

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-236-4-17>

**POLITICAL ANALYSIS OF THE MAIN MESSAGES
AS AN ELEMENT OF POLITICAL COMMUNICATION
(ON THE EXAMPLE OF UKRAINE UNDER MARTIAL LAW)**

**ПОЛІТОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ ОСНОВНИХ МЕСЕДЖІВ
ЯК ЕЛЕМЕНТУ ПОЛІТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ (НА ПРИКЛАДІ
УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ)**

Shymanova-Stefanyshyn O. V.

*Candidate of Political Sciences,
Associate Professor,
Associate Professor at the Department
of Humanitarian Disciplines
Lviv State University of Physical
Culture named after Ivan Bobersky
Lviv, Ukraine*

Шиманова-Стефанишин О. В.

*кандидат політичних наук, доцент,
доцент кафедри гуманітарних
дисциплін
Львівський державний університет
фізичної культури імені Івана
Боберського
м. Львів, Україна*

Актуалізація інформаційного потоку зростає в умовах кризи, одним з проявів якої стала військова агресія Російської Федерації та запровадження Президентом України Володимиром Зеленським у зв'язку з цим з 24 лютого 2022 року воєнного стану [1].

Інформаційний потік під час розгортання кризи значною мірою видозмінюється, привертаючи увагу експертного середовища і пересічних громадян. Саме з цим пов'язані вимоги системних повідомлень для органів державної влади. Завданням влади є задоволення інформаційних потреб населення для отримання високої оцінки її ефективності та уникнення виникнення чуток та власних версій стосовно подій, що відбуваються. Для ключових посадових осіб держави перед запуском певної комунікаційної моделі важливо визначити стратегічні та комунікаційні цілі та алгоритм дій стосовно подій, явищ, процесів та станів, що найбільше хвилюють населення держави. Потрібно не лише дати оцінку реального стану справ, а й вірно структурувати інформацію в залежності від типу кризи. Інформацію доцільно поділити на публічну (артикуляція офіційної позиції, пояснення ситуації з метою подолання паніки в суспільстві) та закрити (для запобігання загрозу та підтримки стабільності) [2, с. 166].

Ще один важливий напрям політичної комунікації в умовах кризи, яким є військовий стан – міжнародна політична комунікація, яку У. Ф. Девісон та О. Л. Георг характеризують як комунікацію, яку національні держави використовують з метою впливу на політичну поведінку людей в інших державах з використанням пропаганди, переговорів, політичної боротьби та психологічної війни та поширення інформації за кордоном. Вона можлива на трьох рівнях: 1) рівень взаємодії державних еліт; 2) вплив політичної еліти однієї держави на громадян іншої з використанням широкої мережі засобів масової інформації; 3) комунікація між представниками суспільства через особисті та соціальні контакти [3, с. 501–508].

Політична комунікація в умовах воєнного в Україні реалізується на наступних чотирьох рівнях:

1. Міжнародний. Польські дослідниці А. М. Динер та М. Пеховська вважають, що реалізація спільної комунікаційної стратегії, спрямованої на громадян України, російське суспільство та міжнародне співтовариство позитивно впливає на формування суспільної моралі та політику держав, що підтримують Україну, і є інструментом боротьби з російською пропагандою. Основні меседжі міжнародної політичної комунікації після 24 лютого 2022 року спрямовані на переконання міжнародної спільноти у необхідності надання Україні підтримки в боротьбі з російською агресією та донесення правдивої і об'єктивної інформації про військові злочини росіян на території України [4].

Починаючи з 24 лютого 2022 року Президент України Володимир Зеленський на постійній основі звертався до політичних еліт та світової громадськості, не упускаючи жодної можливості, щоб не поінформувати світову громадськість про поточну ситуацію в Україні, а також звернутись по допомогу. Один з основних меседжів Президента України – необхідність збільшення військової допомоги зі сторони міжнародних партнерів, що б значно посилює ефективність обороноздатності Збройних сил України. У своїх виступах В. Зеленський постійно озвучує кількість жертв серед цивільного населення, тим самим намагаючись чинити певний тиск на міжнародну спільноту. Він підкреслює, що Україна справедливо обороняється, а поставки зброї тільки прискорять цей процес. Таким чином, можна говорити про формування іміджу Володимира Зеленського як героя, який бореться зі злом.

2. Нормативний. Даний рівень відображає меседжі, що містяться в основних нормативно правових документах, прийнятих в умовах воєнного стану. Вони стосуються ключових сфер життєдіяльності

суспільства з акцентом на організації максимально нормального і безперервного функціонування держави Україна в умовах воєнного стану. Очевидно, що громадяни повинні бути готові до певних труднощів і влада готує нормативне підґрунтя цьому.

3. Інституційний. Головним комунікатором в Україні сьогодні є правляча верхівка, зокрема, президентський центр, який визначає зміст основних меседжів. Важливо, що абсолютна більшість повідомлень, озвучених представниками Адміністрації Президента, Генерального штабу, представниками органів військових адміністрацій та місцевої влади першочергово мають на меті підтримати високий моральний стан суспільства і збройних сил. Саме тому щоденне інформування Генерального штабу містить повідомлення про втрати противника і деморалізацію російських військових. Після 24 лютого 2022 року Президент України Володимир Зеленський щоденно звертався і до громадян України. У перший день повномасштабного вторгнення основні акценти були зроблені на наступному: атака Російською Федерацією всієї території України; вдалих захист зі сторони українців; озвучена загальна кількість людських втрат; констатація загибелі прикордонників о. Зміний; вшанування загиблих; підтвердження перебування на території України Президента України та його сім'ї; Президент України – ціль номер один для ворога; звернення до киян з проханням бути уважними і дотримуватись правил комендантської години, адже в Києві працюють ворожі диверсійні групи; артикуляція підтримки лідерів різних держав і подяка за це; це війна України і українців і готових воювати на нашій стороні немає; відсутність чіткої відповіді про вступ України в НАТО з боку двадцяти семи європейських лідерів; доля України в руках українців. Таким чином, Президент на постійній основі намагається підтримувати високий моральний дух українського народу і віру у перемогу. Загалом повідомлення для українських громадян повинні сформувати консолідовану позицію стосовно агресії та готовність до військових дій та підтримки.

4. Публічно-громадський рівень. Комунікаторами на цьому рівні є громадян, громадські організації, формальні і неформальні рухи, які формують ядро волонтерського руху, що має на меті збір коштів для забезпечення потреб військовослужбовців, громадян, що перебувають в окупації, внутрішньо переміщених осіб, біженців. Волонтери в Україні активно використовують новітні інформаційні технології, соціальні мережі, медіа платформ, організують мітинги, благодійні заходи, виставки, концерти, аукціони. І немає жодного значення, що ініціатором

є медійна особистість чи пересічний громадянин. Адже діяльність спрямована на досягнення єдиної мети – допомога Україні і українцям.

Таким чином, в умовах воєнного стану в Україні ініціаторами політичної комунікації з обговорення суспільно-політичних проблем і формування політичного порядку денного є не лише уповноважені на це особи – представники органів влади, міжнародних організацій, структур і представництв, а й громадські організації і громадяни безпосередньо. З цим пов'язана зміна проблемних питань політичної комунікації, особливий акцент на внутрішньополітичній обстановці в Україні (ситуація на фронті, забезпечення потреб військових, економічна ситуація), міжнародному статусі України (перспективи та умови вступу до ЄС та НАТО, ставлення до цього країн-учасників, санкції проти Російської Федерації, міжнародна фінансова та військова допомога, захист біженців та осіб, що втікали від війни), формування та підтримка позитивного іміджу України на міжнародній арені. Політична комунікація відбувається з використання всіх можливих і доступних каналів, особливо новітніх інформаційних технологій, соціальних мережах і медіа платформ (Twitter, Telegram, Instagram, Facebook), а також особистих зустрічей, масових заходів (мітингів, благодійних заходів, виставок і концертів). Персоніфікація політичної комунікації спостерігається на всіх рівнях її реалізації, особливо у відношенні офіційних каналів, коли є чітко визначені особи, уповноважені комунікувати з цільовою аудиторією.

Література:

1. Про введення воєнного стану в Україні : Указ Президента України від 24 лют. 2022 р. № 64/2022. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/642022-41397> (дата звернення: 15.06.2022).
2. Яковлева Н. І. Особливості політичної комунікації в умовах українських внутрішньодержавних криз. *Вісник НТУУ «КПІ»*. *Політологія. Соціологія. Право* : збірник наукових праць. 2014. № 3/4 (23/24). С. 166–171.
3. Davison W. Ph., Georg A. L. An Outline for the Study of International Political Communications. *The Public Opinion Quarterly. Special Issue on International Communications Research*. 1952-52. No 4. Vol. 16. S. 501–511.
4. Dyner A. M., Piechowska M. Wojenna strategia informacyjna Ukrainy. *Biuletyn PISM*. 2022. NR 53 (2472). URL: <https://www.pism.pl/publikacje/wojenna-strategia-informacyjna-ukrainy> (last accessed: 22.07.2022).