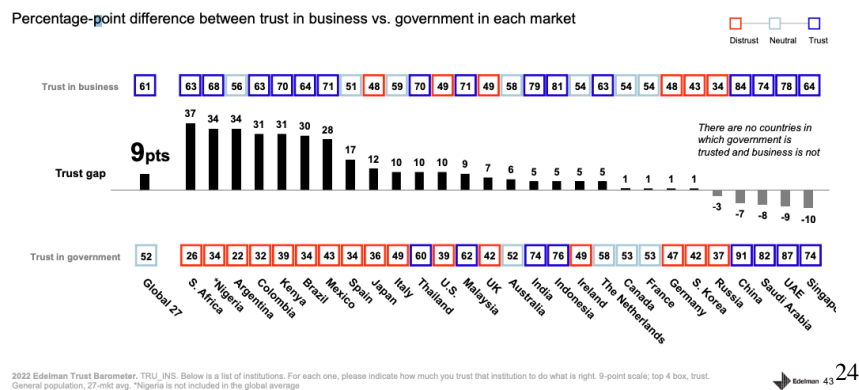


Рис 1.3.3 Дані зі звіту Edelman Trust Barometer 2022 про довіру до уряду в різних країнах світу

<sup>24</sup> 2022 EDELMAN TRUST BAROMETER [Електронний ресурс]. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: [https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2022-01/2022%20Edelman%20Trust%20Barometer%20Global%20Report\\_Final.pdf](https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2022-01/2022%20Edelman%20Trust%20Barometer%20Global%20Report_Final.pdf).

Довіра знижується за такими показниками, як рівень компетентності керівництва країн, розуміння та прийняття до уваги страхів громадян, прийняття рішень включаючи факти, а не політику, довгострокове мислення, планування та підзвітність.<sup>25</sup> Такі показники можуть свідчити про те, що урядова комунікація у країнах з низьким рівнем довіри до влади працює неефективно, а стратегія, яку обрав уряд невірна. Якщо подивитись на список країн, які мають низьку довіру до уряду, більшість з них стикались з кризовими ситуаціями або досі їх не подолали. Геральдіна Нігус, яка була представницею відділу громадської дипломатії НАТО, на Київському міжнародному комунікаційному форумі розповіла про підхід НАТО до комунікаційної діяльності в період інформаційної війни, що своєю чергою є кризовою ситуацією також. По-перше, уряд має використовувати всі можливі інструменти та канали комунікації. Комунікацію необхідно продумувати та будувати з урахуванням інтересів всіх груп громадськості. Необхідно бути гнучкими та з розумом використовувати наявні ресурси, які не є безмежними. З точки зору стандартів комунікації НАТО це трактується поєднанням публічної дипломатії та зв'язків зі ЗМІ. У своїй комунікації варто розширювати аудиторію та взаємодіяти з більшою кількістю різних цільових груп. Такі класичні методи комунікації як конференції, брифінги, семінари та інтерв'ю все ще є такими ж важливими як і соціальні мережі.<sup>26</sup>

В умовах будь-якої кризи незалежно від її характеру та масштабів, виникає питання, як правильно побудувати урядову комунікацію так, щоб мінімізувати вплив кризової ситуації на суспільство та не втратити довіру громадськості. Під час будь-яких непередбачуваних ситуацій, ефективна робота уряду для кожної держави є вирішальною у боротьбі із викликами та стабілізацією суспільства. Вдала урядова комунікація відіграє важливу роль та є пріоритетною для інформування ключових груп громадськості про загрози та способи їх мінімізації.

---

<sup>25</sup> Матвеева Ю. Антикризові комунікації: час діяти [Електронний ресурс] / Юлія Матвеева. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: [https://biz.ligazakon.net/analytics/209268\\_antikrizov-komunkats-chas-dyati](https://biz.ligazakon.net/analytics/209268_antikrizov-komunkats-chas-dyati).

<sup>26</sup> Нігус Г. "Комунікації в період інформаційної війни – підхід НАТО" [Електронний ресурс] / Геральдіна Нігус. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.euointegration.com.ua/articles/2015/09/4/7037823/>.

## РОЗДІЛ II УРЯДОВІ КОМУНІКАЦІЇ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВІЙНИ

### 2.1 Урядові комунікації в Україні під час війни

З початком повномасштабної війни на території України головним завданням урядових комунікацій є безперервне та достовірне інформування громадян про ситуацію, яка відбувається в країні. На всіх рівнях ця комунікація має бути системною та злагоджено поданою. Кожен державний орган має інформувати суспільство щодо свого напрямку діяльності та інформувати суспільство в межах своїх компетенцій про що можна говорити або поширювати інформацію, а про що краще не мовчати. В кризових умовах уряд будь-якої країни має в першу чергу працювати на випередження, попереджати та боротися з появою фейків і дезінформації, яка поширюється в інформаційному просторі держави.

Під час війни урядові комунікації змінюються та переходять на новий рівень інформування громадськості. Адже в кризових умовах звичайна комунікація вже не буде такою дієвою, а враховуючи всю напруженість ситуації вкрай необхідно змінити вектор комунікації на стратегічний та кризовий. В умовах війни, ефективність комунікації є надзвичайно важливою, оскільки вона визначає рівень підтримки населення і міжнародну реакцію на події в країні. Україна знаходиться в складній ситуації, яка вимагає від уряду підвищеної уваги до комунікаційної стратегії.

Урядова комунікація в Україні базується на декількох рівнях та структурах. Найвищим рівнем є Президент України та його апарат, який відповідає за координацію діяльності уряду в цілому. До апарату Президента входять різні відділи та служби, зокрема служба пресекретаря Президента, яка забезпечує надання офіційної інформації про дії Президента.

На наступному рівні знаходиться Кабінет Міністрів України, який складається з прем'єр-міністра, міністрів та їхніх заступників. Кожен міністр відповідає за свою галузь та забезпечує інформаційну підтримку своїх заходів та проєктів. У Кабінеті Міністрів України також існує пресслужба, яка забезпечує

інформаційний зв'язок між урядом, ЗМІ та громадськістю. Міністерство Оборони України та Генеральний Штаб ЗСУ також займають важливе місце у структурі урядових комунікацій під час війни. Згідно з Конституцією України Генштаб підпорядковується Головнокомандуючому Збройних Сил України – Валерію Залужному.<sup>27</sup> Саме Генштаб кожного дня надає інформацію про втрати ворога на фронті та інформує про оперативну ситуацію щодо російського вторгнення. Більш детально комунікацію Міністерства оборони авторка проаналізує у третьому розділі.

Дослідивши та проаналізувавши комунікацію урядових органів в соціальних мережах та веб ресурсах авторкою було виявлено, що основними формами урядової комунікації в Україні є офіційні заяви та пресконференції представників уряду, інтерв'ю з керівниками міністерств та інших державних органів, а також інформаційні матеріали, які публікуються на офіційних сайтах та соціальних мережах відповідних органів.

У зв'язку з війною в Україні та іншими складними викликами, з якими стикається країна, урядова комунікація набуває особливої важливості. Вона є необхідним інструментом у формуванні образу держави, забезпеченні інформованості громадськості про дії уряду та його заходи, а також у сприянні збереженню національної безпеки та внутрішньої стабільності.

З початком повномасштабного вторгнення урядові комунікації стали набагато інтенсивнішими, активнішими та спрямованими на захист інтересів держави та суспільства, влада створила нові формати комунікації та використовує всі можливі канали комунікації задля спілкування з суспільством. Вдала та ефективна комунікаційна стратегія була побудована військовим керівництвом України. Так, наприклад, із самого першого дня війни Генеральний штаб Збройних Сил України інформує суспільство про втрати особового складу та озброєнь ворога на фронті. Авторка припускає, що така комунікація була спрямована на підвищення бойового духу та мотивації суспільства, що призвело до посилення впевненості і

---

<sup>27</sup> ЗАКОН УКРАЇНИ Про оборону України [Електронний ресурс]. – 1991. – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1932-12#Text>.

віри в ЗСУ. Генеральний штаб та Служба безпеки України в перші місяці війни активно публікували дописи з російськими військовополоненими, їх перехоплені телефонні розмови з родичами та переговори. Така комунікаційна кампанія мала також надихаючий аспект, суспільство розуміло, що влада має можливості контролювати інформаційні канали ворога.

24 лютого на українському інформаційному просторі з'явився на момент написання роботи вже колишній позаштатний радник Офісу Президента – Олексій Арестович. Олексій Арестович вдало та зрозуміло подавав інформацію з притаманними для нього психологічними прийомами для заспокоєння суспільства, адже віра в перемогу, мотивація та стабільна свідомість сприятимуть зменшенню панічних настроїв у людей. Після 24 лютого з'явилась потреба у появі такого собі «голосу», який буде виступати від імені влади та доносити суспільству необхідні меседжі у простому та заспокійливому форматі. На противагу Арестовичу як символу спокою постав Михайло Подоляк, який став уособленням непохитності перед ворогом. Про це свідчать переговорні процеси з представниками РФ, які були проведені на початку війни. У своїй комунікації Подоляк транслює впевненість та передає її суспільству.

Також з початком повномасштабного вторгнення виникла необхідність посилити комунікацію з громадськістю у зонах бойових дій та органами місцевого самоврядування. Органи державної влади регулярно здійснюють інформування про ситуацію в зонах конфлікту та активно комунікують з іншими державними та громадськими організаціями.

Так як найголовнішим завданням урядових комунікацій є безперервне інформування громадян про ситуацію в країні, їх комунікація має бути системною та чітко визначеною на всіх рівнях. Президент, прем'єр-міністр, Верховна Рада України, Офіс Президента, міністерства, радники, голови військових та міських адміністрацій, спеціальні структури та підрозділи як поліція, ДСНС, Збройні Сили України, Генеральний штаб тощо. Кожен з цих органів має нести відповідальність за надання правдивої інформації, яка стосується напрямку його діяльності, узгоджувати про що можна говорити за тих чи інших обставин, а про що ні. PR-

агенція Perfect PR разом з European Business Association розробили гайд «Як комунікувати в умовах війни», в якому визначили основні принципи урядової комунікації серед яких:

- Омніканальність – використання різних каналів комунікації;<sup>28</sup>
- Оперативність – швидке реагування на події та оперативне поширення інформації;
- Безперервність – налагоджений процес комунікації, при якому доступ до інформації не переривається, інформування відбувається своєчасно та без затримок;
- Узгодженість – перед поширенням інформації всі урядові структури узгоджують її між собою задля уникнення плутанини в даних та забезпечення злагодженої комунікації органів державної влади;
- Зрозумілість – надана інформація має бути простою та зрозумілою для суспільства;
- Відсутність оцінювальних суджень – немає «свої думки», є «інформація станом на зараз»;
- Акцент на будь-яких перемогах – задля підтримки морального та бойового духу суспільства, важливо не забувати комунікувати про позитивні моменти, які досягаються. (Втрати ворога на фронті);
- Віра в Збройні Сили України та перемогу – постійна підтримка воїнів та поширення інформації про їх успіхи є одним зі способів мотивації суспільства та підтримки психологічного стану, що тримає громадськість в тонусі;<sup>29</sup>

У 2021 році було створено урядовий орган, завданням якого є боротьба з дезінформацією та підвищенням інформаційної безпеки в Україні – Центр Протидії Дезінформації.<sup>30</sup> Цей орган при Раді національної безпеки й оборони України мав

<sup>28</sup> Такарчук В. Омніканальність: розбираємося в поняттях і вигодах для бізнесу [Електронний ресурс] / Василь Такарчук. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://areon.ua/crm-blogs/tokarchuk/omnichannel/>.

<sup>29</sup> Як комунікувати в умовах війни [Електронний ресурс]. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: [https://drive.google.com/file/d/1xyLUwOIVcbEb5kETK\\_DiSQkuhEnL4\\_GK/view](https://drive.google.com/file/d/1xyLUwOIVcbEb5kETK_DiSQkuhEnL4_GK/view).

<sup>30</sup> Центр Протидії Дезінформації [Електронний ресурс]. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://cpd.gov.ua>.

стати «інформаційним щитом України», - як висловився Володимир Зеленський<sup>31</sup>. За словами секретаря Ради національної безпеки та оборони України Центр має співпрацювати з різними розвідувальними службами задля забезпечення інформаційної безпеки країни. Ключовим завданням Центру є сприяння інформаційній безпеці, зупинення розповсюдження фейків та маніпулятивної інформації, яке поширюється в інформаційному просторі держави<sup>32</sup>.

Враховуючи те, що з 2014 року росія вела гібридну війну проти України, розповсюджуючи пропаганду та проросійські наративи, головною метою Центру стала боротьба з інформаційним тероризмом, який став одним із головних інструментаріїв країни терориста та викорінення безпосереднього джерела дезінформації, оскільки лише розвінчання фейків просто так не працює. Сьогодні урядовий орган активно працює та допомагає країні перемагати на інформаційному фронті, аналізуючи інформаційні потоки в медіа та соціальних мережах. Шляхом детального аналізу фейкових та дискредитуючих новин ЦПД аргументовано розвінчує їх та інформує суспільство про це. Нижче автором буде наведена таблиця з розробленими Центром хештегами за якими можна знайти необхідну інформацію. Для комунікації з громадськістю Центр протидії дезінформації використовує соціальні мережі та офіційний сайт. (Див. Таблицю 2.1.1)

## Комунікаційні канали Центру протидії дезінформації

Таблиця 2.1.1

Канал комунікації	Кількість підписників
<p style="text-align: center;"><b>Instagram</b></p> <p style="text-align: center;"><a href="https://www.instagram.com/cpd.gov.ua/?utm_medium=copy_link">https://www.instagram.com/cpd.gov.ua/?utm_medium=copy_link</a></p>	30 тис.

<sup>31</sup> Зеленський впевнений, що Центр протидії дезінформації стане інформаційним щитом України [Електронний ресурс]. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3220507-zelenskij-vpevnenij-so-centr-protidii-dezinformacii-stane-informacijnim-sitom-ukraini.html>.

<sup>32</sup> Центр Протидії Дезінформації [Електронний ресурс]. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://cpd.gov.ua>.

<b>Twitter</b> ( <a href="https://twitter.com/CforCD">https://twitter.com/CforCD</a> )	2,355 тис.
<b>Viber</b> ( <a href="https://invite.viber.com/?g2=AQBtLvRmzbx6oE53T9uSM%2FPcHd6rzf2vBUXWoYJxTSaaUY5JP2QhUyO7fGopSCyn&amp;lang=ru">https://invite.viber.com/?g2=AQBtLvRmzbx6oE53T9uSM%2FPcHd6rzf2vBUXWoYJxTSaaUY5JP2QhUyO7fGopSCyn&amp;lang=ru</a> )	756 тис.
<b>Telegram</b> ( <a href="https://t.me/CenterCounteringDisinformation">https://t.me/CenterCounteringDisinformation</a> )	69,752 тис.
<b>Facebook</b> ( <a href="https://www.facebook.com/protydiyadezinformatsiyi.cpd">https://www.facebook.com/protydiyadezinformatsiyi.cpd</a> )	32 тис.
<b>YouTube</b> ( <a href="https://www.youtube.com/channel/UC1BZKHwDWZO4IjcE9QZ6VXQ">https://www.youtube.com/channel/UC1BZKHwDWZO4IjcE9QZ6VXQ</a> )	1,7 тис.
<b>TikTok</b> ( <a href="https://www.tiktok.com/@cpd.gov.ua">https://www.tiktok.com/@cpd.gov.ua</a> )	32 тис.
<b>Офіційний сайт</b> ( <a href="https://cpd.gov.ua/category/warnin/page/4/">https://cpd.gov.ua/category/warnin/page/4/</a> )	

Під час аналізу сайту урядового органу було виявлено, що Центром протидії дезінформації були спеціально розроблені чотири хештеги, за якими оперативно можна знайти та перевірити необхідну інформацію, спростувати її або підтвердити. Дослідивши опубліковані на сайті дописи авторка зробила таблицю відповідності хештегів до публікацій. (Див. Таблицю 2.1.2)

Розроблені ЦПД хештеги для оперативного знаходження та перевірки інформації  
Таблиця 2.1.2

<b>#ЦПД_застерігає</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Поширення ворогом фейкових новин</li> <li>- Попередження про можливі провокації</li> <li>- Маніпуляції заявами закордонних аналітиків</li> <li>- Дискредитація українських військових</li> <li>- Поширення наративів про український контрнаступ</li> </ul>
<b>#ЦПД_розвінчує</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Розвінчання фейків</li> </ul>
<b>#ЦПД_попереджає</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Попередження про поширення фейків та наративів спрямованих на дискредитацію України серед членів міжнародної спільноти</li> </ul>

#ЦПД_повідомляє	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Інформація про діяльність органу</li> <li>- Загальна інформація</li> </ul>
#ЦПД_виявляє	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Дезінформаційний дайджест, який публікується кожного дня та виявляє маніпуляції та дезінформацію в новинах</li> </ul>
#ЦПД_інформує	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Основні наративи, які просувають російські пропагандисти</li> <li>- Кампанії спрямовані на дезінформацію на тимчасово окупованих територіях</li> <li>- Звіт оперативної інформації за тиждень</li> </ul>

Одночасно із запуском ЦПД було створено аналогічний до нього орган – Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки, метою якого є боротьба з гібридною війною та посилення інформаційного захисту України за участі у різних освітніх та комунікаційних проєктах.<sup>33</sup> На противагу ЦПД, Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки у своїй роботі має зосереджуватись на взаємодії безпосередньо з громадськістю, громадськими організаціями та міжнародному співробітництву. Серед таких організації є *StopFake*<sup>34</sup>, *VoxCheck*<sup>35</sup>, *Інститут розвитку регіональної преси*<sup>36</sup>, *Український кризовий медіацентр*<sup>37</sup> та *Представництво ЄС в Україні*.<sup>38 39</sup> 24 лютого 2022 року Центр повністю адаптував свою роботу під потреби воєнного часу. «Ми системно моніторимо та протидіємо російській пропаганді та дезінформації, реагуємо на інформаційні атаки ворога і робимо усе, аби підтримати стійкість українців до ворожих наративів»<sup>40</sup>, - зазначено на сайті центру. Для комунікації з

<sup>33</sup> Центр стратегічних комунікацій [Електронний ресурс]. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://spravdi.gov.ua>.

<sup>34</sup> StopFake [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.stopfake.org/ru/glavnaya-2/>.

<sup>35</sup> VoxCheck [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://voxukraine.org/ru/voks-check-2>.

<sup>36</sup> Інститут розвитку регіональної преси [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://irrp.org.ua/>.

<sup>37</sup> Український кризовий медіа-центр [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://uacrisis.org/uk/>.

<sup>38</sup> Представництво Європейського Союзу в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://www.eeas.europa.eu/delegations/ukraine\\_uk?s=232](https://www.eeas.europa.eu/delegations/ukraine_uk?s=232).

<sup>39</sup> Центр стратегічних комунікацій у 2022 році [Електронний ресурс]. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://spravdi.gov.ua/czentr-strategichnyh-komunikaczij-u-2022-roczji/>.

<sup>40</sup> Центр стратегічних комунікацій у 2022 році [Електронний ресурс]. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://spravdi.gov.ua/czentr-strategichnyh-komunikaczij-u-2022-roczji/>.

громадськістю Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки використовує соціальні мережі та офіційний сайт. (Див. Таблицю 2.1.3)

Комунікаційні канали Центру стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки

Таблиця 2.1.3

Канал комунікації	Кількість підписників
<b>Instagram</b> ( <a href="https://www.instagram.com/spravdi.gov.ua/">https://www.instagram.com/spravdi.gov.ua/</a> )	40 тис.
<b>Telegram</b> ( <a href="https://t.me/spravdi">https://t.me/spravdi</a> )	74 тис.
<b>Twitter</b> ( <a href="https://twitter.com/stratcomcentre">https://twitter.com/stratcomcentre</a> )	59 тис.
Facebook ( <a href="https://www.facebook.com/StratcomCentreUA">https://www.facebook.com/StratcomCentreUA</a> )	150 тис.
<b>YouTube</b> ( <a href="https://www.youtube.com/channel/UCgL3ejlHTweoRB6OMHr79uA">https://www.youtube.com/channel/UCgL3ejlHTweoRB6OMHr79uA</a> )	12 тис.
<b>Офіційний сайт</b> ( <a href="https://spravdi.gov.ua/czentr-strategichnyh-komunikaczij-u-2022-roczy/">https://spravdi.gov.ua/czentr-strategichnyh-komunikaczij-u-2022-roczy/</a> )	

У 2023 році Центром стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки спільно з Міністерством цифрової трансформації України, Державною службою спеціального зв'язку та захисту інформації, Національною поліцією України та Міністерством Культури та інформаційної політики України був розроблений проєкт «dovidka.info». Вся інформація була зібрана та підготовлена у співпраці з Державною службою України з надзвичайних ситуацій, Міністерством оборони України, Апаратом Головнокомандуючого ЗСУ та різними громадськими організаціями.<sup>41</sup> У довіднику зібрана та чітко структурована інформація про те, як діяти громадськості у різних надзвичайних ситуаціях. Наприклад, як необхідно поводитись під час ракетного обстрілу, як врятувати себе під час ядерної атаки, як поводитись у зоні бойових дій та на окупованих територіях тощо. Для зручності

<sup>41</sup> Довідник [Електронний ресурс]. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://dovidka.info/>.

довідник був трансформований ще у формат чат боту в Telegram та Viber. Інтерфейс боту інтуїтивно зрозумілий та розроблений максимально просто, щоб кожен бажаючий зміг розібратись та отримати необхідну інформацію. (Див. Рисунок 2.1.1)

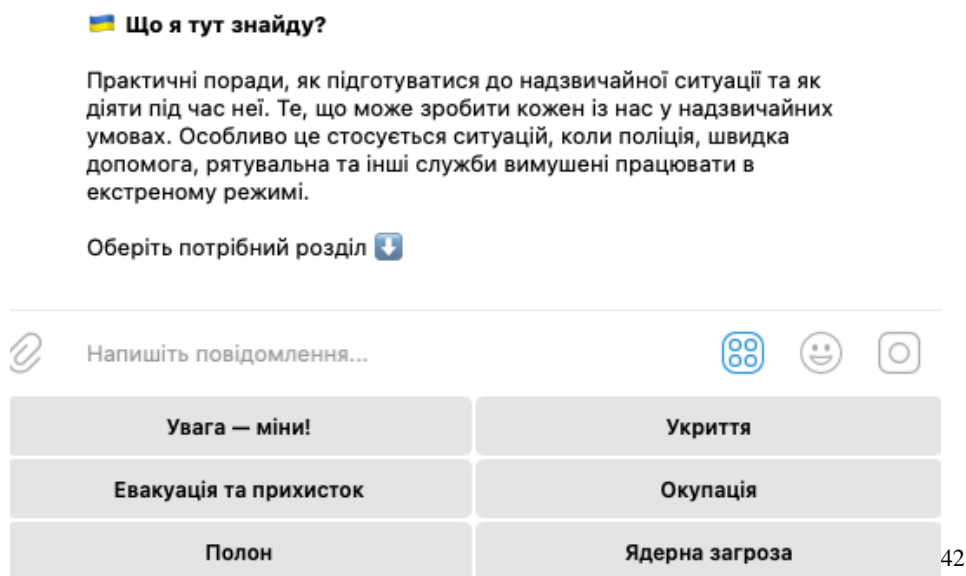


Рис. 2.1.1 Чат бот Безпека: Довідник в Telegram

Вся інформація з довіднику дублюється у соціальних мережах Instagram, Telegram та Viber. На офіційному YouTube каналі Центру стратегічних комунікацій публікуються відео під хештегом #Dovidka\_info у яких надається експертна онлайн допомога від фахівців у різних сферах. Проаналізувавши відео з різними тематиками авторка виявила, що найбільше охоплення набрали публікації на тему: жінок в армії – 20 тис. переглядів, як обрати кваліфікованого психолога – 35 тис. переглядів, чому необхідно видалити додаток Telegram – 29 тис. переглядів та інформаційна співпраця з НАТО – 184 тис. переглядів.<sup>43</sup>

У довіднику також є окремий розділ спрямований на звернення до російських солдат із інструкцією про те, як можна здатись в полон, вся інформація у даному

<sup>42</sup> Безпека: Довідник. Чат бот у Telegram [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: @DovidkaInfo bot.

<sup>43</sup> Офіційний Youtube-канал Центру стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки. [Електронний ресурс]. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.youtube.com/c/SPRAVDI>.

розділі написана російською мовою. Для тих, хто немає змоги зателефонувати на гарячі лінії був створений чат бот «Хочу жити» у Telegram.<sup>44</sup>

Отже, ключовими завданнями, які лягли в основу діяльності цих урядових органів стала боротьба з поширенням дезінформації та інформування громадськості про розповсюдження фейків. І головне – їх оперативне розвінчання та навчання суспільства розрізняти достовірну інформацію від пропаганди та маніпуляцій. Про вдалу комунікацію свідчать дані соціологічного дослідження, яке проводив КМІС у 2019 та 2022 роках. За даними цього опитування в порівнянні з 2019 (52%) роком відсоток респондентів, які впевнені, що можуть розрізнити фейкову інформацію від якісної та правдивої збільшився до 78%.<sup>45</sup>

Важливою частиною урядової комунікації під час війни є комунікація не тільки зі своїми громадянами, а й з міжнародною спільнотою для того, щоб привернути увагу до ситуації, яка відбувається в країні. Комунікація із Заходом побудована таким чином, щоб продемонструвати силу та боротьбу українського народу, зробити Україну борцем за демократичні порядки та цінності. Зовнішня комунікація уряду є важливим елементом в урядовій комунікації країни загалом, адже саме від комунікації з міжнародною спільнотою залежить рівень сприйняття країни загалом.

## **2.2 Канали та інструменти урядових комунікацій під час війни в Україні**

Сьогодні засоби масової інформації є невіддільною частиною життя та культури сучасного суспільства. Якщо зануритись у вивчення поняття засобів масової інформації, виявляється, що існує доволі багато трактувань та підходів до визначення ЗМІ. Термін засоби масової інформації вперше з'явився у 1970 році на пострадянському просторі та перекладався з французької мови як «*Moyens*

---

<sup>44</sup> Як російському солдату здатись у полон [Електронний ресурс]. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://dovidka.info/ru/kak-soldatu-rf-sdatsya-v-plen/>.

<sup>45</sup> Грушецький А. Динаміка самооцінки українцями можливості відрізнити якісну інформацію від дезінформації та фейків [Електронний ресурс] / Антон Грушецький. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://usp-ltd.org/dynamika-samootsinky-ukraintsiamy-mozhlyvosti-vidrizniaty-iakisnu-informatsiiu-vid-dezinformatsii-ta-fejkiv/>.

*d'information de masse*».<sup>46</sup> Медіалінгвістичний словник визначає ЗМІ як систему засобів передачі інформації, яка розрахована на масову аудиторію через газети, журнали, книги, радіо, телебачення, інтернет, кінематограф, аудіо та відеозаписи тощо. ЗМІ є широкомовним каналом і основним механізмом донесення та передачі візуальної, аудіальної, а також словесної інформації.<sup>47</sup>

Загалом, засоби масової інформації поділяються на старі та нові. Канадський філософ Маршал Маклуен був першим, хто запропонував визначення старих медіа у своїй праці «Розуміння медіа: Зовнішні розширення людини». Якщо давати визначення простими словами, то старі медіа – це медіа, які з'явилися до появи інтернету, а саме радіо, телебачення та усі можливі друковані видання. Новим етапом для сучасного суспільства стала поява нових медіа, які виникли у 90-х роках з появою інтернету. Нині нові медіа вийшли на новий етап у своєму розвитку шляхом виникнення таких соціальних мереж як Instagram, Facebook, Telegram, Twitter, YouTube тощо. Станом на 15 лютого 2022 року найбільш поширеним джерелом інформації для українців стало телебачення. Про це свідчать дані соціологічного дослідження, яке було проведене на замовлення громадської організації «Детектор медіа», Фондом «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва та соціологічною службою центру Разумкова. Дослідження показало, що 66,6% опитаних респондентів обирають загальнонаціональне телебачення як джерело отримання новин. Проте в порівнянні з 2018 та 2020 роком помітна тенденція спаду відсотку глядачів телебаченні на 8,4% та 19,6%. Найбільш часто українці переглядають телеканали, програма яких містить новинні випуски та розважальний контент. Нижче наведена таблиця з найпопулярнішими українськими новинними телеканалами, які найчастіше дивляться українці. (Див. Таблицю 2.2.1)

---

<sup>46</sup> Енциклопедія сучасної України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://esu.com.ua/search\\_articles.php?id=64254](https://esu.com.ua/search_articles.php?id=64254).

<sup>47</sup> Медіалінгвістика : словник термінів і понять / Л.І.Шевченко, Д.В. Дергач, Д.Ю. Сизонов / за ред. Л.І. Шевченко. – Вид. 2-ге, випр. і доп. – К. : ВПЦ "Київський університет", 2014. – 380 с. \ ст. 59

## Найбільш популярні українські новинні телеканали

Таблиця 2.2.1

Телеканал	% Глядачів
1+1	43%
Україна	33,9%
СТБ	32,3%
ICTV	30,9%
Інтер	27,3%
Україна 24	16,3%
Новий канал	12,3%
Прямий	9,3%
5 канал	8,2%

Наступними у списку медіа ідуть соціальні мережі – 44%, онлайн-видання – 29% та месенджери – 16,4%.<sup>48</sup> Сьогодні наше суспільство є доволі розшарованим, ми відрізняємось між собою віком, культурою, вірою та маємо навіть певні ментальні відмінності. Для кожної цільової групи необхідні свої канали комунікації та форми подачі інформації. Таке суспільне розшарування можна відстежити у соціальних мережах. Facebook підходить для любителів почитати великі тексти, Telegram для тих, кому достатньо кількох речень, Instagram популярний серед тих, хто любить отримувати інформацію «візуально», а у Тік-Ток наявність тексту взагалі не є прийнятною, це більш молодіжна мережа. Особливість нашого інформаційного простору полягає в тому, щоб донести необхідну інформацію якомога більшій кількості людей, необхідно використовувати різні платформи та форми її подання.

З початком повномасштабного вторгнення рф на територію України медіаспоживання українського суспільства змінилось, стався зріст використання соціальних мереж як джерела новин, а рівень довіри до них збільшився на 6%.<sup>49</sup> В

<sup>48</sup> Найбільш поширеним джерелом інформації для більшості українців є загальнонаціональне телебачення – дослідження [Електронний ресурс]. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://interfax.com.ua/news/telecom/798533.html>.

<sup>49</sup> Ольга Снопко. Дивимося, читаємо, слухаємо: як змінилося медіаспоживання українців в умовах повномасштабної війни [Електронний ресурс] / Ольга Снопко, Анастасія Романюк. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.pravda.com.ua/columns/2022/06/22/7353987/>.

липні 2022 року кількість користувачів соціальних мереж становила 76,6%. Найбільш поширеними є Telegram – 66%, YouTube – 61% та Facebook – 58%. За даними ІТ-компанії GlobalLogic, найбільше зареєстрованих користувачів у YouTube та Instagram, найменше в LinkedIn.<sup>50</sup>

Проаналізувавши соціальну мережу Telegram автором була виявлена низка можливих чинників, які вплинули на зріст попиту до споживання новин саме у телеграм каналах, серед них:

1. Простий у використанні інтерфейс, який зрозуміють люди будь-якого покоління;
2. Наявність допоміжних чат-ботів, наприклад, бот для допомоги пошуку житла для переселенців;
3. Використання мережі урядовими структурами. Створення каналів з інформуванням про повітряну тривогу, наприклад;
4. Можливість вибудувати хронологію каналів, з яких споживач може отримати інформацію. У мережі є функція закріплення повідомлення, користувач може виокремити цільові для нього новинні канали та першочергово отримувати інформацію з них;
5. Наявність каналів, створених для поширення правди про війну в Україні. На початку повномасштабного вторгнення в Telegram з'явився громадянський рух «Цифровий Опір», до якого міг долучитись кожен бажаючий і допомагати у розповсюдженні інформації росіянам та боротись з окупантами на інформаційному фронті;
6. Оперативність надання інформації. Адміністратори телеграм каналів працюють цілодобово, тож інформація оновлюється регулярно;
7. Відсутність модерації контенту та цензури.

На відміну від телебачення, веб-ресурсів та інших соціальних мереж у Telegram відсутня інформація про адміністраторів телеграм каналів. Цю мережу також часто використовують для так званих «зливів» контенту забезпечуючи повну

---

<sup>50</sup> Шкір Любомир. 28 млн в YouTube, 10 млн у TikTok: як війна змінила українські соцмережі [Електронний ресурс] / Шкір Любомир. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://ain.ua/2022/08/06/yak-vijna-zminylo-soczmerezhi/>.

анонімність джерела. Ольга Снопок, яка є членкинею громадської мережі «Опора» у своїй статі для Української Правди висунула тезу, що активний зріст популярності соціальної мережі Telegram частіше всього відбувається за нестабільних умов у країнах. Для прикладу у 2020 році месенджер став дуже популярним під час протестів у Білорусі, ставши єдиним ресурсом у країні, до якого в громадян був доступ. Подібна ситуація відбулась у 2019 році в Гонконзі та в Ірані у 2018<sup>51</sup>.

Через популярність альтернативних джерел інформації кількість глядачів телебачення знизилась, проте ТБ все ще залишається у двійці лідерів. У кризових ситуаціях зростає потреба суспільства в отриманні оперативної інформації, соціальні мережі та веб-ресурси справляються з цим значно швидше, ніж загальнонаціональне ТБ. Це на думку автора є одним із чинників зросту популярності соціальних мереж як джерела інформації.

Отже, якщо порівнювати телебачення та першу за популярністю соціальну мережу Telegram можна зробити висновок, що кожен з цих каналів комунікації має свої переваги та недоліки. Так, навіть попри цілодобовий марафон новин телебачення не є першим за оперативністю джерелом надання інформації. Ну і справа в зручності для користувача, коли в екстреній ситуації необхідно швидко прочитати новини, наприклад, вночі, значно швидше відкрити месенджер, новини там оновлюються скоріше.

Telegram хоч і є месенджером, якому більше віддають перевагу користувачі, але має свої суттєві недоліки, які можуть спровокувати ризики для юзерів. Кількість дезінформації та кібератак, небезпека для конфіденційності та можливість зливу даних робить цю мережу досить ненадійною. За дослідженнями «Internews» для розповсюдження пропаганди та фейків про війну в Україні найчастіше використовують саме Telegram<sup>52</sup>. Тож аудиторії, яка використовує цю

---

<sup>51</sup> Ольга Снопок. Дивимося, читаємо, слухаємо: як змінилося медіаспоживання українців в умовах повномасштабної війни [Електронний ресурс] / Ольга Снопок, Анастасія Романюк. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.pravda.com.ua/columns/2022/06/22/7353987/>.

<sup>52</sup> ЯК УКРАЇНЦІ СПОЖИВАЮТЬ ІНФОРМАЦІЮ В СОЦМЕРЕЖАХ: ДОСЛІДЖЕННЯ ПРО ТЕНДЕНЦІЇ 2022 РОКУ [Електронний ресурс]. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://cedem.org.ua/news/informatsiya-v-sotsmerezah/>.

мережу для споживання новин необхідно бути добре ознайомленими з медіаграмотністю та вміти фільтрувати інформацію.

Воюючи й на інформаційному фронті з нашою країною ворог використовує різні прийоми психологічного маніпулювання, спрямовані на формування у суспільства необхідних моделей поведінки, установок та цінностей. Здебільшого інформаційна боротьба окупантів спрямована на деморалізацію суспільства, що призведе до дестабілізації ситуації в країні загалом. Особливість такої боротьби в тому, що вона ведеться постійно, по-суті це гібридна війна, яку росія почала ще у 2014 році. Головною метою країни агресора є підриг українських історичних й патріотичних цінностей та традицій. Формуючи порядок денний, українські ЗМІ виступають суб'єктом, який захищає інформаційний простір країни та не дає ворогу негативно впливати на громадську думку суспільства.

Війна в Україні супроводжується масштабними хвилями дезінформації та потужними психологічними кампаніями, спрямованими на дестабілізацію населення та підриг довіри до влади. Під час такої кризової ситуації як початок повномасштабної війни в країні та нестабільний емоційний стан у всьому суспільстві, вкрай важливо стабілізувати ситуацію та заспокоїти громадськість. В цьому випадку урядова комунікація спрацювала як ніколи оперативна та ефективно. Уряд використав засоби масової інформації як один із методів у боротьбі проти окупантів та очищення українського інформаційного простору. Про це свідчить об'єднання загальнонаціональних новинних каналів та створення марафону «Єдині новини», про який буде зазначено далі у роботі. В умовах війни засоби масової інформації виконують низку вкрай важливих функцій серед яких:

1. Інформування про події, які відбуваються на території країни;
2. Фіксація та розповсюдження воєнних злочинів росії, які відбуваються на території України;
3. Інформування світової спільноти про ситуацію в країні;
4. Поширення правдивої інформації та боротьба з російськими фейками;
5. Поширення корисної інформації, яку можуть використати громадяни.

Наприклад, як діяти при розповсюдженні радіації, як врятуватись під час

ракетної атаки або як отримати грошову допомогу і не стати жертвою шахрайства;<sup>53</sup>

З початку війни необхідно було забезпечити виконання засобами масової інформації всіх вищезазначених функцій. Для безперервного інформування громадян та світової спільноти, а також для попередження поширення фейків був створений перший в історії українського медіапростору телемарафон «Єдині новини». 16 лютого Міністр культури та інформаційної політики анонсував проведення телемарафону єднання на всіх українських телеканалах. Це була спроба демонстрації зовсім нового формату комунікації, альтернатив якому раніше не було на українському інформаційному просторі. Про телемарафон Олександр Ткаченко - Міністр культури України сказав у своєму інтерв'ю Українській Правді, - *«Буде цікавий телемарафон завтра з 8:00 до 10:00 ранку. Всі телеканали країни фактично віщатимуть однією картинкою. З 8:00 до 10:00 та з 19:00 до 22:00 ми побачимо різних спікерів, представників влади, лідерів громадської думки, волонтерів, які говоритимуть на тему єднання та на тему наративів, які нашу країну допомагають об'єднувати»*.<sup>54</sup>

24 лютого з початком війни в Україні був запроваджений телемарафон «Єдині новини» - інформаційний телемарафон, який був запущений з метою безперервного інформування населення стосовно ситуації в країні<sup>55</sup>. Національний телемарафон новин #UAPазом транслюється трьома мовами, а саме українською, англійською та російською аби кожен охочий незалежно від місцеперебування мав доступ до українського телебачення, а також правдивої та перевіреної інформації про війну росії проти України. Всі новини транслюються в режимі реального часу відомими українськими національними каналами 1+1, Україна 24, Рада, ICTV Ukraine та Inter. Канали розділили між собою ефірний час на шестигодинні слоти,

<sup>53</sup> Мостова Н. Інформація як поле бою: чому треба підтримувати ЗМІ під час війни [Електронний ресурс] / Наталя Мостова. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://gk-press.if.ua/informatsiya-yak-pole-boyu-chomu-treba-pidtrymuvaty-zmi-pid-chas-vijny/>.

<sup>54</sup> Кізілов Є. У середу всі телеканали України покажуть телемарафон на тему єднання – Ткаченко [Електронний ресурс] / Євген Кізілов. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.pravda.com.ua/news/2022/02/15/7324094/>.

<sup>55</sup> Телемарафон "Єдині новини". ОНЛАЙН [Електронний ресурс]. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: [https://www.ukrinform.ua/rubric-other\\_news/3694795-telemarafon-edini-novini-onlajn.html](https://www.ukrinform.ua/rubric-other_news/3694795-telemarafon-edini-novini-onlajn.html).

а над створенням марафону працює понад дві тисячі людей<sup>56</sup>. Такий формат поширення інформації не дозволяє російським пропагандистам розповсюджувати фейкові новини та обдурювати весь світ. За даними Міністерства культури та інформаційної політики до створення новин безпосередньо долучаються Офіс Президента України, Збройні Сили України, РНБО та інші урядові структури.<sup>57</sup>

Згідно з щорічним дослідженням станом на листопад 2022 року 94% опитаних респондентів знали про телемарафон «Єдині новини», 63% переглядали його щодня, 24% щотижня і 4% раз на місяць. (Див. Рисунок 2.2.1)



Рис. 2.2.1 Дані щорічного дослідження USAID-Internews «Ставлення населення до медіа та споживання різних типів медіа 2022»

Дослідження також показало, що 28% глядачів телемарафону повністю довіряють інформації, яку транслюють телеканали, 56% відповіли, що скоріше довіряють, ніж не довіряють і 3% повністю не довіряють. (Див. рисунок 2.2.2)

<sup>56</sup> Корба Г. Телемарафон: як він змінює українське суспільство та медіаринок [Електронний ресурс] / Галина Корба. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-64112594>.

<sup>57</sup> Де дивитись національний телемарафон єдиних новин #UАразом українською, англійською, російською [Електронний ресурс]. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://mkip.gov.ua/news/6951.html?PrintVersion>.

Глядачі телемарафону зазначають, що мають високий рівень довіри до новин, що в ньому надаються, а також схвально відгукуються щодо якості аналізу подій, оперативності та достовірності інформації.

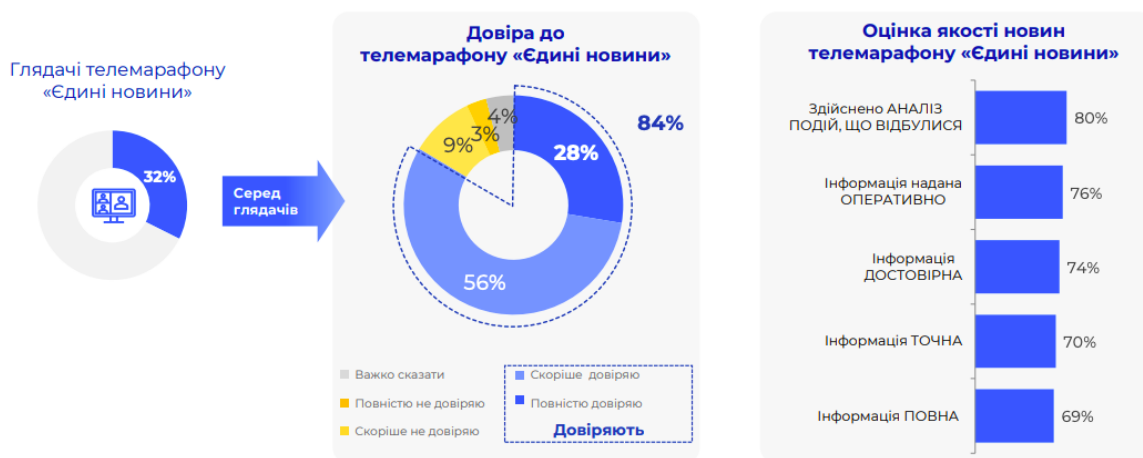


Рис. 2.2.2 Дані щорічного дослідження USAID-Internews «Ставлення населення до медіа та споживання різних типів медіа 2022»<sup>58</sup>

На початку війни стратегія комунікації через телемарафон була виграшною, адже завдяки цьому медіа не допускали потрапляння дезінформаційних повідомлень в інформаційний простір країни. Проте більше, ніж через рік потенціал такого формату вичерпується, телемарафон почав зазнавати значної критики. В ході дослідження було виявлено декілька на думку авторки можливих причин, чому так відбувається:

1. Надання безальтернативної інформації. Охопивши весь медійний простір країни та виключивши частину каналів з інформаційного мовлення, люди не можуть переглядати новини на інших каналах та вимушені шукати альтернативну інформацію у різних телеграм чатах, які в більшості випадків є анонімними та часто публікують неперевірені дані, які потребують підтвердження;
2. Повний контроль марафону державою. Робота з незалежними медіа є показником демократичного суспільства, дуже важливо, щоб в країні були незалежні та незаангажовані медіа, які пропонують громадськості альтернативну

<sup>58</sup> Опитування USAID-Internews щодо споживання медіа [Електронний ресурс]. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2022/11/Ukrainski-media-stavlennia-ta-dovira-2022.pdf?fbclid=IwAR3HW8VIA0k-9KvpxWnNG50MDFx7vVbqnX-xnTkWtseT7WzsxeHr4j67Gbs>.

інформацію. Звісно, вся вона має бути перевірена та узгоджена, бо в умовах війни дуже важливо фільтрувати весь інформаційний потік, про що можна зазначати в етері, а про що ні. Але вкрай важливо, щоб медіа були непідпорядковані владі та не просували її наративи;

3. Одноманітний контент, який вже нецікавий аудиторії, а самі телеканали хочуть продукувати інші формати контенту;

Незважаючи на всю критику Міністр культури України зазначив про те, що марафон буде тривати «до перемоги» і у бюджеті на наступний рік на фінансування інформаційної безпеки та телемарафону вже закладені необхідні гроші. Олександр Паніотто, генеральний директор Київського міжнародного інституту соціології та професор НаУКМА виокремив наслідки телемарафону для влади. За його словами через забезпечення одноманітного інформаційного середовища значно збільшилась згуртованість суспільства та ставлення до державних органів влади та президента загалом.<sup>59</sup> Якщо порівняти рівень довіри до Володимира Зеленського із 2021 роком, можна побачити стрімку динаміку у збільшенні показників більше ніж у два рази. У 2021 році президенту довіряло 33%, а у 2023 році показник збільшився до 83%. За словами пана Паніотто на збільшення довіри до Президента та державних інституцій вплинула відсутність альтернативних та опозиційних каналів.<sup>60</sup>

Дійсно, для Володимира Зеленського самого та уряду така комунікація з громадськістю найбільш вигідна, адже за відсутності альтернативних телеканалів, які поширюють інформацію весь інформаційний простір концентрується в руках панівної верхівки. З одного боку телемарафон «Єдині новини» це вдалий спосіб розв'язати проблему з дезінформацією з боку росії, контроль та фільтрація поданої суспільству інформації, а з іншого боку через присутні ознаки того, що влада використовує телемарафон для свого власного піару, надалі можуть виникнути

<sup>59</sup> Корба Г. Телемарафон: як він змінює українське суспільство та медіаринок [Електронний ресурс] / Галина Корба. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-64112594>.

<sup>60</sup> Рівень довіри до Зеленського за два роки зріс у понад два рази: скільки українців зараз довіряють Президенту [Електронний ресурс]. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://weukraine.tv/riven-doviry-do-zelenskogo-za-dva-roky-zris-u-ponad-dva-razy-skilky-ukrayintsiv-zaraz-doviryayut-prezydentu>

проблеми з відстороненням глядачів від телебачення, як джерела інформації та відсутність самостійності і свободи слова у телеканалів. Отже, уряду необхідно зайняти правильну позицію у комунікації з суспільством питанні, адже надалі це може призвести до зниження рівня демократії в Україні, що дуже вплине на процес відновлення країни після закінчення війни. Можливо, одним із варіантів може бути проведена урядом інформаційна кампанія спрямована на більше залучення суспільства до споживання новин саме через телемарафон, а також роз'яснення перспектив його подальшої роботи після закінчення війни. Чи повернуться в ефір інші українські канали та чи будуть медіа надалі підпорядковуватись владі або ж залишаться незалежним постачальником інформації та виробником контенту.

## РОЗДІЛ III ДОСЛІДЖЕННЯ КОМУНІКАЦІЇ ОФІСУ ПРЕЗИДЕНТА ТА МІНІСТЕРСТВА ОБОРОНИ В ПЕРІОД ВІЙНИ

### 3.1 Методологія проведення дослідження

З метою виявлення особливостей урядової комунікації під час війни в Україні автором були проаналізовані комунікаційні канали Офісу Президента, Міністерства оборони України, Центру протидії дезінформації та Центру стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки. Зокрема автором аналізувались також комунікаційні канали Володимира Зеленського та Андрія Єрмака, а саме соціальні мережі Instagram, Facebook, Telegram та Twitter. Авторкою були проаналізовані відео та фото публікації в період з 24 лютого 2022 року по 24 лютого 2023 року. Вибір перелічених соціальних мереж обумовлений їх популярністю серед української та західної аудиторії.

Техніка збору даних. Всі матеріали, які є об'єктом емпіричного дослідження авторки були зібрані з соціальних мереж Instagram, Facebook, Telegram, Twitter та YouTube а також офіційних сайтів урядових органів. Аналіз середньої кількості публікацій на день був проведений за допомогою онлайн-ресурсу FanpageKarma, всі інші дані збирались авторкою самостійно. За одиницю дослідження авторкою були взяті публікації та відеозвернення в соціальних мережах та офіційних сайтах. Одиницею підрахунку були встановлені кількість публікацій, кількість звернень, кількість лайків, коментарів та поширень. Авторка звертала також увагу на кількість підписників, середню кількість публікацій на день, формат та тематику дописів, а також взаємодію з аудиторією.

Шляхом якісного контент аналізу були визначені основні тенденції в публікаціях урядових органів, які отримують найбільші охоплення в соціальних мережах та відгук в суспільства.

Методами кількісного та якісного контент аналізу було опрацьовано п'ять соціальних мереж Володимира Зеленського, Андрія Єрмака, Офісу Президента та

Міністерства оборони України, а також два офіційних сайти Офісу Президента та Міністерства оборони України.

### 3.2 Комунікація Володимира Зеленського в період війни

Першим у своєму дослідженні авторка аналізує комунікацію Володимира Зеленського, адже саме з президента, на її думку, починається становлення країни. Саме комунікація та поведінка головнокомандуючого нашої держави визначила подальший перебіг подій, які відбуваються й досі. Вдало побудована комунікація із самого початку президенства Зеленського та його команди і її подальший розвиток, були одним із чинників, що допомогли Україні вистояти у перші дні війни.

З початку повномасштабного вторгнення Володимир Зеленський проявив себе як справжній лідер й не дивлячись на усі ризики залишився в Україні та продовжив боротьбу за перемогу нікуди не тікаючи. У відповідь на пропозицію керівництва США евакуюватись та сховатись за кордоном, Володимир Зеленський відповів, що йому потрібна зброя, а не евакуація, - *I need ammunition, not a ride*. Ця фраза стала крилатим висловом на Заході, а сам Зеленський став символом справжньої боротьби за свободу та незалежність. Фахівець з політичних комунікацій Гассо Мансфельд зазначив, що ці слова були влучними на сто відсотків. У Європі та США у десятках магазинів можна придбати мерч з цією фразою, картою України, портретом Зеленського та нашими воїнами.<sup>61</sup> Кореспондент журналу TIME Саймон Шустер у своїй книзі «The Fight is here» про Володимира Зеленського зазначив, що зазвичай політики поводяться зовсім по-іншому. Після дослідження поведінки президентів різних країн під час війни, журналіст прийшов до висновку, що втеча до безпечного місця зазвичай є типовою реакцією. За його словами людям, які роками знаходяться у політиці дуже важко прийняти та змиритись з новою політичною реальністю. Вони запевняють себе в

---

<sup>61</sup> Тейзе Є. Промови Зеленського: між політикою і емоціями [Електронний ресурс] / Євген Тейзе. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.dw.com/uk/volodymyr-zelenskyi-ochyma-nimtsiv-superheroi-yakoho-zanosyt/a-61481412>

тому, що зможуть стабілізувати ситуацію знаходячись у безпечному місці.<sup>62</sup> 25 лютого 2022 року на сторінці Зеленського в Instagram з'явилося відео президента з прем'єр-міністром України, головою фракції та головою Офісу Президента на Банковій, як доказ того, що влада нікуди не тікала – *«Ми тут. Ми в Києві. Лідер фракції, голова Офісу Президента, прем'єр-міністр Шмигаль та Подоляк. Всі ми тут. Громадяни тут, наші військові тут. Слава захисникам. Слава захисницям. Слава Україні!»*. (Див. Рисунок 3.2.1)

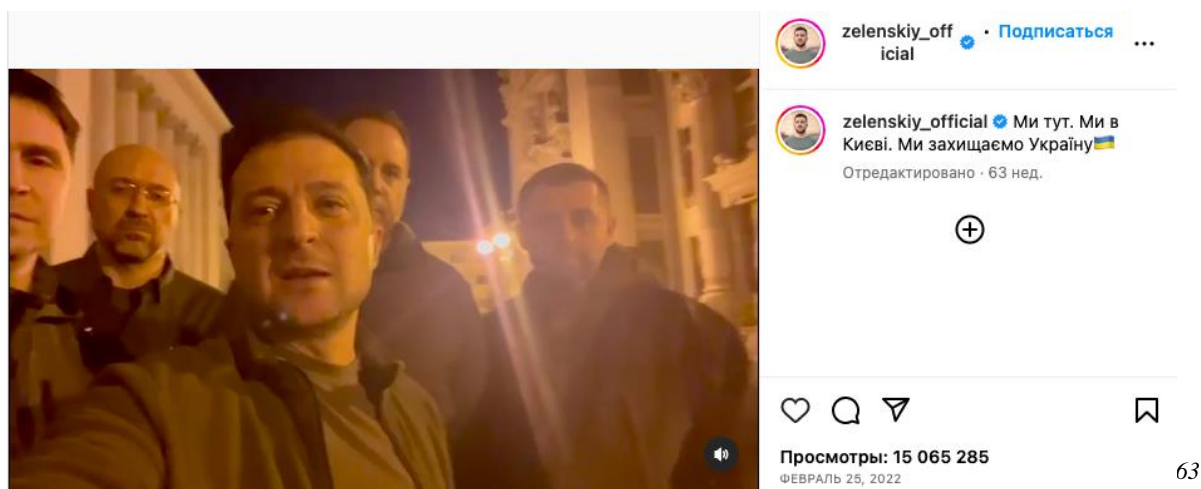


Рис. 3.2.1 Знімок екрана з відео Володимира Зеленського на офіційній сторінці в Instagram

Кожного дня Володимир Зеленський звертається до різних народів та демократичних країн у всьому світі, для кожної аудиторії він формує найбільш влучні слова, які спрямовані донести важливі меседжі. Так, наприклад, виступаючи перед парламентом Фінляндії у своїй промові Володимир Зеленський сказав: *«Як ваша сміливість врятувала вашу державу від сталінської навали, так і наша сміливість протистойть цьому вторгненню»*.<sup>64</sup> Цими словами він ходів донести,

<sup>62</sup> Давиденко Б. Герой із тисячею облич. Що зробило президента-миротворця Зеленського ефективним лідером воєнного часу [Електронний ресурс] / Б. Давиденко, В. Федорчук. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://forbes.ua/leadership/geroy-iz-tisyacheyu-oblich-shcho-zrobilo-prezidenta-mirotvortsya-zelenskogo-efektivnim-liderom-voennogo-chasu-03032023-12094>.

<sup>63</sup> Офіційна сторінка Володимира Зеленського в соціальній мережі Instagram [Електронний ресурс]. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: [https://www.instagram.com/p/CaaFzibgLES/?utm\\_source=ig\\_embed&utm\\_campaign=embed\\_video\\_watch\\_again](https://www.instagram.com/p/CaaFzibgLES/?utm_source=ig_embed&utm_campaign=embed_video_watch_again).

<sup>64</sup> Промова Президента України Володимира Зеленського в Едускунті, парламенті Фінляндії [Електронний ресурс]. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.president.gov.ua/news/promova-prezidenta-ukrayini-volodimira-zelenskogo-v-eduskunt-74181>.

що зараз Україна переживає ті ж самі важкі та переломні моменти, що і вони колись. Андре Гертель, німецький політолог з берлінського фонду науки зазначив про те, що Володимир Зеленський найбільше підходить на роль антипода кремля, ніж будь-хто з колишніх президентів України. Політолог сказав про це так: «В архівах немає його фотографій з Володимиром Путіним, на яких він п'є шампанське. Він – представник нового покоління. У нього немає специфічного шлейфу, який тягнеться ще з 90-их років минулого століття. Він цілком міг би бути західним політиком».<sup>65</sup>

Важливо зазначити, що жоден президент ніколи не виступав перед суспільством із щоденними промовами та зверненнями, президент України Володимир Зеленський робить це кожного дня вже понад рік. Відеозвернення, які записував президент у різних умовах, то у бомбосховищі, то в офісі стали історичною воєнною хронікою та увійдуть в історію, як хронологія подій війни, яку почала росія проти України. Ці звернення документують усі зміни та переломні етапи, які проходить наша країна та сам Володимир Зеленський. Його промови привернули значну увагу світової спільноти, а уряди усіх демократичних країн світу, зазначають про їх вплив на моральний дух українців та збільшення міжнародної підтримки задля посилення українського опору.

Згідно з даними соціологічної групи Рейтинг, за рік війни зросла довіра у суспільстві до Володимира Зеленського. Станом на 2023 рік відсоток українців, які виявили довіру до Зеленського зріс до 90%.<sup>66</sup> В порівнянні з 23 лютого 2022 року показник збільшився на аж на 49%, що є показником вдало налагодженої політики Офісу Президента.

Ключовою точкою відліку стало 23 лютого 2022 року, за кілька годин до нападу росії Зеленський записав звернення, яке було адресовано українцям, але більшою мірою росіянам. Це звернення було його першою спробою публічно

---

<sup>65</sup> <sup>65</sup> Тейзе С. Промови Зеленського: між політикою і емоціями [Електронний ресурс] / Євген Тейзе. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.dw.com/uk/volodymyr-zelenskyi-ochyma-nimtsiv-superheroi-yakoho-zanosyt/a-61481412>

<sup>66</sup> КОМПЛЕКСНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ: ЯК ВІЙНА ЗМІНИЛА МЕНЕ ТА КРАЇНУ. ПІДСУМКИ РОКУ [Електронний ресурс]. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: [https://ratinggroup.ua/research/ukraine/kompleksne\\_dosl\\_dzhennya\\_yak\\_v\\_yna\\_zm\\_nila\\_mene\\_ta\\_kra\\_nu\\_p\\_dsunk\\_i\\_roku.html](https://ratinggroup.ua/research/ukraine/kompleksne_dosl_dzhennya_yak_v_yna_zm_nila_mene_ta_kra_nu_p_dsunk_i_roku.html).

звернутись до громадян росії та закликати їх запобігти війні. Це відео було в першу чергу закликком чинити опір, не піддаватись путінському режиму та боротись за свою свободу та свободу нашої країни. На момент запису відео вже був очевидним той факт, що війна почнеться у найближчі години, і як президент незалежної та демократичної країни Володимир Зеленський чітко висловив позицію всієї держави: *«Якщо на нас наступатимуть війська, якщо у нас спробують відібрати нашу країну, нашу свободу, наші життя, життя наших дітей, ми захищатимемося. Не наступатимемо – захищатимемося»*.<sup>67</sup>

24 лютого о 3:40 росія напала на територію України, десятки українських міст потерпали від ракетних обстрілів, паніка та страх охопили всю країну. Пройшло менш як три години і Володимир Зеленський записав своє перше в умовах війни звернення на телефон і виклав на свою сторінку в Instagram. Умовно авторкою його промова була розділена на дві частини: Частина перша – інформуюча: *«Сьогодні президент росії оголосив про проведення спеціальної воєнної операції на Донбасі. Ми вводимо воєнний стан на всій території нашої держави. Хвилину тому я провів розмову з президентом Байденом, Сполучені Штати Америки вже почали гуртувати міжнародну підтримку»*.

Частина друга – звернення безпосередньо до громадян: *«Сьогодні від кожного з Вас потрібен спокій, по можливості залишайтеся вдома. Ми працюємо, армія працює, весь сектор безпеки та оборони України працює. На зв'язку з вами буду постійно Я, РНБО, Кабінет Міністрів України. Незабаром Я знову вийду на зв'язок. Без паніки, ми сильні, ми готові до всього, ми всіх переможемо..»*.<sup>68</sup>

Проаналізувавши дане звернення авторка прийшла до висновку, що в ньому Зеленський вдало об'єднав всі необхідні меседжі, які треба було оперативного донести аудиторії. Влада вже проводить всі необхідні безпекові заходи, всі працюють на оборону країни, ви (громадяни) не панікуйте та залишайтеся в

<sup>67</sup> Гончаренко Р. Як війна змінила Зеленського, а Путін - його недооцінив [Електронний ресурс] / Роман Гончаренко. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.dw.com/uk/ak-vijna-zminila-zelenskogo-a-putin-jogo-pedoociniv/a-64695694>.

<sup>68</sup>Звернення Володимира Зеленського опубліковане на його сторінці в Instagram [Електронний ресурс] / Володимир Зеленський. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.instagram.com/p/CaWNHYRFL8T/>.

безпечних місцях. Дуже важливою була теза Зеленського про те, що скоро він знову вийде на зв'язок та буде надалі інформувати про перебіг подій. Адже в умовах невизначеності, страху та психологічно нестабільного стану людям треба було отримувати інформацію із достовірного джерела, яким Президент країни і став. Публікація набрала більш як 11 мільйонів переглядів, 810 тисяч лайків та 34 тисячі коментарів, ставши однією з найбільш популярних публікацій за весь період війни.

Стиль комунікації Зеленського сформований так, щоб привернути увагу різних цільових аудиторій в Україні та за її межами. Завдяки цьому вибудувався сталий бренд української урядової комунікації, яка дуже контрастує з комунікацією президента рф. Зеленський став символом вільного, демократичного суспільства, президентом, який не тікає від своїх обов'язків, а разом з усіма бореться за перемогу. Він постає головнокомандувачем, який вітається, обіймається, їсть та спілкується разом із міністрами, солдатами, волонтерами та просто цивільними і не відчуває страху за своє життя в оточенні команди. На протиположності образу путіна, який ховається від усіх в бункері або на величезній відстані свого письмового стола. Образ Зеленського як *«людини з народу»*, який постійно транслюється, значно підсилює бойовий та моральний дух суспільства, а також зближає владу та громадськість<sup>69</sup>. Так, наприклад, 27 лютого 2022 року у соціальній мережі Twitter був опублікований допис на якому Міністр оборони України Олексій Резніков та Володимир Зеленський разом обіймаються та працюють над розв'язання поставлених задач. (Див. Рисунок 3.2.2)

---

<sup>69</sup> Ivar Ekman. Ukraine's Information Front Strategic Communication during Russia's Full-Scale Invasion of Ukraine / Ivar Ekman, Per-Erik Nilsson., 2023. – 100 с.



7:10 PM · Feb 27, 2022

13.4K Retweets 847 Quotes 104.7K Likes 354 Bookmarks

70

Рис 3.2.2 Знімок екрана з Twitter акаунту Олексія Резнікова

Усі відеозвернення Володимира Зеленського несуть в собі інформаційну та мотиваційну роль для забезпечення підтримки «чистого» інформаційного поля та запобігання поширення фейків і дезінформації. Молодший аналітик VoxUkraine Олександр Надельнюк проаналізував звернення Володимира Зеленського і визначив 10 слів, які Президент найчастіше використовує у закордонних та українських промовах:

**Українські промови:**

1. Окупант
2. Життя
3. Підтримка
4. Безпека
5. Захист
6. Дія
7. Ворог

<sup>70</sup> Резніков О. Minister of Defence of Ukraine [Електронний ресурс] / Олексій Резніков. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://twitter.com/oleksiireznicov/status/1497982463334928391>.

8. Перемога
9. Допомога
10. Свобода

#### **Закордонні промови:**

1. Життя
2. Свобода
3. Мир
4. Безпека
5. Підтримка
6. Агресія
7. Право
8. Ракета
9. Зброя
10. Можливість

За дослідженням Forbes з 24 лютого 2022 року і до 14 лютого 2023 Володимир Зеленський мав 563 публічні виступи, загальний час яких склав понад 32 годин. Більш ніж половина усіх промов були спрямовані на західну аудиторію. В середньому Зеленський виступав 1,6 рази на день.<sup>71</sup> На момент написання роботи 461 раз Президент виступав із вечірніми зверненнями, які складаються з вступного слова, інформації про фронт, ситуацію у найбільш гарячих точках, перемовини з міжнародною спільнотою, запровадження санкцій проти країни терориста, нагородження воїнів та подяки кожному за захист країни. У кожному такому зверненні розкривається *«нерв дня»*, як зазначила речниця глави Офісу Президента Дарія Зарівна. Ці звернення показують українцям, що влада працює та що робить кожного дня задля пришвидшення дня перемоги. Важливо, що Володимир Зеленський 70% своїх промов пише сам. За словами речниці Президент приходить

---

<sup>71</sup> Давиденко Б. Герой із тисячею облич. Що зробило президента-миротворця Зеленського ефективним лідером воєнного часу [Електронний ресурс] / Б. Давиденко, В. Федорчук. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://forbes.ua/leadership/geroy-iz-tisyacheyu-oblich-shcho-zrobilo-prezidenta-mirotvortsya-zelenskogo-efektivnim-liderom-voennogo-chasu-03032023-12094>.

на зустрічі вже маючи ключові повідомлення для промов та так звані «ходи». Дарія Зарівна пояснила, що ходи це той аспект, який має забезпечити емоційну залученість слухачів, надовго запам'ятається і, можливо, навіть стане мемом.<sup>72</sup>

Кожне зі звернень публікується на офіційній сторінці Зеленського в соціальній мережі Instagram та дублюється на офіційному сайті Офісу Президента в аудіовізуальному та текстовому вигляді. Важливим є той факт, що всі повідомлення, які транслюються в соціальних мережах перекладаються англійською мовою також, щоб поширювати всі ключові меседжі та події західним користувачам. Адже ми ведемо війну не тільки на воєнному фронті, а маємо ще й інформаційний фронт, який необхідно боронити. Найчастіше для своєї комунікації Володимир Зеленський використовує соціальні мережі. (Див. Таблицю 3.2.1)

## Комунікаційні канали Володимира Зеленського

Таблиця 3.2.1

Канал	Кількість підписників
Instagram	17,1 млн.
Telegram	900 тис.
Twitter	7,2 млн.
Facebook	3,2 млн.

На сьогодні соціальні мережі є дієвим інструментом в комунікації, який допомагає поширювати інформацію на аудиторію по всьому світу. Звернення та публікації Володимира Зеленського в соціальних мережах мають різний характер та тональність. Кожне з них дублюється двома мовами, англійською та українською, щоб забезпечити максимальну кількість людей, які це повідомлення зможуть прочитати та передати далі. Для прикладу можна подивитись на його

<sup>72</sup> Давиденко Б. Сила слова. Зеленський виступав з початку війни понад 560 разів. Як його промови вплинули на Україну та світ [Електронний ресурс] / Б. Давиденко, О. Надельнюк. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://forbes.ua/war-in-ukraine/sila-slova-zelenskiy-vistupav-z-pochatku-viyni-ponad-560-raziv-yak-yogo-promovi-vplinuli-ukrainu-ta-svit-24022023-11965>.

звернення у своєму Telegram каналі, яке було опубліковане 15 квітня 2023 року, в якому він відзвітував про оприлюднені санкційні укази проти осіб, які винні за російський терор.<sup>73</sup> (Див. Рисунок 3.2.3)

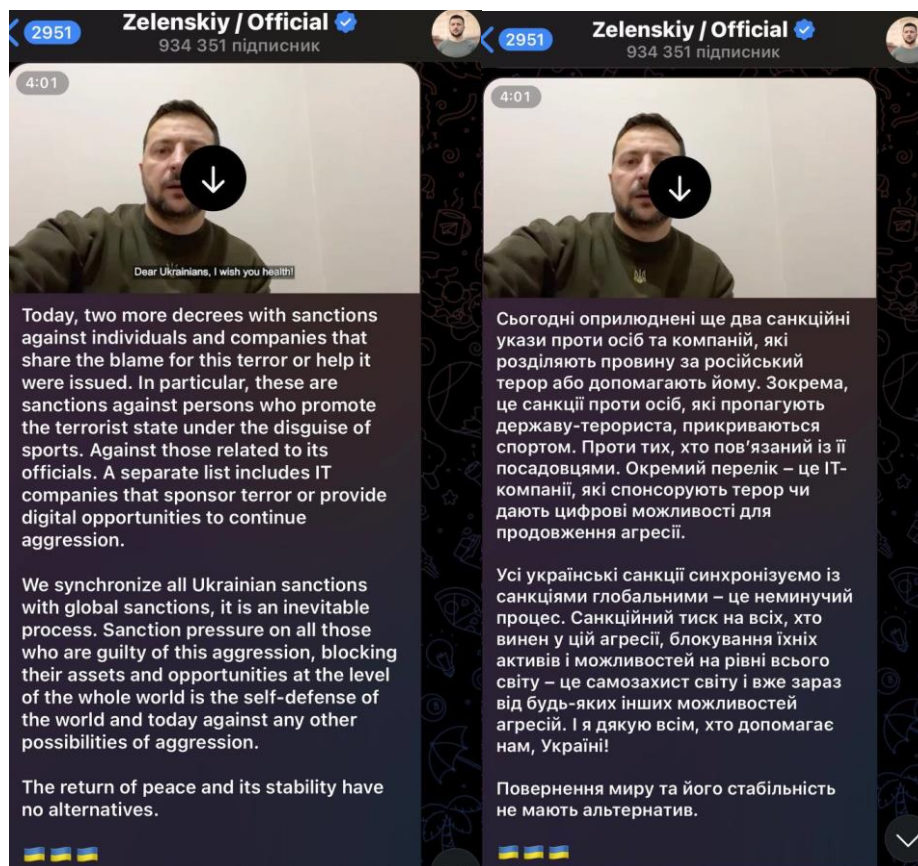


Рис 3.2.3 Знімок екрана з офіційного каналу Володимира Зеленського в Telegram

Аналіз показав, що в Instagram Володимир Зеленський публікує в більшій кількості відео, ніж просто фото з текстом, в порівнянні це 80% відео публікацій та відео звернень і 20% фото публікацій. В першу чергу такий формат подачі інформації формує зв'язок між ним та суспільством, складається враження живого спілкування та слідкування за усіма подіями в режимі реального часу. Проаналізувавши публікації Володимира Зеленського з 24 лютого 2022 року по 24 лютого 2023 року авторкою було виявлено, що за тональністю вони поділяються на інформативні, нейтральні, звітуючі, заклик до європейських країн, привітання, а

<sup>73</sup> Офіційна сторінка Володимира Зеленського в Telegram [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://t.me/V\\_Zelenskiy\\_official](https://t.me/V_Zelenskiy_official).

також емоційно забарвлені публікації в яких йдеться про жертв російської агресії. Користуючись сервісом «Fanpage Karma»<sup>74</sup> авторці вдалось з'ясувати, що Володимир Зеленський в середньому публікує 6,3 публікацій, загалом за 365 дні війни було опубліковано 2299 постів.

В рамках аналізу авторкою були досліджені 26 найбільш популярних відеозвернень Володимира Зеленського опубліковані в соціальних мережах Instagram та Facebook в період з 24 лютого 2022 року по 24 лютого 2023 року. Для аналізу авторка обрала ці дві мережі через те, що завдяки ним можна відслідкувати реакцію користувачів на повідомлення та їх залученість через кількість лайків, переглядів публікацій, коментарів та поширень. (Див. Таблицю 3.2.2)

### Найбільш популярні звернення та промови Володимира Зеленського

Таблиця 3.2.2

№	Дата публікації	Відео звернення	Facebook активність суспільства	Instagram активність суспільства
1	24.02.2023	Лютий. Рік незламності	500 тис. переглядів 42 тис. лайків 3,2 тис. коментарів	11,8 млн. переглядів 727 тис. лайків 14,5 тис. коментарів
2	24.02.2023	Рік сліз Рік мужності Рік болю Рік надії Рік витримки	265 тис. переглядів 17,5 тис. лайків 1 тис. коментарів	18 млн. переглядів 459 тис. лайків 3,7 тис. коментарів
3	22.01.2023	Привітання з днем соборності	200 тис. переглядів 30,1 тис. лайків 1,9 тис. коментарів	5,9 млн. переглядів 265 тис. лайків 3,9 тис. коментарів

<sup>74</sup> Fanpage Karma [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.fanpagekarma.com/discovery?view=PROFILES&id=4731970969&n=INSTAGRAM&tl0=profiles&tl1=content>.

4	21.01.2023	Прощання з Героями України. Вічна пам'ять.	411 тис. переглядів 35,3 тис. лайків 3,3 тис. коментарів	7,74 млн. переглядів 460,8 тис. лайків 16,3 тис. коментарів
5	14.01.2023	Трагедія в Дніпрі	268 тис. переглядів 15,5 тис. лайків 1,3 тис. коментарів	25,8 млн. переглядів 744,6 тис. лайків 28 тис. коментарів
6	01.01.2023	Новорічне звернення президента (відео опубліковано вдруге на англійській мові)	479 тис. переглядів 48,4 тис. лайків 3,9 тис. коментарів	12,2 млн. переглядів 618 тис. лайків 8,8 тис. коментарів
7	31.12.2022	Новорічне звернення президента	1 млн. переглядів 92,9 тис. лайків 5,1 тис. коментарів	21,3 млн. переглядів 1,1 млн. лайків 25,5 тис. коментарів
8	22.12. 2022	Виступ президента у конгресі США	649 тис. переглядів 62 тис. лайків 4 тис. коментарів	7,5 млн. переглядів 443 тис. лайків 10,1 тис. коментарів
9	25.11.2022	Подяка енергетикам. Дякую всім хто боронить наше світло.	271 тис. переглядів 20,4 тис. лайків 1 тис. коментарів	10,46 млн. переглядів 475,8 тис. лайків 7,9 тис. коментарів
10	27.06.2022	Полтавщина. Кременчук.	254 тис. переглядів 19,3 тис. лайків 3,2 тис. коментарів	15,75 млн. переглядів 769 тис. лайків 51,1 тис. коментарів

11	04.04.2022	Відео руйнувань в українських містах.	235 тис. переглядів 30,7 тис. лайків 2,1 тис. коментарів	3,1 млн. переглядів 390 тис. лайків 13 тис. коментарів
12	19.03.2022	Звернення президента до українського народу.	223 тис. переглядів 62,7 тис. лайків 3,4 тис. коментарів	3,2 млн. переглядів 597 тис. лайків 25,4 тис. коментарів
13	16.03.2022	Звернення президента до українського народу.	319 тис. переглядів 144 тис. лайків 8,9 тис. коментарів	5,6 млн. переглядів 1,13 млн. лайків 41,2 тис. коментарів
14	11.03.2022	Звернення президента до українського народу.	222 тис. переглядів 101 тис. лайків 6,8 тис. коментарів	2,97 млн. переглядів 564 тис. лайків 27,7 тис. коментарів
15	09.03.2022	Звернення президента. Європейці! Українці! Маріупольці!	204 тис. переглядів 42,5 тис. лайків 2,8 тис. коментарів	2,94 млн. переглядів 416,1 тис. лайків 16,8 тис. коментарів
16	09.03.2022	Маріуполь. Пологовий будинок...	242 тис. переглядів 30,4 тис. лайків 4 тис. коментарів	13,47 млн. переглядів 771 тис. лайків 75,7 тис. коментарів
17	09.03.2022	Звернення президента до українського народу.	200 тис. переглядів 77,9 тис. лайків 4,4 тис. коментарів	1,8 млн. переглядів 313 тис. лайків 13,2 тис. коментарів

18	07.03.2022	Звернення президента. Я залишаюсь в Києві.	401 тис. переглядів 222 тис. лайків 15,3 тис. коментарів	4,33 млн. переглядів 768 тис. лайків 40,8 тис. коментарів
19	06.03.2022	Звернення президента до українського народу.	360 тис. переглядів 95,9 тис. лайків 7,1 тис. коментарів	2,15 млн. переглядів 377 тис. лайків 15,4 тис. коментарів
20	05.03.2022	Звернення президента до українського народу.	240 тис. переглядів 90,4 тис. лайків 5,3 тис. коментарів	2,12 млн. переглядів 381 тис. лайків 18,5 тис. коментарів
21	04.03.2022	Звернення президента до українського народу.	356 тис. переглядів 149 тис. лайків 10,3 тис. коментарів	4 млн. переглядів 515 тис. лайків 42 тис. коментарів
22	04.03.2022	Термінове звернення президента до світової громадськості.	477 тис. переглядів 51,7 тис. лайків 6,8 тис. коментарів	11,8 млн. переглядів 1,05 млн. лайків 51,53 тис. коментарів
23	27.02.2022	Звернення президента до українського народу.	224 тис. переглядів 70,7 тис. лайків 5,5 тис. коментарів	4,1 млн. переглядів 479 тис. лайків 22,6 тис. коментарів
24	27.02.2022	Звернення президента до білоруського народу.	230 тис. переглядів 104 тис. лайків 6 тис. коментарів	8,4 тис. переглядів 670 тис. лайків 30,3 тис. коментарів

25	25.02.2022	Звернення президента до українського народу. Ми тут. Ми в Києві.	926 тис. переглядів 253 тис. лайків 34,9 тис. коментарів	15 млн. переглядів 1,5 млн. лайків 116 тис. коментарів
26	24.02.2022	Звернення президента до українського народу.	278 тис. переглядів 65,5 тис. лайків 6,1 тис. коментарів	11,6 млн. переглядів 810 тис. лайків 34,7 тис. коментарів <sup>75 76</sup>

[Розроблено авторкою]

Аналіз показав, що загалом звернення Президента в соціальних мережах набирають від 20 до 50 тисяч переглядів, але є ТОП публікацій, на які суспільство реагує більш активно. Дослідивши 26 найбільш популярних відео Зеленського авторкою був зроблений висновок, що суспільство активніше реагує на контент, який має емоційний та вразливий контекст. У перший місяць війни звернення Президента мали важливий підтримуючий та згуртовуючий ефект для українського суспільства. З 24 лютого по 24 березня 2022 року Президент опублікував 16 звернень, які мали такий характер та отримали найбільшу підтримку суспільства. Спочатку відео та публікації стосувались підтримки та віри в ЗСУ, згодом наратив змінився і частіше можна було зустріти звернення до міжнародної спільноти із закликом про допомогу та надання озброєння. Через рік прослідковується тенденція, що звернень до міжнародної спільноти стало менше, в основному зараз можна зустріти публікації що стосуються саме діяльності Володимира Зеленського.

Цікавим фактом є те, що найбільшим українським акаунтом у Twitter є саме сторінка Володимира Зеленського, яка за перший тиждень війни збільшилась на 3,5 мільйона підписників. Кількість дописів збільшилась у декілька разів, за тиждень

<sup>75</sup> Офіційна сторінка Володимира Зеленського в Instagram [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.instagram.com/p/CpCIqloIIRT/>.

<sup>76</sup> Офіційна сторінка Володимира Зеленського в FaceBook [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://www.facebook.com/zelenskiy.official/?locale=uk\\_UA](https://www.facebook.com/zelenskiy.official/?locale=uk_UA).

війни було написано 122 твіти, більша частина яких датувалась 26 лютого. Суспільство потребувало достовірної інформації від офіційних джерел і команда Володимира Зеленського змогла задовольнити цю потребу. В перший місяць війни всі дописи на сторінці у Twitter стосувались безпосередньо війни, 88% цих дописів були про комунікацію з іноземними партнерами та їх підтримку. (Див. Рисунок 3.2.4)



Рис 3.2.4 Тематика публікацій Володимира Зеленського в перший місяць війни в соціальній мережі Twitter)<sup>77</sup>

Щоденні звернення Володимира Зеленського майже не дублювались у Twitter, ця соціальна мережа стала місцем де весь світ та українці зокрема дізнаються про те, що відбувається в країні. Надалі вся комунікація, яка відбувалась на сторінці в Twitter зводилась переважно саме до цього. Згодом тематичний список публікацій розширився та з'явилися більш неформальні твіти. Наприклад 3 жовтня 2022 року був опублікований допис «*Which @elonmusk do you like more?, Який Ілон Маск Вам подобається більше?*». Це була відповідь на

<sup>77</sup> Максимова В. Найпопулярніший український акаунт у Twitter. Хто веде і що там пишуть [Електронний ресурс] / Вікторія Максимова. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.chesno.org/post/5601/>.

опитування Маска про завершення війни в Україні та пропозиціями, як визнання Криму частиною РФ.

Згодом з'явилась тенденція у розширенні мов, якими публікуються твіти. Команда Зеленського розширила вектор комунікації й на іншу частину аудиторії, яка може не знати англійської мови. На думку авторки це дуже важлива зміна, адже попри те, що англійська мова є переважною у цій соціальній мережі, є певний відсоток користувачів, які нею не володіють. Це дозволило охопити більшу частину аудиторії та привернути їх увагу до подій в Україні. (Див. Таблицю 3.2.3)

Мови публікацій на офіційній сторінці Twitter Володимира Зеленського

Таблиця 3.2.3

Мова	Відсоток публікацій
Українська	45 %
Англійська	53 %
Польська	0,53 %
Французька	0,23 %
Італійська	0,17 %
Німецька	0,13 %
Іврит	0,1 %
Португальська	0,1 %
Чеська	0,07 %
Грецька	0,07 %
Арабська	0,03 %
Російська	0,03 %
Латиська	0,03 %
Грузинська	0,03 %
Японська	0,03 %
Іспанська	0,03 % <sup>78</sup>

<sup>78</sup> Максимова В. Найпопулярніший український акаунт у Twitter. Хто веде і що там пишуть [Електронний ресурс] / Вікторія Максимова. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.chesno.org/post/5601/>.

За даними таблиці у якій зазначені мови, якими публікуються твіти на сторінці Президента України, можна побачити, що англійська переважає. Аналіз сторінки Володимира Зеленського у Twitter, який був проведений авторкою показав, що більшість коротких дописів дублюються двома мовами, англійською та українською. З квітня 2023 року по травень 2023 року таких дописів було 50, серед них зустрілись дописи на турецькій та китайській мовах. Найбільш популярними серед опублікованих твітів були:

1. Подяка США за озброєння – 627 тисяч переглядів, допис англійською мовою та 244 тисячі переглядів, допис українською мовою;
2. Вітання Президента Латвійської Республіки – 704 тисячі переглядів, допис англійською мовою та 253 тисячі переглядів, допис українською мовою;
3. Інформування про розмову з Олафом Шольцом – 584 тисячі переглядів, допис англійською мовою та 269 тисяч переглядів, допис українською мовою;
4. Інформування про збільшення фонду фінансування України данським урядом – 774 тисячі переглядів, допис англійською мовою, 332 тисячі переглядів, допис українською мовою;
5. Привітання Ердогана з перемогою на виборах – 1,2 мільйони переглядів, допис турецькою мовою, 641 тисяча переглядів, допис українською мовою;
6. Публікація про визнання парламентом Великобританії Голодомору геноцидом українського народу – 620 тисяч переглядів, публікація англійською мовою, 315 тисяч переглядів, публікація українською мовою;
7. Інформування про зустріч з Президентом США в рамках участі у саміті G7 – 880 тисяч переглядів, публікація англійською мовою, 430 тисяч переглядів, публікація українською мовою;
8. Публікація про розмову з Президентом Китаю та призначення посла України у Китаї – 4,9 мільйони переглядів, допис опублікований

- китайською мовою, 800 тисяч переглядів, допис опублікований українською мовою;
9. Вшанування пам'яті євреїв вбитих від час Голокосту – 1,4 мільйони переглядів допис англійською мовою, 500 тисяч переглядів, допис українською мовою;
  10. Зустріч зі спеціальним радником Президента Бразилії з міжнародних питань – 900 тисяч переглядів, допис англійською мовою, 500 тисяч переглядів, допис українською мовою;<sup>79</sup>

Найбільшу кількість охоплень та реакцій отримують відеозвернення Володимира Зеленського, від 700 тисяч до 2,6 мільйонів.<sup>80</sup>

Отже, проаналізувавши комунікацію Володимира Зеленського та більшість його комунікаційних каналів авторка визначила, що найбільшою саме за залученістю аудиторії є Instagram, за кількістю переглядів та коментарів він є більш ефективним. Сторінка у Twitter спрямована на західну аудиторію, у дописах переважає англійська мова, такі публікації мають більші охоплення. Найбільший відгук суспільства отримують звернення та публікації, які містять емоційно вразливий контекст.

### 3.3 Комунікація Офісу Президента в умовах війни

Офіс Президента України – урядовий орган, створений для забезпечення реалізації конституційних повноважень Президента. Часто можна зустріти назву Банкова, надалі в роботі ця назва буде використовуватись також. В структуру Офісу Президента входять помічники, радники Президента та пресекретарі. До складу ОП входять різні департаменти, метою яких є налагодження зв'язку з іншими органами державної влади та займатись розв'язанням питань внутрішньої та зовнішньої політики. Офіс Президента складається з людей, задачею яких є

<sup>79</sup> Офіційна сторінка Володимира Зеленського у Twitter [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://twitter.com/ZelenskyUa?ref\\_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor](https://twitter.com/ZelenskyUa?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor).

<sup>80</sup> Офіційна сторінка Володимира Зеленського у Twitter [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://twitter.com/ZelenskyUa?ref\\_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor](https://twitter.com/ZelenskyUa?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor).

допомога президенту країни виконувати його обов'язки належним чином та контроль роботи органів влади.<sup>81</sup> В межах ОП був створений медіацентр, в якому щогодини виступали спікери від влади, які мали інформувати громадськість про актуальний стан подій в країні. Першими речниками стали Михайло Подоляк та Олексій Арестович. До цього медіацентру входило доволі обмежене коло осіб. 24 лютого за участі журналістів було проведено лише декілька брифінгів, через загрозу ракетних атак все довелось скасувати. Зрозуміло, що комунікувати з журналістами необхідно, але постало гостре питання як зробити це безпечно та без загрози їх життю. Так ввечері того ж дня пресслужбою Офісу Президента був створений чат у WhatsApp, куди була додана значна кількість українських та іноземних журналістів, які приїхали в Україну для висвітлення подій. Ірина Победоносцева пояснила це тим, що в таких умовах збиратись фізично було просто неможливо. – *Ми оперативно все скидали в чат, включно із відео брифінгів спікерів. Перші два тижні ми були цілодобово в цьому чаті. Часу на сон не було*». Такі дії уряду є показником високої ефективності, підготовленості та продуманої комунікаційної стратегії за будь-яких умов. Якими б не були обставини, уряд має продовжувати працювати та адаптувати свою комунікаційну діяльність під усе необхідні умови. Цей кейс показав, що уряд нашої країни у своїй роботі ефективний.<sup>82</sup>

Проаналізувавши офіційний сайт Офісу Президента авторці вдалось дослідити, що на ресурсі можна знайти інформацію про діяльність Президента та першої леді, подивитись офіційні звернення головнокомандуючого, ознайомитись з документами та розпорядженнями, а також дізнатись про діяльність влади у сфері зовнішньої та внутрішньої політики. Вся ця інформація є у вільному доступі задля здійснення громадського контролю щодо дій Президента та використання ним його влади та повноважень.<sup>83</sup>

---

<sup>81</sup> Офіс Президента України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.president.gov.ua/news/cej-den-ukotre-doviv-sho-rosiya-maye-buti-viznana-derzhavoyu-76493>.

<sup>82</sup> Далі без Арестовича. Хто керує інформаційною армією Зеленського [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: [https://ukrrudprom.com/digest/Dal\\_bez\\_Arestovicha\\_Hto\\_keru\\_nformatsynoyu\\_armyu\\_Zelenskogo.html](https://ukrrudprom.com/digest/Dal_bez_Arestovicha_Hto_keru_nformatsynoyu_armyu_Zelenskogo.html).

<sup>83</sup> Офіс Президента [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.segodnya.ua/ua/tags/офис%20президента.html>.

Із самого початку війни ключовим меседжем Офісу Президента було *«Закрийте небо над Україною»*, коли кожного дня українські міста потерпали від ракетних обстрілів, а система ППО просто не справлялась з таким масштабом атак. Згодом в ОП зрозуміли, що меседж треба трансформувати та перейти до іншого нарративу *«Дайте нам зброю»*. Дарія Зарівна, яка є радницею з комунікацій Офісу Президента висунула тезу про те, що іноді народи інших країн підтримують Україну набагато більше та активніше, ніж їхні політики. Саме тому в ОП сегментували аудиторії, з якими комунікують окремо завдяки різним меседжам:

1. Політики
2. Їх виборці
3. Представники бізнесу
4. Культурні діячі

Завдяки такій сегментації відбувається більш точкова комунікація з різними групами громадськості та дозволяє більш виразно побачити ситуацію в різних країнах та сформувати ключові повідомлення під різні аудиторії.<sup>84</sup>

Задля інформування громадськості про діяльність влади, Офіс Президента використовує різні канали комунікації, а саме офіційний сайт та соціальні мережі. (Див. Таблицю 3.3.1)

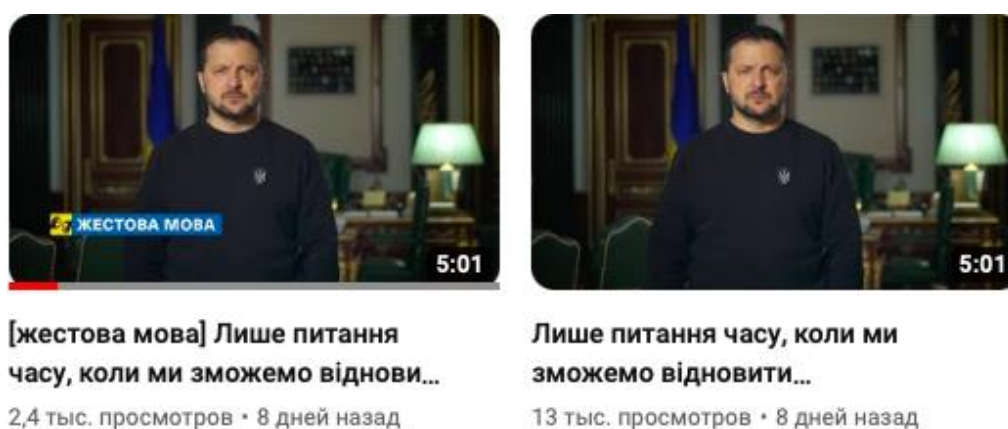
### Комунікаційні канали Офісу Президента

Таблиця 3.3.1

Канал	Кількість підписників
Instagram	540 тис.
Telegram	146 тис.
Twitter	478 тис.
Facebook	1,6 млн.
YouTube	309 тис.
Офіційний сайт	

<sup>84</sup> Охотник М. Офіс Президента, МЗС і СБУ. Як працюють державні комунікації під час війни — словами речників [Електронний ресурс] / Микола Охотник. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://vctr.media/ua/derzhavni-komunikacziyi-pid-chas-vijny-139836/>.

В ході аналізу було виявлено, що всі канали комунікації дублюють інформацію та поширюють одні й ті ж самі дописи. На YouTube каналі ОП можна подивитись брифінги, які проводить заступник керівника офісу – Сергій Лещенко. Всі звернення Володимира Зеленського дублюються на каналі додатково ще жестовою мовою, що дає громадянам навіть з порушеннями слуху бути поінформованими у ситуації в країні та діяльності Президента. В середньому відео жестовою мовою дивляться від 2,5 до 5 тисяч людей. (Див. Рисунок 3.3.1)



85

Рис. 3.3.1 Знімок екрана з офіційного YouTube каналу офісу Президента

На офіційному сайті всі інформація доступна трьома мовами – українською, англійською та російською, також зазначені соціальні мережі Президента з посиланнями на них. В разі необхідності отримати додаткову інформацію, на сайті є опція «Запит на інформацію», і кожен громадянин країни за запитом може отримати доступ до публічної інформації, яка його цікавить.<sup>86</sup>

Головним недоліком, який вдалось виявити під час аналізу є закриті коментарі у всіх соціальних мережах. Таке рішення нічим не аргументоване та викликає певні питання, щодо готовності влади комунікувати з громадськістю в режимі реального часу та оперативно відповідати на запити. Виходить, що користувачі не залучені у процес обговорення та не отримують зворотного зв'язку.

<sup>85</sup> YouTube канал Офісу Президента України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.youtube.com/@PresidentGovUa>.

<sup>86</sup> Офіційний сайт Офісу Президента України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.president.gov.ua/>.

## Андрій Єрмак

З 2019 року Андрій Єрмак став частиною команди Володимира Зеленського і наразі очолює Офіс Президента. Навіть попри усі скандали та сумнівні чутки, які розповсюджувались у медіасередовищі, Андрій Єрмак досі вважається однією з найбільш впливових постатей в країні.

Так як на сьогоднішній день Єрмак є однією з ключових фігур влади, представником і «обличчям» України закордоном та об'єднуючим елементом між Президентом, урядом та міністерствами – його комунікація є важливою в урядовій комунікації загалом. (Див. Таблицю 3.3.2)

### Канали комунікації Андрія Єрмака

Таблиця 3.3.2

Канал	Кількість підписників
Instagram	101 тис.
Facebook	34 тис.
Twitter	206 тис.
Telegram	195 тис.

Проаналізувавши комунікаційні канали Єрмака виявилось, що в соціальних мережах його комунікація доволі спокійна та стримана. Ми не побачимо його «цивільних» фотографій або відеозвернень та публікацій у форматі живого спілкування з аудиторією. Все, що публікується – стосується безпосередньо діяльності ОП та самого Президента. Кожен допис одночасно дублюється у всіх чотирьох соціальних мережах. Змінюється лиш формат, наприклад, на сторінці в Twitter кожен твіт публікується двома мовами, українською та англійською. Поширеними є повідомлення-звернення до лідерів країн союзниць України які публікує керівник ОП на сторінці в Twitter. (Див. Рисунок 3.3.2)



Рис. 3.3.2 Публікація на офіційній сторінці в Twitter Андрія Єрмака

У таких зверненнях Єрмак зазвичай висловлює вдячність за підтримку країни, командну роботу у вирішенні нагальних питань та запровадження стратегічно важливих для України рішень, які спрямовані на пришвидшення перемоги.

Провівши дослідження та проаналізувавши дописи, які були опубліковані протягом війни, авторка виявила, що кожного дня на сторінках Андрія Єрмака публікується від трьох до восьми дописів, в Instagram середня кількість лайків 3-5 тис. Але, наприклад, пост від 9.02.2023 року про візит до Великобританії, яку він назвав історичною подією набрав 12,7 тис. лайків. Аналіз показав, що на сторінці Єрмака в Facebook більш стримана аудиторія пости в середньому набирають 400 – 600 лайків, а залученість аудиторії залежить від типу та тематики постів. Найбільшу кількість лайків (3,4 тисячі) в Facebook, за рік війни, набрав пост від 25.02.2022 року, який містив емоційну складову і стосувався його рідного брата. На сторінці в Instagram найбільше відгуку отримують пости про зустрічі із закордонними представниками (до 3000 лайків, коментарів такі публікації збирають небагато – до 80), дописи про повернення захисників з полону, вони збирають до 13000 лайків та 500 коментарів. Дослідивши всі публікації за рік війни авторка виявила один найбільш популярний допис від 29.04.2023 року, це історія про воїна-парамедика Ореста Грицюка звільненого з полону, який зібрав 54 тисяч лайків, 676 тисяч переглядів та 277 коментарів.<sup>87</sup>

<sup>87</sup> Офіційна сторінка Андрія Єрмака в Instagram [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://www.instagram.com/yermak\\_andrii/](https://www.instagram.com/yermak_andrii/).

### 3.4 Комунікація Міністерства оборони України під час війни

Міністерство оборони України є центральним органом виконавчої влади, якому підпорядковуються Збройні Сили України. Міноборони є провідним органом, який забезпечує реалізацію державної політики у сфері оборони. З 4 листопада 2021 року міністром оборони України був назначений Олексій Резніков, який займає цю позицію і зараз.

Після 24 лютого 2022 року Міністерство оборони розробило унікальну систему інформаційної координації, завдяки якій точна та достовірна інформація подається вчасно і злагоджено. Про це зазначила Ганна Маляр на форумі *Kyiv StratCom Forum 2023*, — *«Повністю вибудована інформаційна вертикаль, і меседжі на сьогодні у всіх представників держави однакові. У нас сьогодні немає такого, щоб хтось казав одне, хтось казав щось інше. Всі офіційні особи на сьогодні скоординовані повністю у єдиний меседж по війні. Це дуже важливо»*, — зазначила заступник Міністра оборони України. Для того, щоб ця система працювала, в Міноборони розробили необхідні інструкції, дотримання яких забезпечить роботу всіх структур:

- Комунікація між усіма місцевими владами й військовими пресслужбами. Представники місцевої влади висвітлюють усі події та меседжі скоординовано разом зі Збройними Силами України;
- На базі Міністерства оборони був створений єдиний інформаційний майданчик - *Military Media Center* на якому кожного тижня проводяться брифінги;
- Усі силові структури виконують щотижневу звітність;<sup>88</sup>

---

<sup>88</sup> Поліщук В. Ми змогли структурувати інформаційне поле без цензури [Електронний ресурс] / В. Поліщук, Є. Проворний. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://armyinform.com.ua/2023/03/03/nam-ne-treba-vygaduvaty-obraz-ukrayinskyj-vijskovykh-vony-naspravdi-sylni-czyvilizovani-ta-lyudyani-ganna-malyar/>.

18 серпня 2022 року Міністерство оборони запустило новий Військовий медіацентр метою якого була *уніфікація комунікацій через проактивну взаємодію із засобами масової інформації*. Воєнний медіацентр має підтримувати роботу журналістів, які висвітлюють війну в країні через проведення брифінгів, пресконференцій, дискусій та експертних панелей за участю представників військових структур. Під час презентації концепції Воєнного медіацентру заступниця міністра оборони Ганна Маляр заявила: *«Наша мета - стати єдиним голосом сил безпеки та оборони. Ми маємо стати надійним джерелом інформації в оборонній сфері. Разом, співпрацюючи та доповнюючи один одного, ми зможемо показати більш об'ємну картину подій на фронті»*.<sup>89</sup> Окрім цього у своїй комунікації Міністерство оборони активно використовує соціальні мережі (Див. Таблицю 3.4.1)

#### Комунікаційні канали Міністерства оборони України

Таблиця 3.4.1

Канал	Кількість підписників
Twitter	1,8 млн.
YouTube	800 тис.
Facebook	820 тис.
Flickr	408 тис.
Telegram	51 тис.
Instagram	167 тис.
Офіційний сайт міністерства	

Виходячи з представленої вище таблиці можна побачити, що Міністерство оборони активно використовує всі доступні канали комунікації для поширення інформації про свою діяльність і всі нагальні новини, які потребують висвітлення для громадськості. У цьому дослідженні авторка більш детально проаналізувала комунікацію Міністерства у кожній з представлених мереж, щоб зрозуміти,

<sup>89</sup> Військовий медіа-центр почав роботу в оборонній сфері України [Електронний ресурс]. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.mil.gov.ua/en/news/2022/08/18/military-media-center-began-its-work-in-ukraines-defence-sphere/>.

наскільки ефективною є ця комунікація та який з каналів поширення інформації є найбільш оптимальним, враховуючи умови, в яких знаходиться країна зараз.

### *Twitter*

Станом на лютий 2023 року кількість українців, які використовували соціальну мережу Twitter для споживання новинного контенту становила 35%.<sup>90</sup> Ця соціальна мережа популярною у Європі та націлена більше на західну аудиторію. На мою думку, саме через це офіційна сторінка Міністерства оборони має найбільшу кількість підписників серед усіх каналів, які використовуються. Адже саме через Twitter аудиторія за межами України може дізнатись усі новини, які відбуваються в країні.

Проведений авторкою аналіз офіційної сторінки Міністерства оборони у Twitter показав, що кількість опублікованих дописів сягає 15,5 тисяч, середня кількість охоплення кожної публікації – 130 тисяч, середня кількість коментарів – 150, середня кількість ретвітів – 500. Усі показники варіюються в залежності від тематики постів. Контент оновлюється регулярно, в середньому по три дописи на день серед яких інформування про втрати ворога, висвітлення злочинів російської армії на окупованих територіях, привітання зі святами та інколи сатиричні публікації.

Так, наприклад, 12 травня була опублікована світлина Володимира Зеленського та прем'єр-міністра Великобританії Риши Сунака із дописом – *«Момент, коли ти розумієш, що відстань від лінії фронту до військових кораблів з ракетами "Калібр" у Севастопольській бухті становить 298 км 700 метрів»*. Публікація стала однією з найбільш популярних та набрала більш як два мільйони переглядів. (Див. Рисунок 3.4.1)

---

<sup>90</sup> Мельник Р. За рік війни українці стали споживати новини з месенджерів вчетверо частіше, — дослідження [Електронний ресурс] / Роман Мельник. — 2023. — Режим доступу до ресурсу: <https://detector.media/infospace/article/208248/2023-02-22-za-rik-viyny-ukraintsi-staly-spozhyvaty-novyny-z-mesendzheriv-vchetvero-chastishe-doslidzhennya/>.



Рис. 3.4.1 Публікація на офіційній сторінці Міністерства оборони України в Twitter

Під кожним постом з втратами ворога публікується допис із цитатою, яка спрямована на мотивацію українського суспільства та посилення відчуття невідворотної перемоги. Для прикладу 10 травня до анонсу 196310 тисяч знищених ворогів була опублікована цитата Олександра Гамільтона – *«У свободі є певний ентузіазм, який змушує людську природу піднятися над собою, в актах хоробрості та героїзму»*.<sup>91</sup>

### **Facebook**

На офіційній сторінці Міністерства у Facebook частково дублюється та ж сама інформація, що публікується і на каналі в Telegram, а саме оперативна інформація про вторгнення, втрати ворога, вшанування пам'яті загиблих та звернення Президента. Важливим недоліком, який був помічений авторкою під час аналізу цієї мережі виявилась відсутність комунікації з аудиторією в коментарях, що є значним мінусом, адже відсутність фідбеку та зворотного зв'язку від влади на питання, які бентежать та цікавлять громадян викликають негативну реакцію та говорять про відсутність необхідних відповідей.

<sup>91</sup> Official page of the Ministry of Defense of Ukraine [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://twitter.com/DefenceU>.

Середня кількість охоплення публікацій – 400 лайків, середня кількість коментарів – 50, середня кількість поширень – 30.

### *Telegram*

Сьогодні соціальна мережа Telegram є однією з найпопулярніших в Україні. Станом на 2022 рік серед 76% українців, які використовують соціальні мережі як джерело інформації, 66% використовують саме Telegram.<sup>92</sup> За словами заступниці міністра оборони Ганни Маляр, telegram-канали значно швидше передають інформацію, ніж офіційні сайти будь-якого міністерства.<sup>93</sup> Телеграм канал Міністерства Оборони був створений 8 березня 2022 року, станом на травень 2023 року кількість фото публікацій становить 5 188 тисяч, а кількість відео публікацій 1089 тисяч.

У телеграм каналі Міноборони можна знайти оперативну інформацію станом на конкретну дату, яка оновлюється кожного дня. Середня кількість перегляду публікацій – 20 тисяч, середня кількість реакцій на публікацію – 400. Також на каналі дублюється інформація з офіційних каналів:

1. Володимира Зеленського
2. Ганни Маляр
3. Головного управління розвідки
4. Медійного майданчика сил оборони (*Military Media Center*)
5. Сухопутних військ України

На своїй сторінці в Telegram Міністерство оборони інформує громадян про пророблену роботу та звітує у форматі невеликої доповіді. Для прикладу 14 квітня 2023 року був опублікований допис про здійснення заходів із забезпечення військовослужбовців повним комплектом літньої форми. У Міністерстві

---

<sup>92</sup> Манджурі Є. Якими соцмережами користуються українці під час війни: статистика [Електронний ресурс] / Євген Манджурі. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://speka.media/yakimi-socmerezami-koristuyutsya-ukrayinci-pid-cas-viini-doslidzennya-p22nur>.

<sup>93</sup> Поліщук В. Ми змогли структурувати інформаційне поле без цензури [Електронний ресурс] / В. Поліщук, Є. Проворний. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://armyinform.com.ua/2023/03/03/nam-ne-treba-vygaduvaty-obraz-ukrayinskyj-vijskovyh-vony-naspravdi-sylni-czyvilizovani-ta-lyudyani-ganna-malyar/>.

повідомили як відбувається процес речового забезпечення військових, як відбуваються закупівлі, як накопичується резерв та доставляється на передову.<sup>94</sup>

Аналізуючи телеграм канал Міноборони авторка виявила, що найбільшу кількість переглядів збирають публікації з оперативною інформацією, яка стосується російського вторгнення та публікації про втрати ворога, в середньому від 20 до 40 тисяч, а відеозвернення Президента – 8 тисяч. За весь час існування каналу найбільш популярним став допис від 7 квітня 2023 року про знищення Су-25 противника на Донеччині – 259 163 тисячі переглядів. Проаналізувавши публікації Міністерства в Telegram авторка визначила найбільш популярні та поширені дописи за тематикою та типом публікацій. (Див. Таблицю 3.4.2)

### Тематика публікацій в Telegram каналі Міністерства Оборони

Таблиця 3.4.2

Тематика публікацій	Тип публікацій
Інформування про втрати ворога	Фото
Інформація для військовослужбовців <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Як пройти медичну комісію</li> <li>2. Компенсація родинам загиблих воїнів</li> <li>3. Військова підготовка військовослужбовців</li> <li>4. Лікування воїнів закордоном</li> </ol>	Фото
Привітання зі святами	Фото
Коментарі командувачів ЗСУ щодо подій на фронті, а саме: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Генерала-лейтенанта Сергія Наєва</li> <li>2. Командувач Сухопутних військ ЗСУ Олександра Сирського</li> </ol>	Фото

<sup>94</sup> Офіційний Telegram-канал Міністерства оборони України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://t.me/ministry\\_of\\_defense\\_ua](https://t.me/ministry_of_defense_ua).

3. Командира механізованої бригади ім. князя Романа Великого – Олександра Охріменко	
4. Командира бригади тактичної авіації ПВК «Центр» Повітряних сил ЗСУ – Олексія Манюшкіна	
5. Начальника штабу Сил Територіальної оборони – Сергія Собко	
6. Начальника територіального управління Сил ТрО – Олександра Кяго	
7. Першого Заступника Міністра оборони – Олександра Павлюка	
Інформування про діяльність Міністерства	Фото
Історії військових з фронту	Фото
Виконання бойових завдань українських військових	Відео
Інформація про надходження західного озброєння	Фото/Відео
Повернення військових з полону	Фото/Відео

### ***YouTube***

Міністерство оборони має свою Центральну телерадіостудію, яка була заснована у червні 1992 року та включає такі медіаплатформи як Військове телебачення України та військове радіо Армія FM. YouTube канал Військового телебачення України налічує більш як 800 тисяч підписників та 17 тисяч відео публікацій.<sup>95</sup> У середньому в день на каналі публікується по три-чотири коротких відео довжиною в одну-дві хвилини. За тематикою вони поділяються на втрати

<sup>95</sup> Офіційний YouTube канал Військового телебачення України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.youtube.com/@ctrstvua/videos>.

російської армії, брифінги, відео від військового психолога про емоційне вигорання та як впоратись з наслідками війни, відео роботи військової техніки тощо. Проаналізувавши відео опубліковані протягом 24 лютого 2022 року по 24 лютого 2023 року, авторка виявила, що найбільш популярними є публікації про втрати ворога на фронті, в середньому вони набирають від 26 до 58 тисяч переглядів та 100 коментарів. Тоді як відео на інші тематики мають від 3 до 4 тисяч переглядів 25 коментарів. Найменше переглядів отримують брифінги – 800 переглядів. Єдиним недоліком, який був визначений під час аналізу цієї соціальної мережі стала відсутність комунікації з глядачами у коментарях. Під час перегляду деяких публікацій було виявлено низку запитів від громадськості на які, на жаль, не було надано відповіді. Активна комунікація на всіх можливих майданчиках є показником здорових суспільних відносин між владою та народом. Вкрай важливо реагувати на будь-які запити аби вчасно зреагувати та бути в курсі суспільних настроїв.

### ***Instagram***

Офіційна сторінка Міністерства в Instagram налічує понад 167 тисяч підписників та майже 6 тисяч публікацій. Середнє охоплення дописів 1500 тисячі, середня кількість коментарів від 5 до 10, на деяких постах сягає 40. На відміну від контенту, який публікується на інших майданчиках, на сторінці Міністерства в Instagram можна познайомитись з історіями наших воїнів про бої та ситуацію на фронті. Для того, щоб суспільство знало своїх героїв в обличчя, у мережі регулярно публікуються світлини з історією того чи іншого батальйону, бригади, солдата або командира тощо.

Найбільш популярними є дописи про втрати ворога на фронті – 1000 лайків та 15 коментарів, публікації з українськими воїнами – 230 тисячі лайків та 25 коментарів. Проаналізувавши публікації Міністерства в період з 24 лютого 2022 року по 24 лютого 2023 року в Instagram вдалось виявити ТОП-5 найбільш популярних дописів серед яких:

1. Історія 19-річного танкіста – допис опублікований 12 жовтня 2022 року та зібрав 7 568 лайків і 114 коментарів;

2. Фото українських військових після бою – допис опублікований 30 серпня 2022 року та зібрав 11 365 лайків і 247 коментарів;
3. Публікація приурочена восьмій річниці Іловайської операції – допис опублікований 29 серпня 2022 року зібрав 7 957 лайків та 157 коментарів;
4. Привітання з Великоднем – допис опублікований 16 квітня 2023 року зібрав 115 615 лайків та 345 коментарів. За біль ніж рік війни ця публікація була найпопулярнішою;
5. Допис про легендарних Привидів Києва – опублікований 6 квітня 2023 року зібрав 9 890 лайків та 130 коментарів;<sup>96</sup>

Отже, проаналізувавши соціальні мережі Міністерства оборони України можна прийти до висновку, що комунікація відбувається активно на всіх можливих рівнях, використовуються усі можливі засоби задля забезпечення ефективного інформування громадян країни, а також міжнародну спільноту. Головним недоліком, на який варто звернути увагу є відсутність зворотного зв'язку в коментарях соціальних мереж.

У своїй комунікації спрямованій на українське суспільство Міністерство обрало стратегію «єдиного голосу» та синхронного подання інформації. Кожен меседж є послідовним, узгодженим та чітко структурованим. Для підбадьорення та натхнення цивільного суспільства в соціальних мережах Міністерства оборони кожного дня публікуються втрати російського війська з початку війни. Зазвичай такі публікації супроводжуються цитатами відомих військових стратегів та сатиричними коментарями. З іншого боку офіційною позицією Міністерства є відсутність публічного доступу до інформації про військові втрати з української сторони. Це показує межу в балансуванні між стратегічною комунікацією у воєнний час, безпекою, приховуванням важливої інформації та відкритістю, доступністю і прозорістю.<sup>97</sup>

---

<sup>96</sup> Офіційна сторінка Міністерства оборони в Instagram [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://www.instagram.com/ministry\\_of\\_defense\\_ua/](https://www.instagram.com/ministry_of_defense_ua/).

<sup>97</sup> Ivar Ekman. Ukraine's Information Front Strategic Communication during Russia's Full-Scale Invasion of Ukraine / Ivar Ekman, Per-Erik Nilsson., 2023. – 100 с.

## ВИСНОВКИ

Для виконання поставленої цілі дослідження авторкою були виконані наступні завдання:

- **Розкриті поняття комунікація:**

В результаті дослідження авторка визначила, що поняття комунікація є процесом передачі інформації, який складається з різних елементів та об'єднує учасників комунікативного процесу у єдину інформаційну площину. Процес комунікації є невід'ємним елементом суспільного життя, який передбачає взаємодію та обмін інформацією між людьми, організаціями та групами. В сучасному світі, де зв'язок та інформаційний потік набувають все більшого значення, розуміння та використання ефективних комунікаційних стратегій стає надзвичайно важливим для досягнення поставлених цілей;

- **Охарактеризована сутність та особливість урядових комунікацій:**

Урядові комунікації – це процес передачі інформації від уряду до суспільства та взаємодія з ним. Діяльність та функціонування будь-якого органу державної влади залежить від ефективно налагодженої комунікації з суспільством, урядова комунікація виступає в ролі регуляторного та координаційного механізму між державою та громадськістю і забезпечує стабільність в суспільстві в цілому. Робота урядових комунікацій спрямована на забезпечення ефективної взаємодії, формування довіри та позитивного іміджу уряду в очах громадськості, а також на використання стратегічного планування та інструментів комунікації для досягнення поставлених цілей.

Дослідження показало, що станом на березень 2023 року рівень довіри українського суспільства до уряду становить лише 50%, це є показником недостатньої ефективності урядових комунікацій.<sup>98</sup> Низький рівень довіри свідчить про потребу вдосконалення комунікаційної стратегії та використання

---

<sup>98</sup> Оцінка громадянами ситуації в країні та дій влади, довіра до соціальних інститутів (лютий–березень 2023р.) [Електронний ресурс]. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: [https://razumkov.org.ua/napiamky/sotsiologichni-doslidzhennia/otsinka-gromadianamy-sytuatsii-v-kraini-ta-dii-vlady-dovira-do-sotsialnykh-institutiv-liutyi-berezen-2023r?fbclid=IwAR3\\_TfE594-9W170RzHSSH0VRdgEkknUkHXA7Y-GeVyc3x6zdG0uk4\\_ms](https://razumkov.org.ua/napiamky/sotsiologichni-doslidzhennia/otsinka-gromadianamy-sytuatsii-v-kraini-ta-dii-vlady-dovira-do-sotsialnykh-institutiv-liutyi-berezen-2023r?fbclid=IwAR3_TfE594-9W170RzHSSH0VRdgEkknUkHXA7Y-GeVyc3x6zdG0uk4_ms).

засобів масової інформації як інструменту урядових комунікацій. Щоб підвищити рівень довіри, важливо забезпечити прозорість, достовірність та доступність інформації, активно взаємодіяти з громадськістю та враховувати її потреби та запити. Таким чином, вдосконалення урядових комунікацій та підвищення рівня довіри сприятимуть зміцненню взаємодії між урядом та громадськістю, а також сприяють успішному розвитку та стабільності країни.

- **Досліджені особливості урядових комунікацій в кризових умовах:**

Кризовою ситуацією можна назвати таку, що загрожує репутації та здатності надавати суспільству весь спектр послуг у повному обсязі. Згідно із стандартами НАТО під час кризових ситуацій у своїй роботі уряд має використовувати всі наявні інструменти та канали комунікації. Під час побудови комунікаційної стратегії уряд має враховувати інтереси всіх груп громадськості, бути гнучкими та раціонально використовувати ресурси. Під час кризової ситуації важливо поєднувати публічну дипломатію та зв'язки з громадськістю, налагодити взаємодію з усіма цільовими групами та спрямовувати комунікацію на кожну з них;

- **Визначені канали та інструменти урядових комунікацій під час війни в Україні:**

Для налагодженні комунікації з суспільством уряд України використовує всі доступні інструменти та комунікаційні канали, а саме соціальні мережі серед яких Instagram, Telegram, Facebook, YouTube та Twitter, а також веб ресурси (офіційні сайти урядових органів) та ЗМІ.

Під час війни в Україні засоби масової інформації стають основним каналом комунікації уряду з громадськістю, внутрішнім та зовнішнім співрозмовниками. Вони забезпечують поширення актуальної інформації про поточну ситуацію, зусилля уряду та військових сил, а також про заходи, які приймаються для забезпечення безпеки. В умовах повномасштабного вторгнення уряд вдало використав засоби масової інформації як один із методів у боротьбі проти дезінформації та очищення українського інформаційного простору, прикладом цьому є об'єднання загальнонаціональних новинних каналів та створення телемарафону «Єдині новини».

Для охоплення більшої кількості громадськості у своїй комунікації уряд використовує також всі доступні соціальні мережі, враховуючи суспільне розшарування, яке чітко можна через них відслідкувати. Наприклад, Facebook підходить для любителів почитати великі тексти, Telegram для тих, кому достатньо кількох речень, Instagram популярний серед тих, хто полюбляє отримувати інформацію «візуально», а у Tik-Tok наявність тексту взагалі не є прийнятною, це більш молодіжна мережа. Враховуючи це кожне з повідомлень влади «форматується» під конкретну соціальну мережу та найбільш релевантну для неї аудиторію. Дослідження також показує, що з початком війни збільшилась частка споживачів, які використовують соціальні мережі в якості альтернативного джерела новин. Це зумовлене тим, що в кризових ситуаціях зростає потреба суспільства в отриманні оперативної інформації, соціальні мережі та веб-ресурси справляються з цим значно швидше, ніж загальнонаціональне ТБ. Це на думку авторки це є одним із чинників зросту популярності соціальних мереж як джерела інформації.

- **Проаналізовані урядові комунікації в Україні під час повномасштабного вторгнення;**

Перед початком повномасштабного вторгнення росії комунікаційна політика влади довгий час піддавалась критиці. Однак, після 24 лютого 2022 року ситуація змінилася в кращу сторону. Влада зуміла побудувати ефективну комунікацію з громадськістю через різні доступні канали. Це сприяло почуттю єдності та допомогло уникнути паніки в перші дні війни, а також протистояти постійним інформаційно-психологічним атакам. З початком повномасштабного вторгнення урядові комунікації стали набагато інтенсивнішими, активнішими та спрямованими на захист інтересів держави та суспільства. У комунікації із громадськістю уряд обрав політику «єдиного голосу», яка спрямована на подання чіткої, структурованої та узгодженої інформації між усіма урядовими структурами.

Дослідивши та проаналізувавши комунікацію урядових органів в соціальних мережах та веб ресурсах авторкою було виявлено, що основними формами урядової комунікації в Україні є офіційні заяви та пресконференції представників

уряду, інтерв'ю з керівниками міністерств та інших державних органів, а також інформаційні матеріали, які публікуються на офіційних сайтах та соціальних мережах відповідних органів.

Після повномасштабного вторгнення, застарілу комунікацію через старі та малофункціональні сайти замінили на швидкі та доступні способи зв'язку через месенджери та соціальні мережі. Тепер інформаційні сторінки органів влади будь-якого рівня присутні в Viber, Facebook, Twitter, YouTube та Instagram. Активно використовується навіть Telegram, не зважаючи на застереження експертів щодо можливості небезпеки зливу даних користувачів та непрозорості цієї платформи. Громадяни тепер мають можливість отримувати інформацію в режимі онлайн цілодобово.

У своїй комунікації уряд сприяв також збільшенню рівня медіаграмотності населення шляхом спростування фейків та розробці й впровадженні онлайн-сервісів і чат ботів, спрямованих на перевірку інформації на достовірність. З початком повномасштабного вторгнення були створені Центр протидії дезінформації та Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки, які постійно займаються моніторингом розповсюдження російської пропаганди, спростуванням фейків та розробленням навчальних матеріалів для суспільства задля забезпечення рівня обізнаності громадян.

- **Досліджені особливості комунікації Офісу Президента та Міністерства оборони України:**

### **Офіс Президента**

Проаналізувавши офіційний сайт Офісу Президента авторці вдалось дослідити, що на ресурсі можна знайти інформацію про діяльність Президента та Першої леді, подивитись офіційні звернення головнокомандуючого, ознайомитись з документами та розпорядженнями, а також дізнатись про діяльність влади у сфері зовнішньої та внутрішньої політики. Вся ця інформація є у вільному доступі задля здійснення громадського контролю щодо дій Президента та використання ним його влади та повноважень. Задля інформування громадськості про діяльність влади, Офіс Президента використовує різні канали комунікації, а саме офіційний сайт та

соціальні мережі. У комунікації з міжнародною громадськістю ОП сегментує цільову аудиторію на політиків, виборців, представників бізнесу та культурних діячів, формуючи для кожної з цих груп окремі меседжі, що дозволяє більш точно прокомунікувати з ними.

### **Володимир Зеленський**

Для комунікації з суспільством та міжнародною спільнотою Президент використовує всі можливі комунікаційні канали, офіційний сайт ОП та соціальні мережі. Більшість його публікацій є у форматі відеозвернень, дослідження авторки показало, що саме такий контент отримує найбільше відгуку у суспільстві. Це створює зв'язок між Президентом та народом, ефект присутності та живого спілкування.

Проаналізувавши публікації Володимира Зеленського в період з 24 лютого 2022 року по 24 лютого 2023 в Instagram та Facebook авторка виявила ТОП-26 найбільш популярних відеозвернень. Завдяки цьому аналізу авторка визначила, що найбільшим саме за залученістю аудиторії каналом комунікації Президента є Instagram, за кількістю переглядів та коментарів він є більш ефективним. Сторінка у Twitter спрямована на західну аудиторію, у дописах переважає англійська мова, такі публікації мають більші охоплення. Найбільший відгук суспільства отримують звернення та публікації, які містять емоційно вразливий контекст.

### **Міністерство оборони України**

Проаналізувавши соціальні мережі Міністерства оборони України авторка дійшла висновку, що комунікація відбувається активно на всіх можливих рівнях, використовуються усі доступні засоби задля забезпечення ефективного інформування громадян країни, а також міжнародну спільноту.

У своїй комунікації спрямованій на українське суспільство Міністерство обрало стратегію синхронного подання інформації. Кожен меседж є послідовним, узгодженим та чітко структурованим. Для підбадьорення та натхнення цивільного суспільства в соціальних мережах Міністерства оборони кожного дня публікуються втрати російського війська з початку війни. Зазвичай такі публікації супроводжуються цитатами відомих військових стратегів та сатиричними

коментарями. З іншого боку офіційною позицією Міністерства є відсутність публічного доступу до інформації про військові втрати з української сторони. Це показує межу в балансуванні між стратегічною комунікацією у воєнний час, безпекою, приховуванням важливої інформації та відкритістю, доступністю і прозорістю.

Аналіз всіх соціальних мереж показав, що найбільшу залученість аудиторії мають публікації про втрати ворога на фронті та дописи про українських військових.

**• Розроблені рекомендації центральним органам влади щодо покращення комунікації з населенням України:**

1. Налагодити комунікацію з суспільством в соціальних мережах, відкрити коментарі та відповідати на запити. Забезпечити можливість для двостороннього діалогу між урядом і громадськістю, бути відкритими до зворотного зв'язку;
2. Вибудувати правильну комунікацію з суспільством стосовно перспектив подальшої роботи телемарафону. Інформація повинна виходити за межі прес-конференцій та офіційних повідомлень, представники влади мають бути відкритими до різних медіаформатів та співпрацювати з журналістами;
3. Створити механізми для залучення громадськості до консультування та обговорення стратегій комунікації під час воєнного стану. Це може включати створення робочих груп, публічних слухань або інших форматів, що дозволяють громадськості висловлювати свої погляди та рекомендації;
4. Залучати до комунікації лідерів думок, які мають велику аудиторію. Їхня підтримка та участь в комунікаційних кампаніях можуть допомогти посилити довіру до уряду та ефективність їх повідомлень;
5. Враховувати різні соціокультурні контексти під час комунікації з різними групами населення. Розуміти, що інформація може бути сприйнята по-різному залежно від культурних та соціальних особливостей громадян;

Отже, результати дослідження показали, що під час російсько-української війни, урядова комунікація відіграє вирішальну роль у забезпеченні ефективної

передачі інформації громадськості та міжнародним партнерам. Урядова комунікація в цей період спрямована на зміцнення внутрішньої згуртованості, забезпечення міжнародної підтримки та боротьбу з російською агресією на всіх рівнях. В першу чергу, уряд зміцнює свою комунікаційну стратегію шляхом координації зусиль різних міністерств та державних органів, а вся подана інформація є консолідованою та узгодженою.

Урядова комунікація під час російсько-української війни має значний вплив на громадську думку та сприяє утвердженню національної єдності та залученню підтримки міжнародної спільноти. Злагоджена комунікаційна стратегія, використання різноманітних каналів та партнерство з міжнародними структурами стали ключовими факторами успіху в цьому контексті. Цей досвід може слугувати прикладом для інших країн, які знаходяться у подібних конфліктних ситуаціях і шукають ефективних способів урядової комунікації.

**ВИКОРИСТАНІ ДЖЕРЕЛА**

1. Чаплай І.В. Комунікація в державі та суспільстві: Термінознавчі аспекти / Чаплай І.В. // Державне управління: удосконалення та розвиток. – 2017. – №8.
2. Державно-громадянська комунікація: шлях від кризи до взаємодії: монографія / [В. М. Козаков, О. В. Рашковська, В. А. Ребкало, Є. О. Романенко, І. В. Чаплай]. — Київ: ДП “Вид. дім “Персонал”, 2017. — 288 с. — Бібліогр. : с. 267–287. — (Серія “Публічне адміністрування”; вип. 1).
3. Shannon C. A Mathematical Theory of Communication [Електронний ресурс] / Clod Shannon – Режим доступу до ресурсу: <https://people.math.harvard.edu/~ctm/home/text/others/shannon/entropy/entropy.pdf>.
4. Почепцов Г. Теорія Комунікації / Георгій Почепцов. – Київ: Спілка рекламистів України, 1996. – 175 с.
5. Конспект лекцій з дисципліни «Соціальні комунікації в управлінні» для студентів всіх спеціальностей / Укладач: К.Ю. Богомаз. – Дніпродзержинськ, ДДТУ, 2016. – 84 с.
6. М. С. Яценко. До питання про визначення понять «спілкування», «комунікація» та їхнє співвідношення / М. С. Яценко, Л. М. Вежель. – 2012. – №1. – С. 49–53.
7. Ломаткіна Т. СВІТОВІ ВИКЛИКИ, ЩО ПОСТАЛИ ПЕРЕД УРЯДОВИМИ КОМУНІКАЦІЯМИ: ТЕЗИ ДО ДИСКУСІЇ [Електронний ресурс] / Т.А Ломаткіна. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <file:///Users/cherniavskaya/Downloads/13-Article%20Text-41-1-10-20191105.pdf>.
8. КОМУНІКАЦІЇ В ОРГАНАХ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ / [Н. Бондаренко, Г. Гончарик, О. Грязнова та ін.]. – Київ: Government Communication Handbook, 2016. – 100 с.

9. Комунікаційний інструментарій для державних службовців / Людмила Косар, Яніс Камініс, Етель Халісте та ін.]. – Київ, 2018. – 129 с.
10. Дзяна Г. О. Теорія та практика державного управління / Дзяна Г. О, Дзяний Р. Б. // 2. – 2017. – №57. – С. 16.
11. Оцінка громадянами ситуації в країні та дій влади, довіра до соціальних інститутів (лютий–березень 2023р.) [Електронний ресурс]. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: [https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/otsinka-gromadianamy-sytuatsii-v-kraini-ta-dii-vlady-dovira-do-sotsialnykh-instytutiv-liutyi-berezen-2023r?fbclid=IwAR3\\_TfIE594-9Wl70RzHSSH0VRdgEkknUkHXA7Y-GeVyc3x6zdG0uk4\\_ms](https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/otsinka-gromadianamy-sytuatsii-v-kraini-ta-dii-vlady-dovira-do-sotsialnykh-instytutiv-liutyi-berezen-2023r?fbclid=IwAR3_TfIE594-9Wl70RzHSSH0VRdgEkknUkHXA7Y-GeVyc3x6zdG0uk4_ms).
12. Gizun A., Lozova I. Analysis of «crisis» definition and basic aspects of business continuing planning concept // Ukrainian Scientific Journal of Information Security, 2016, vol. 22, issue 1, p. 99-108.
13. Академічний тлумачний словник [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://sum.in.ua/s/kryza>.
14. Прикладні антикризові PR-технології : навч. посіб. / М. А. Зубарева. – Острог : Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2014. – 162 с.
15. С.С Гута. THE TERMS "CRISIS CAUSED BY THE MILITARY POLITICAL FACTORS", "MILITARY POLITICAL CRISIS" THEORY OF GOVERNMENT / С.С Гута. – 2017. – №17. – С. 117–118.
16. Матвеева Ю. Антикризові комунікації: час діяти [Електронний ресурс] / Юлія Матвеева. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: [https://biz.ligazakon.net/analytics/209268\\_antikrizov-komunkats-chas-dyati](https://biz.ligazakon.net/analytics/209268_antikrizov-komunkats-chas-dyati).
17. 2022 EDELMAN TRUST BAROMETER [Електронний ресурс]. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: [https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2022-01/2022%20Edelman%20Trust%20Barometer%20Global%20Report\\_Final.pdf](https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2022-01/2022%20Edelman%20Trust%20Barometer%20Global%20Report_Final.pdf).

18. 28 млн в YouTube, 10 млн у TikTok: як війна змінила українські соцмережі [Електронний ресурс]. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://ain.ua/2022/08/06/yak-vijna-zminyly-soczmerzhi/>.
19. Мостова Н. Інформація як поле бою: чому треба підтримувати ЗМІ під час війни [Електронний ресурс] / Наталя Мостова. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://gk-press.if.ua/informatsiya-yak-pole-boyu-chomu-treba-pidtrymuvaty-zmi-pid-chas-vijny/>.
20. Кізілов Є. У середу всі телеканали України покажуть телемарафон на тему єднання – Ткаченко [Електронний ресурс] / Євген Кізілов. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.pravda.com.ua/news/2022/02/15/7324094/>.
21. Телемарафон "Єдині новини". ОНЛАЙН [Електронний ресурс]. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: [https://www.ukrinform.ua/rubric-other\\_news/3694795-telemarafon-edini-novini-onlajn.html](https://www.ukrinform.ua/rubric-other_news/3694795-telemarafon-edini-novini-onlajn.html).
22. Корба Г. Телемарафон: як він змінює українське суспільство та медіаринок [Електронний ресурс] / Галина Корба. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-64112594>.
23. Де дивитись національний телемарафон єдиних новин #UАразом українською, англійською, російською [Електронний ресурс]. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://mkip.gov.ua/news/6951.html?PrintVersion>.
24. Опитування USAID-Internews щодо споживання медіа [Електронний ресурс]. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2022/11/Ukrainski-media-stavlennia-ta-dovira-2022.pdf?fbclid=IwAR3HW8VIA0k-9KvpxWnNG50MDFx7vVbqnX-xnTkwTseT7WzsxeHr4j67Gbs>
25. Рівень довіри до Зеленського за два роки зріс у понад два рази: скільки українців зараз довіряють Президенту [Електронний ресурс]. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://weukraine.tv/riven-doviry-do-zelenskogo-za-dva-roky-zris-u-ponad-dva-razy-skilky-ukrayintsiv-zaraz-doviryayut-prezydentu>

26. Комунікаційний штаб ЦГЗ та рекомендації щодо комунікації під час війни [Електронний ресурс]. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://phczt.org.ua/komunikacijnyj-shtab-czgz-ta-rekomendacziyi-shhodo-komunikacziyi-pid-chas-vijny>.
27. Презентовано концепцію реформи урядових комунікацій, розроблену Міністерством інформаційної політики України [Електронний ресурс]. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.kmu.gov.ua/news/248775821>.
28. Зінченко А. ОСОБЛИВОСТІ УРЯДОВИХ КОМУНІКАЦІЙ В УКРАЇНІ: ВИКЛИКИ 2020 Р. ТА СПІЛЬНИЙ ПОШУК ЕФЕКТИВНИХ РІШЕНЬ [Електронний ресурс] / А. Зінченко, І. Тітаренко – Режим доступу до ресурсу: <http://baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/download/154/4612/9695-1?inline=1>
29. StopFake [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.stopfake.org/ru/glavnaya-2/>.
30. VoxCheck [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://voxukraine.org/ru/voks-chek-2>.
31. Інститут розвитку регіональної преси [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://irrp.org.ua/>.
32. Український кризовий медіа-центр [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://uacrisis.org/uk/>.
33. Представництво Європейського Союзу в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://www.eeas.europa.eu/delegations/ukraine\\_uk?s=232](https://www.eeas.europa.eu/delegations/ukraine_uk?s=232).
34. Центр стратегічних комунікацій у 2022 році [Електронний ресурс]. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://spravdi.gov.ua/czentr-strategichnyh-komunikacij-u-2022-roczy/>
35. Грушецький А. Динаміка самооцінки українцями можливості відрізнити якісну інформацію від дезінформації та фейків [Електронний ресурс] / Антон Грушецький. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://usp->

[ltd.org/dynamika-samoostinky-ukraintsiamy-mozhlyvosti-vidrizniaty-iakisnu-informatsiiu-vid-dezinformatsii-ta-fejkiv/](https://dynamika-samoostinky-ukraintsiamy-mozhlyvosti-vidrizniaty-iakisnu-informatsiiu-vid-dezinformatsii-ta-fejkiv/)

36. Ivar Ekman. Ukraine's Information Front Strategic Communication during Russia's Full-Scale Invasion of Ukraine / Ivar Ekman, Per-Erik Nilsson., 2023. – 100 с.
37. Erika Solomon. At a security conference in Munich, Zelensky invokes the battle of David and Goliath. [Електронний ресурс] / Erika Solomon. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.nytimes.com/2023/02/17/world/europe/at-a-security-conference-in-munich-zelensky-invokes-the-battle-of-david-and-goliath.html>.
38. 100 днів після президентських виборів: оцінки та очікування громадян [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: [https://dif.org.ua/article/100-dniv-pislya-prezidentskikh-viboriv-otsinki-ta-ochikuvannya-gromadyan?fbclid=IwAR3UxkXdkSsmjcsXtK8zL\\_puakar1Pn7tkNW9Pd1m-h5EmNYU5LPGb8thMg#.XWY6zl4c0mU.facebook](https://dif.org.ua/article/100-dniv-pislya-prezidentskikh-viboriv-otsinki-ta-ochikuvannya-gromadyan?fbclid=IwAR3UxkXdkSsmjcsXtK8zL_puakar1Pn7tkNW9Pd1m-h5EmNYU5LPGb8thMg#.XWY6zl4c0mU.facebook)
39. Тейзе Є. Промови Зеленського: між політикою і емоціями [Електронний ресурс] / Євген Тейзе. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.dw.com/uk/volodymyr-zelenskyi-ochyma-nimtsiv-superheroi-yakoho-zanosyt/a-61481412>
40. Гончаренко Р. Як війна змінила Зеленського, а Путін - його недооцінив [Електронний ресурс] / Роман Гончаренко. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.dw.com/uk/ak-vijna-zminila-zelenskogo-a-putin-jogo-nedoociniv/a-64695694>.
41. Офіційна сторінка Володимира Зеленського в Telegram [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://t.me/V\\_Zelenskiy\\_official](https://t.me/V_Zelenskiy_official).
42. Пиняк Л. Заспокійливе для народу чи блогер, який пустився берега. Хто такий Арестович [Електронний ресурс] / Л. Пиняк, І. Сітнікова. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://hromadske.ua/posts/zaspokijlive-dlya-narodu-chi-blogger-yakij-pustivsyia-berega-hto-takij-arestovich>.

43. Радник Офісу президента Олексій Арестович у своїх виступах просуває тези російської пропаганди, зокрема щодо української мови [Електронний ресурс]. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://espreso.tv/arestovich-prosuvae-narativi-ta-tezi-kremlya-ekspertka-z-komunikatsiy>.
44. Розбір | Далі без Арестовича. Хто керує інформаційною армією Зеленського [Електронний ресурс]. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.liga.net/ua/politics/articles/dalshe-bez-arestovicha-kto-rukovodit-informatsionnoy-armiey-zelenskogo>.
45. Поліщук В. Ми змогли структурувати інформаційне поле без цензури [Електронний ресурс] / В. Поліщук, Є. Проворний. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://armyinform.com.ua/2023/03/03/nam-ne-treba-vygoduvaty-obraz-ukrayinskyj-vijskovyh-vony-naspravdi-sylni-cyvilizovani-ta-lyudyani-ganna-malyar/>.
46. Official page of the Ministry of Defense of Ukraine [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://twitter.com/DefenceU>.
47. Манджурі Є. Якими соцмережами користуються українці під час війни: статистика [Електронний ресурс] / Євген Манджурі. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://speka.media/yakimi-socmerezami-koristuyutsya-ukrayinci-pid-cas-viini-doslidzennya-p22nyp>.
48. Офіційний Telegram-канал Міністерства оборони України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://t.me/ministry\\_of\\_defense\\_ua](https://t.me/ministry_of_defense_ua).
49. Офіційний YouTube канал Військового телебачення України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.youtube.com/@ctrstvua/videos>.
50. Кому українці довіряють найбільше: результати опитування [Електронний ресурс]. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.unian.ua/society/rejting-doviri-v-ukrajini-rezultati-svizhogo-opituvannya-ta-infografika-12180378.html>.

51. Найбільше довіри серед публічних осіб в українців викликають Зеленський і Притула [Електронний ресурс]. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.pravda.com.ua/news/2023/03/15/7393540/>.
52. Обращение Министра обороны Украины Алексея Резникова [Електронний ресурс]. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.youtube.com/watch?v=GGqs-OgwTBs>.
53. Військовий медіа-центр почав роботу в оборонній сфері України [Електронний ресурс]. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.mil.gov.ua/en/news/2022/08/18/military-media-center-began-its-work-in-ukraines-defence-sphere/>.
54. Максимова В. Найпопулярніший український акаунт у Twitter. Хто веде і що там пишуть [Електронний ресурс] / Вікторія Максимова. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.chesno.org/post/5601/>.
55. Резніков О. Minister of Defence of Ukraine [Електронний ресурс] / Олексій Резніков. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://twitter.com/oleksiireznikov/status/1497982463334928391>.
56. Офіційна сторінка Володимира Зеленського в соціальній мережі Instagram [Електронний ресурс]. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: [https://www.instagram.com/p/CaaFzibgLES/?utm\\_source=ig\\_embed&utm\\_campaign=embed\\_video\\_watch\\_again](https://www.instagram.com/p/CaaFzibgLES/?utm_source=ig_embed&utm_campaign=embed_video_watch_again).
57. Давиденко Б. Герой із тисячею облич. Що зробило президента-миротворця Зеленського ефективним лідером воєнного часу [Електронний ресурс] / Б. Давиденко, В. Федорчук. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://forbes.ua/leadership/geroy-iz-tisyacheyu-oblich-shcho-zrobilo-prezidenta-mirotvortsya-zelenskogo-efektivnim-liderom-voennogo-chasu-03032023-12094>.
58. Як комунікувати в умовах війни [Електронний ресурс]. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: [https://drive.google.com/file/d/1xyLUwOIVcbEb5kETK\\_DiSQkuhEnL4\\_GK/view](https://drive.google.com/file/d/1xyLUwOIVcbEb5kETK_DiSQkuhEnL4_GK/view).

59. Такарчук В. Омніканальність: розбираємося в поняттях і вигодах для бізнесу [Електронний ресурс] / Василь Такарчук. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://areon.ua/crm-blogs/tokarchuk/omnichannel/>.
60. Звернення Володимира Зеленського опубліковане на його сторінці в Instagram [Електронний ресурс] / Володимир Зеленський. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.instagram.com/p/CaWNHYRFL8T/>.
61. Єрмакова З.І. Комунікаційні просеси в суспільстві / Єрмакова З.І. // 8. – 2011. – №4. – С. 43–51.
62. Маляр Г. Сьогодні інформаційна війна — це стрижнева конструкція будь-якої війни — Ганна Маляр [Електронний ресурс] / Ганна Маляр. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://armyinform.com.ua/2023/02/27/sogodni-informacijna-vijna-cze-stryzhneva-konstrukciya-bud-yakoyi-vijny-ganna-malyar-2/>.
63. Офіс Президента [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.segodnya.ua/ua/tags/офис%20президента.html>.
64. Охотник М. Офіс Президента, МЗС і СБУ. Як працюють державні комунікації під час війни — словами речників [Електронний ресурс] / Микола Охотник. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://vctr.media/ua/derzhavni-komunikaciyi-pid-chas-vijny-139836/>.
65. Тороп О. Віцепрезидент Єрмак. Як помічник Зеленського став ключовою фігурою в українській владі [Електронний ресурс] / О. Тороп, С. Хоменко. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.bbc.com/ukrainian/articles/c976nzm8e8o>.
66. Офіс Президента України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.president.gov.ua/news/cej-den-ukotre-doviv-sho-rosiya-maye-buti-viznana-derzhavoyu-76493>.
67. Серeda С. Подоляк, Арестович, Лещенко: яка їхня роль на Банковій у час війни і що не так із їхніми заявами? [Електронний ресурс] / Софія Серeda. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.radiosvoboda.org/a/podolyak-arestovych-leshchenko-rol-na-bankoviy-u-chas-viyny/31908111.html>.

68. Від любові до ненависті. Феномен Арестовича [Електронний ресурс]. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-64307346>.
69. Малинка В. Президент всія Instagram. Експерти про акаунти Порошенка і Зеленського [Електронний ресурс] / Володимир Малинка. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://ms.detector.media/sotsmerezhi/post/22772/2019-04-19-prezydent-vsiya-instagram-eksperty-pro-akaunty-poroshenka-i-zelenskogo/>.
70. Офіційна сторінка Міністерства оборони в Instagram [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://www.instagram.com/ministry\\_of\\_defense\\_ua/](https://www.instagram.com/ministry_of_defense_ua/).
71. Офіційний YouTube канал Військового телебачення України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.youtube.com/@ctrstvua/videos>.
72. Офіційний Telegram-канал Міністерства оборони України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://t.me/ministry\\_of\\_defense\\_ua](https://t.me/ministry_of_defense_ua).
73. YouTube канал Офісу Президента України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.youtube.com/@PresidentGovUa>.
74. Офіційний сайт Офісу Президента України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.president.gov.ua/>.
75. Fanpage Karma [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.fanpagekarma.com/discovery?view=PROFILES&id=4731970969&n=INSTAGRAM&tl0=profiles&tl1=content>.
76. Безпека: Довідник. Чат бот у Telegram [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: @DovidkaInfo\_bot.
77. Офіційний Youtube-канал Центру стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки. [Електронний ресурс]. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.youtube.com/c/SPRAVDI>.

78. Як російському солдату здатись у полон [Електронний ресурс]. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://dovidka.info/ru/kak-soldatu-rf-sdatsya-v-plen/>.
79. Офіційна сторінка Андрія Єрмака в Instagram [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://www.instagram.com/yermak\\_andrii/](https://www.instagram.com/yermak_andrii/).