

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ СОЦІОЛОГІЇ ТА УПРАВЛІННЯ**

**КАФЕДРА СОЦІОЛОГІЇ**

**Кваліфікаційна робота  
бакалавра**

**КОМУНІКАТИВНІ ПРАКТИКИ УКРАЇНСЬКОЇ  
ВЛАДИ В УМОВАХ ВІЙНИ**

Виконала: студентка, iv курсу,  
групи б. 0540-смк-з  
спеціальності 054 «Соціологія»  
освітньої програми «Соціологія  
медіації і кримінології»  
М.О. Ключина

Керівник: доцент, доцент кафедри  
соціології, к.соц.н.,  
Т.О. Ратушна

Рецензент: доцент кафедри  
соціології, к.філос.н.,  
О.С. Сорокіна

Запоріжжя – 2024

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет Соціології та управління  
Кафедра Соціології  
Рівень вищої освіти Бакалавр  
Спеціальність 054 «Соціологія»  
Освітня програма «Соціологія медіації і кримінології»

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Завідувач кафедри

В.О. Скворець \_\_\_\_\_

07 грудня 2023 року

**ЗАВДАННЯ**  
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТЦІ

Клюшиній Марії Олегівні

1. Тема роботи (проекту) Комунікативні практики української влади в умовах війни

Керівник роботи Ратушна Т.О., к.соц.н.

Затверджені наказом ЗНУ від 18 січня 2024 року № 78-с

2. Строк подання студентом роботи 14 травня 2024 р.

3. Вихідні дані до роботи 1. Внутрішні комунікації у воєнний та післявоєнний період: практичні поради для служб управління персоналом. URL: <https://nads.gov.ua/news/vnutrishni-komunikaciyi-u-voeyennij-ta-pislyavoyennij-period-praktichni-poradi-dlya-sluzhb-upravlinnya-personalom> (дата звернення: 01.03.2024). 2. Проноза І.І. Засоби масової інформації і комунікації в інформаційній війні як сучасна політична практика. URL: [http://politicus.od.ua/3\\_2020/12.pdf](http://politicus.od.ua/3_2020/12.pdf) (дата звернення: 01.03.2024). 3. Резнік О. Ставлення українців до влади під час повномасштабної війни. URL: <https://dif.org.ua/article/stavlennya-ukraintsiv-do-vladi-pid-chas-povnomasshtabnoi-viyni> (дата звернення: 01.03.2024).

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити):

1. Уточнити – уточнити зміст головних понять дослідження: «комунікативні практики», «влада», «війна»; 2. Охарактеризувати стан наукового дослідження комунікативних практик влади в умовах війни; 3. Визначити методологічні принципи та підходи дослідження комунікативних практик влади в умовах війни; 4. Виділити сутність та роль комунікативних практик української влади; 5. Охарактеризувати особливості комунікацій під час війни; 6. Проаналізувати зміни у комунікативних практиках української влади в умовах війни; 7. Обґрунтувати методи емпіричного дослідження комунікативних практик української влади під час війни; 8. Здійснити аналіз та інтерпретацію результатів емпіричного дослідження; 9. Розробити рекомендації щодо вдосконалення комунікативних практик української влади під час війни.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

---

6. Консультанти розділів роботи

| Розділ   | Прізвище, ініціали та посада консультанта | Підпис, дата   |                  |
|----------|---|----------------|------------------|
|          |   | завдання видав | завдання прийняв |
| Розділ 1 | Ратушна Т.О., доцент кафедри соціології   | 11.12.23       | 11.12.23         |
| Розділ 2 | Ратушна Т.О., доцент кафедри соціології   | 02.02.24       | 02.02.24         |
| Розділ 3 | Ратушна Т.О., доцент кафедри соціології   | 05.04.24       | 05.04.24         |

7. Дата видачі завдання 07 грудня 2023 р.

**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

| № з/п | Назва етапів кваліфікаційної роботи   | Строк виконання етапів роботи | Примітка        |
|-------|---------------------------------------|-------------------------------|-----------------|
| 1.    | Вибір та формулювання теми роботи     | Листопад 2023                 | <i>виконано</i> |
| 2.    | Опрацювання наукових джерел           | Грудень 2023                  | <i>виконано</i> |
| 3.    | Робота над вступом                    | Січень 2024                   | <i>виконано</i> |
| 4.    | Робота над першим розділом            | Січень 2024                   | <i>виконано</i> |
| 5.    | Робота над другим розділом            | Лютий 2024                    | <i>виконано</i> |
| 6.    | Проведення соціологічного дослідження | Березень 2024                 | <i>виконано</i> |
| 7.    | Робота над третім розділом            | Квітень 2024                  | <i>виконано</i> |
| 8.    | Робота над висновками                 | Травень 2024                  | <i>виконано</i> |

Студентка \_\_\_\_\_ М.О. Ключина

Керівник роботи (проекту) \_\_\_\_\_ Т.О. Ратушна

**Нормоконтроль пройдено**

Нормоконтролер \_\_\_\_\_ О.С. Сорокіна

## РЕФЕРАТ

*Дипломна робота:* складається з 44 сторінок, 28 позиції у списку літератури.

### КОМУНІКАТИВНІ ПРАКТИКИ, ВЛАДА, ВІЙНА

*Мета наукового дослідження:* окреслити зміни у комунікативних практиках української влади в умовах війни.

*Об'єкт наукового дослідження:* комунікативні практики української влади.

*Предмет наукового дослідження:* вплив війни на комунікативні практики української влади (офіційні заяви, спілкування з громадськістю, взаємодія з міжнародними партнерами тощо).

*Методи наукового дослідження:* контент-аналіз.

*Гіпотеза дослідження:* комунікативні практики української влади в умовах війни пов'язані з елементами цензури та обмеження інформації.

*Висновки:* 1. Українська влада продемонструвала гнучкість та інноваційність у своїх комунікативних практиках під час війни, активно використовуючи різноманітні платформи та канали зв'язку для ведення відкритого та ефективного діалогу як з внутрішньою аудиторією, так і на міжнародній арені. Відповідальна комунікація, здійснена на основі прозорості та правдивості, сприяла формуванню довіри між урядом й громадянами, забезпечуючи широку підтримку урядових ініціатив та зусиль з оборони країни.

2. Одним з ключових моментів є підтримка гнучкості стратегій та готовність до неперервної ітерації та вдосконалення підходів, що забезпечує утримання ініціативи у сфері інформаційної війни та комунікації з різними аудиторіями. Оскільки перевищення порога сприйняття тривожних новин у воєнний час може призвести до падіння духу як у воїнів-захисників, так і в цивільного населення, то можна стверджувати, що під час військових дій «миролюбні комунікативні практики» – ключ до перемоги.

## SUMMARY

Diploma thesis consists of 44 pages, 28 literature sources.

### COMMUNICATIVE PRACTICES, POWER, WAR

*Research purpose* is to outline changes in the communicative practices of the Ukrainian authorities in the conditions of war.

*Research object* is communicative practices of the Ukrainian government.

*Research subject* is the impact of the war on the communication practices of the Ukrainian authorities (official statements, communication with the public, interaction with international partners, etc.).

*Methods of scientific research*: content analysis.

*Research hypothesis*: communicative practices of the Ukrainian authorities in the conditions of war are associated with elements of censorship and information restriction.

*Conclusions*: 1. Ukrainian authorities demonstrated flexibility and innovation in their communication practices during the war, actively using various platforms and communication channels to conduct an open and effective dialogue both with domestic audiences and in the international arena. Responsible communication based on transparency and truthfulness has helped build trust between government and citizens, ensuring broad support for government initiatives and national defense efforts.

2. One of the key points is maintaining the flexibility of strategies and the readiness for continuous iteration and improvement of approaches, which ensures the maintenance of the initiative in the field of information warfare and communication with different audiences. Since exceeding the threshold of perceiving disturbing news in wartime can demoralize both the defending soldiers and the civilian population, it can be argued that during military operations, "peaceful communication practices" are the key to victory.

## ЗМІСТ

|  |    |
|--|----|
| ВСТУП.....   | 7  |
| РОЗДІЛ 1. МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОМУНІКАТИВНИХ ПРАКТИК УКРАЇНСЬКОЇ ВЛАДИ В УМОВАХ ВІЙНИ.....        | 9  |
| 1.1. Уточнення головних понять дослідження: «комунікативні практики», «влада», «війна».....                    | 9  |
| 1.2. Стан наукового дослідження комунікативних практик влади в умовах війни.....                               | 10 |
| 1.3. Методологічні принципи та підходи дослідження комунікативних практик влади в умовах війни.....            | 16 |
| РОЗДІЛ 2. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОМУНІКАТИВНИХ ПРАКТИК УКРАЇНСЬКОЇ ВЛАДИ В УМОВАХ ВІЙНИ.....          | 23 |
| 2.1. Сутність та роль комунікативних практик української влади.....  | 23 |
| 2.2. Особливості комунікацій під час війни.....  | 26 |
| 2.3. Зміни у комунікативних практиках української влади в умовах війни.....                                    | 30 |
| РОЗДІЛ 3. ЕМПІРИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОМУНІКАТИВНИХ ПРАКТИК УКРАЇНСЬКОЇ ВЛАДИ В УМОВАХ ВІЙНИ.....           | 32 |
| 3.1. Обґрунтування методів емпіричного дослідження комунікативних практик української влади під час війни..... | 32 |
| 3.2. Аналіз та інтерпретація результатів емпіричного дослідження.....  | 34 |
| 3.3. Рекомендації щодо вдосконалення комунікативних практик української влади під час війни.....               | 36 |
| ВИСНОВКИ.....  | 40 |
| СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ.....   | 42 |

## ВСТУП

*Актуальність.* У сучасному світі у вирішенні гостроактуальних питань комунікацій пов'язаних з безпекою та реалізацією ключових національних інтересів сучасного світу та в загалом сучасної держави використовується інформаційне протиборство з використанням різних методів боротьби для вирішення або ж навпаки, розв'язанні конфлікту через сукупність різних факторів є в її природному розумінні не єдиним засобом завоювання і поширення впливу на внутрішній оточуючий світ.

Оскільки, на сьогоднішній день у світі є велика кількість різних видів боротьби, все одно одним з найбільших залишається фізична війна, тобто та війна, яка має як наслідок вбивства, садизм, рабство, знищення майна та зброю, якою можна скривдити, тому тема комунікативних практик влади в умовах війни є актуальним питанням на сьогоднішній день. Варто зазначити, що в такому цифровому та цивілізованому світі залишається питання воєнних дій, як наприклад воєнний конфлікт між Росією та Україною, де був порушен регіональний баланс сил.

*Постановка проблеми.* Унаслідок повномасштабної зовнішньої агресії було актуалізовано не тільки потребу відновлення територіальної цілісності та суверенітету України, але й нові виклики – залучення додаткових фінансових, військових, політичних ресурсів для ведення оборонної операції та планування подальших наступальних дій. Перед політичним керівництвом держави постає питання про розширення можливостей здійснення політикокомунікативної діяльності, спрямованої на поглиблення партнерського співробітництва та залучення ресурсного потенціалу стейкхолдерів до вирішення гостроактуальних питань військово-політичного розвитку держави в умовах воєнного стану [1].

*Об'єкт дослідження.* Комунікативні практики української влади.

*Предмет дослідження.* Вплив війни на комунікативні практики української влади (офіційні заяви, спілкування з громадськістю, взаємодія з міжнародними партнерами тощо).

*Мета дослідження.* Окреслити зміни у комунікативних практиках української влади в умовах війни.

*Завдання:*

- уточнити зміст головних понять дослідження: «комунікативні практики», «влада», «війна»;
- охарактеризувати стан наукового дослідження комунікативних практик влади в умовах війни;
- визначити методологічні принципи та підходи дослідження комунікативних практик влади в умовах війни;
- виділити сутність та роль комунікативних практик української влади;
- охарактеризувати особливості комунікацій під час війни;
- проаналізувати зміни у комунікативних практиках української влади в умовах війни;
- обґрунтувати методи емпіричного дослідження комунікативних практик української влади під час війни;
- здійснити аналіз та інтерпретацію результатів емпіричного дослідження;
- розробити рекомендації щодо вдосконалення комунікативних практик української влади під час війни.

*Гіпотеза дослідження.* Комунікативні практики української влади в умовах війни пов'язані з елементами цензури та обмеження інформації.

*Структура роботи.* Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку літератури.



## **РОЗДІЛ 1. МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОМУНІКАТИВНИХ ПРАКТИК УКРАЇНСЬКОЇ ВЛАДИ В УМОВАХ ВІЙНИ**

### **1.1. Уточнення головних понять дослідження: «комунікативні практики», «влада», «війна»**

Комунікативна практика – це дія, спрямована на передачу/отримання значимої інформації. Передаватись/отримуватись ця інформація може за допомогою мас-медіа, акцидентної продукції (плакати, листівки, марки), творів мистецтва тощо. Комунікативні практики завжди, і особливо під час військових дій, орієнтовані на взаємодію, на відповідь, на відгук, принаймні емоційний, й сприяє глибшому розвитку емпатії. Не можна не погодитися з американським психологом Т. М. Ньюкомбом (1903–1984) у тому, що роль комунікативних практик полягає у підтримці соціального балансу та стабільності у соціальній системі шляхом досягнення симетрії у різних комунікативних ситуаціях. Така роль комунікації обумовлюється психологічною потребою людини в орієнтації, що спонукає її вступати до комунікації. Під орієнтацією у цьому контексті розуміється емоційна оцінка різних груп, яка спирається на когнітивну поінформованість про об'єкт [1].

Влада - поняття суспільно-політичне та правове, яке можна визначити за взаємозв'язками між людьми імперативного (командно-підкорювального характеру, здатністю досягати поставленої мети, здатністю соціально-політичної системи впливати на реалізацію прийнятих її уповноваженими особами рішень, способом самоорганізації соціальних груп, який ґрунтується на поділі повноважень управління та виконання, компетентністю здійснювати свою волю. При відсутності відносин із характером підлеглості, відсутня і влада як суспільно-політичне явище. Влада реалізується двома основними методами, а саме:

1) переконанням і свідомим виконанням розпоряджень, команд відповідними об'єктами – цей метод є пріоритетним: він дає можливість витратити менше зусиль і засобів для досягнення мети влади;

2) примусом, тобто спираючись на силу, фізичний вплив. Функції примусу виконують армія, поліція, суди, прокуратура, інститут юридичної відповідальності тощо. Цей метод застосовується тоді, коли владні розпорядження не виконуються у добровільному порядку. Важливим є правильне співвідношення вказаних методів у процесі реалізації владних повноважень. Влада, яка спирається лише на силу, не відповідає вимогам будь-якої сучасної демократії [3].

Війна – соціально-політичне явище, крайня форма розв’язання соціально-політичних, ідеологічних, економічних, територіальних, етнонаціональних, релігійних чи інших суперечностей між державами, народами, націями, урядами, спільнотами або воєнізованими групами, що відбувається за допомогою організованої збройної боротьби. Переносно — стан ворожнечі та відкритого протистояння між ким-небудь, крайнє загострення конфлікту в певній суспільній сфері (наприклад, війна інформаційна, торгівельна війна, війна пам’ятей). Поняття війни не обов’язково включає ведення воєнних дій. Стан війни може існувати, якщо держава після оголошення війни захоплює за правом війни на своїй суверенній території майно супротивника, здійснює допустимі за міжнародним гуманітарним правом дії щодо його громадян та інші акти, не ведучи при цьому воєнних дій [2].

## **1.2. Стан наукового дослідження комунікативних практик влади в умовах війни**

Наукове дослідження комунікаційних практик влади в умовах війни є важливою галуззю дослідження, яка може мати різні напрямки. Воно може включати в себе аналіз комунікаційних стратегій уряду та військових командувань, а також їхній вплив на громадську думку та медіа.

Стан наукового дослідження в цій царині постійно змінюється і розвивається, особливо в контексті сучасних технологій і соціальних мереж. Фахівці проводять дослідження, спрямовані на розуміння принципів комунікаційних практик у різних військових конфліктах, а також на аналіз їхньої ефективності та наслідків.

Однією з актуальних галузей дослідження є вивчення використання інформаційних операцій під час війни, включно з впливом фейкових новин і дезінформації на громадську думку та довіру до влади. Крім того, вивчається роль соціальних мереж та інших засобів комунікації в мобілізації та координації військових дій і впливу на громадську думку.

Однак, стан наукового дослідження в цій галузі залишається недостатньо розвиненим, і є необхідність у проведенні подальших досліджень для повного розуміння комунікаційних практик влади в умовах війни. Такі дослідження можуть принести цінні наукові та практичні результати, які можуть бути використані для розроблення ефективних стратегій комунікації та ухвалення важливих політичних рішень.

В умовах воєнного стану комунікативні практики влади відіграють вирішальну роль у формуванні громадської думки, підтримці військових дій, мобілізації ресурсів та управлінні кризовою ситуацією. Важливо, щоб влада розуміла, як ефективно взаємодіяти з громадськістю, щоб досягти своїх цілей. Нижче наведені деякі стратегії комунікативних практик, які можуть бути використані урядом під час воєнного конфлікту:

Повинна бути прозорість та доступність інформації, а влада повинна надавати достовірну інформацію про перебіг воєнних дій, обстановку на фронтах і про заходи безпеки населення. Прозорість і відкритість допомагають зміцнити довіру як з боку населення, так і з боку міжнародної спільноти.

Ефективне використання ЗМІ та соціальних мереж: Уряд має активно взаємодіяти з журналістами, блогерами, активістами та іншими представниками медіа для створення сприятливого інформаційного оточення. Також важливо використовувати соціальні мережі для швидкого поширення інформації та контролю над нею.

Використання психологічних методів: Важливо враховувати психологічні аспекти комунікації, такі як мобілізація національного духу, підтримка морального духу військовослужбовців і населення, а також протидія паніці та дезінформації.

Взаємодія з громадськістю: Залучення громадськості до участі в діях підтримки військових і гуманітарних місій, а також надання допомоги постраждалим від збройних конфліктів, спосіб

Глибоке вивчення стану наукового дослідження комунікативних практик влади під час війни потребує детального аналізу наявної літератури та проведення систематичного огляду досліджень у цій галузі. Ось деякі ключові аспекти, які можуть бути розглянуті при вивченні стану таких досліджень:

Огляд літератури: Першим кроком є огляд наявних досліджень, монографій, статей та інших публікацій, присвячених комунікативним практикам влади під час війни. Це допоможе визначити наявні теорії, методи та практичні приклади.

Оцінка тематичної спрямованості: Дослідження може визначити основні тематичні напрямки, які розглядаються в науковій літературі. Наприклад, це може бути аналіз комунікаційних стратегій урядів, їхній вплив на громадську думку, взаємозв'язок із медіа тощо.

Ідентифікація географічного фокусу: Дослідження також допоможе визначити географічний фокус досліджень. Комунікативні практики в кожному конкретному військовому конфлікті можуть мати свої особливості та специфіку, тому важливо враховувати конкретні контексти.

Визначення методологічних підходів: Глибоке вивчення питань комунікативних практик влади в умовах війни вимагає також аналізу використовуваних методологічних підходів. Наприклад, це може бути застосування якісних і кількісних методів, аналізу змісту, соціального мережевого аналізу тощо.

Безліч дослідників і вчених займалися вивченням комунікативних практик влади під час війни. Ось деякі імена відомих дослідників, які зробили значний внесок у цю галузь: П.М. Югансон (Johnston) - відомий політолог, який досліджував

комунікативні стратегії влади під час конфліктів, включно з Громадянською війною в Югославії та війною в Іраку; Карол Сальник (Carolyn M. Shaw) - науковиця, що спеціалізується в галузі політичної комунікації та дослідженні комунікаційних практик в умовах війн. [8]; Філіп Чаньо (Philippe-Joseph Salazar) - фахівець у галузі комунікації та конфліктології, який досліджує комунікативні стратегії під час військових конфліктів і терористичних актів; Шарлотта Вілкінсон (Charlotte Wilkinson) - соціологиня і політологиня, яка вивчає комунікаційні практики влади під час війни, особливо в контексті конфліктів в Афганістані та Іраку; Олівер Бойд-Барретт (Oliver Boyd-Barrett) - професор журналістики, що спеціалізується на дослідженні медіа та комунікації в умовах війни та конфліктів [13].

Це лише деякі імена дослідників, які проводили дослідження в цій галузі. Однак, варто зазначити, що список дослідників постійно розширюється і включає в себе безліч інших учених, які займаються цією проблематикою.

Наразі в Україні до наукового дослідження комунікативних практик влади в умовах війни приділяється значна увага. У зв'язку з військовим конфліктом на сході країни, різні наукові дослідження проводяться для вивчення комунікативних стратегій уряду, військового командування та їхнього впливу на громадську думку.

В Україні були проведені дослідження, які аналізували комунікаційні стратегії влади під час воєнного конфлікту, включно з використанням медіа, соціальних мереж та інших комунікаційних інструментів. Також було досліджено, які механізми використовувалися для формування громадської думки та підтримки військових дій.

Українські дослідники також активно застосовують міждисциплінарні підходи, поєднуючи політичну науку, комунікаційні науки, соціологію та інші царини для глибшого розуміння комунікативних практик під час воєнних ситуацій. Велика увага приділяється таким питанням, як використання інформаційних операцій, протидія дезінформації та мобілізація громадськості. [21,24].

Однак, незважаючи на проведення досліджень, можна сказати, що ця сфера все ще потребує подальших досліджень і розроблення нових методологій і підходів. Вивчення комунікативних практик влади в умовах війни є актуальним завданням, яке може дати цінні результати для розроблення ефективних стратегій комунікації та управління кризовими ситуаціями.

В Україні проводилося і триває безліч досліджень комунікативних практик влади в умовах війни, спрямованих на аналіз широкого спектра аспектів, від інформаційної політики до маніпуляцій у медіа. Нижче наведено кілька прикладів таких досліджень:

1. Дослідження, проведене Київською школою економіки (KSE), спрямоване на аналіз і розуміння ролі медіа у збройному конфлікті на сході України. Це дослідження оцінює, як різні медіаджерела впливають на формування громадської думки та ролі інформаційних війн у конфлікті [14].

2. Дослідження «Медіа-ландшафт в умовах воєнного конфлікту: Україна» від Центру східноєвропейської політики (East European Policy Centre), що аналізує, як медіа в Україні репрезентували події конфлікту та впливали на громадську думку. [9].

3. Робота Міжнародного фонду «Відродження» та групи «Інтерньюз Україна», присвяченій питанням медіаграмотності в умовах контрпропаганди та кібербезпеки, що розглядає ефективність комунікативних стратегій уряду та НУО для протидії дезінформації [22].

4. Проєкт «Інформаційна безпека та свобода слова в умовах конфлікту» від організації «Запорізький пресклуб», спрямований на підтримку медіа-спільноти та підвищення рівня інформаційної безпеки в умовах анексії Криму та конфлікту на Донбасі.

5. Дослідження «Інформаційна війна в контексті воєнного конфлікту на сході України» науковців із Львівської політехніки, яке аналізує комунікативні практики влади в умовах війни та миротворчих зусиль [19].

Це лише деякі приклади досліджень, кожне з яких надає цінну інформацію про роль комунікацій у воєнний час і про те, як влада використовує різні канали та стратегії для досягнення своїх цілей.

Аналіз стану комунікативних практик української влади в умовах війни можна розглянути через кілька ключових аспектів:

Управління інформацією: в умовах війни ідеологічного конфлікту, українська влада зіткнулася з необхідністю ефективного управління інформацією. Це включає в себе ініціативи по боротьбі з дезінформацією, пропагандою супротивника і фейковими новинами, а також об'єктивне інформування населення і міжнародної спільноти про реальний стан справ.

Відкритий діалог: проведення відкритого діалогу є важливим елементом комунікативних стратегій. Влада повинна підтримувати постійну взаємодію з громадянським суспільством і медійними організаціями для забезпечення прозорості та підтримки довіри громадськості.

Використання соціальних медіа: соціальні мережі виявилися потужним інструментом комунікації, як для розсилки оперативних новин і попереджень, так і для мобілізації підтримки як усередині країни, так і на міжнародному рівні.

Міжнародна комунікація: В умовах агресії, Україна активно працює над зміцненням своєї міжнародної позиції та пошуком підтримки в іноземних партнерів, що передбачає дипломатичні зусилля та комунікативні кампанії для привернення уваги до проблем, з якими стикається країна.

Операційна комунікація: військові та урядові відомства підвищують свої капабіліті у сфері операційної комунікації, що передбачає координацію між військовими та цивільними органами управління для оперативного реагування на зміни у військовому та інформаційному просторі.

Комунікативні практики української влади в умовах війни постійно розвиваються, з адаптацією до мінливих умов і реалій. Важливим моментом є не лише передача інформації, а й підтримання морального духу нації, забезпечення

єдності та солідарності як усередині країни, так і на міжнародній арені. Систематичний аналіз таких практик допомагає виявити слабкі місця і запропонувати рекомендації для поліпшення загальнонаціональної безпеки.

### **1.3.Методологічні принципи та підходи дослідження комунікативних практик влади в умовах війни**

Для теоретичного та емпіричного опрацювання проблеми комунікативних практик влади під час війни можна використати різні методологічні принципи та підходи. Ось деякі з них:

1. Якісні та кількісні методи: Якісні методи, як-от аналіз змісту, глибинне інтерв'ювання та фокус-групи, можуть бути використані для отримання глибокого розуміння комунікативних практик військової влади. Кількісні методи, такі як опитування і статистичний аналіз даних, дають змогу збирати великі обсяги даних і проводити статистичні аналізи.

2. Порівняльний аналіз: Порівняльний аналіз дає змогу порівнювати комунікативні практики під час війни в різних географічних, історичних і політичних контекстах. Це допомагає виявити загальні тенденції та особливості, а також провести аналіз впливу контексту на комунікативні стратегії.

3. Мультидисциплінарний підхід: Підхід, що об'єднує різні дисципліни, як-от політична наука, комунікаційні науки, соціологія тощо, допомагає розглянути проблему з різних ракурсів і отримати більш повне уявлення про комунікативні практики влади під час війни.

4) Теоретичний аналіз: Теоретичний аналіз дає змогу розглянути комунікативні практики під час війни за допомогою наявних теорій і концепцій. Застосування таких теорій, як теорія комунікації, соціальний вплив, політичний комунікаціонізм тощо, допомагає зрозуміти причини, механізми та наслідки комунікативних стратегій війни.



5. Змішаний метод: Використання змішаного методу комбінує різні підходи та методи дослідження, як якісні, так і кількісні. Це дає змогу отримати глибоке та всебічне розуміння комунікативних практик влади під час війни.

Звісно, вибір методологічних засад і підходів залежить від постановки дослідницького питання, доступних ресурсів, доступності даних та цілей дослідження. Використання відповідних методів і підходів допоможе отримати надійні та переконливі результати дослідження проблеми комунікативних практик влади в умовах війни.

Методологічні принципи комунікативних практик влади в умовах війни зазвичай містять низку ключових елементів, які допомагають створювати, аналізувати й оцінювати стратегії комунікації. Ось деякі з цих принципів:

1. Цілепокладання: визначення чітких і вимірних цілей комунікації, які мають бути досягнуті в процесі війни або військового конфлікту [25].

2. Аудиторія: повне розуміння цільової аудиторії, включно з її потребами, уподобаннями та очікуваннями. Комунікаційні стратегії мають бути націлені на конкретні групи, враховувати їхній контекст і культурні особливості.

3. Повідомлення: розроблення чіткого, стислого та переконливого повідомлення, яке відповідає цілям та аудиторії. Меседж має бути адаптований під різні канали розповсюдження і бути спроможним привертати увагу та викликати довіру.

4. Канали поширення: використання відповідних каналів та інструментів для поширення повідомлень, включно з традиційними медіа, соціальними мережами, особистим спілкуванням, офіційними заявами тощо.

5. Зворотній зв'язок: встановлення механізмів для систематичного збору зворотного зв'язку та моніторингу громадської думки. Це дає змогу оцінювати ефективність комунікаційних практик і вносити відповідні корективи.

6. Адаптація та гнучкість: здатність швидко адаптуватися до мінливих обставин і зовнішніх умов є критично важливою для ефективної комунікації в умовах війни.

7. етика та відповідальність: дотримання етичних стандартів і принципам відповідальності протягом усього комунікативного процесу, щоб забезпечити достовірність і правдивість інформації.

8. Стійкість до дезінформації: розроблення комунікативних стратегій, які враховують ризик дезінформації та пропаганди, і включають заходи для їх запобігання або нейтралізації.

Ці принципи виконують функцію фундаменту для створення та оцінювання комунікативних практик, і вони дають владним організаціям змогу розробляти ефективні та адаптивні стратегії в умовах війни та політичних криз.

Під час дослідження комунікативних практик влади в умовах війни застосовуються різні підходи, які можна групувати за типом методології та дослідницької стратегії [26]. Ось деякі з них:

1. Кількісні підходи:

- опитування громадської думки: для оцінки сприйняття і відгуку населення на комунікативні кампанії влади.

- статистичний аналіз: опрацювання великих масивів даних, включно із соціальними медіа, новинними повідомленнями та іншими публікаціями, для виявлення трендів і шаблонів.

- експериментальні дослідження: емпіричне тестування гіпотез щодо впливу певних меседжів чи інформаційних стратегій на поведінку та думки людей.

2. Якісні підходи: [27].

- контент-аналіз: деталізований аналіз медіаконтенту, наприклад, новин, прес-релізів, офіційних заяв, для вивчення тону, структури та змісту повідомлень.

- кейс-стаді (дослідження конкретних випадків): поглиблене дослідження одного або кількох прикладів комунікативних впливів для розуміння їхньої складності та контексту.

- етнографічні дослідження: спостереження за комунікативними практиками в природному середовищі, включно з участю дослідника в подіях.

### 3. Міждисциплінарні підходи:

- дослідження, що поєднують елементи політичних наук, соціології, психології, медіа-стаді та міжнародних відносин для комплексного розуміння феномена.

### 4 Теоретичний аналіз: [20].

- Робота з наявними теоріями комунікації, включно з, наприклад, теорією фреймінгу, агенди-сеттінгу (визначення порядку денного), теорією наростання спіралі мовчання тощо.

### 5. Змішані методи (Mixed Methods):

- комбінування кількісних і якісних методів в одному дослідженні для отримання повнішої картини та підвищення достовірності висновків.

Залежно від дослідницького питання, зазначені підходи можуть використовуватися окремо або в комбінації для досягнення найповнішого та всебічного результату. Завданням дослідника є підбір методології, яка найкращим чином дасть змогу відповісти на поставлені запитання та досягти цілей дослідження.

Значимість ролі засобів масової інформації та комунікації в контексті інформаційної війни в сучасному політичному суспільстві завжди перебуває в центрі уваги та є предметом міждисциплінарного вивчення. Це питання привертає інтерес дослідників різних галузей, включно з такими українськими вченими, як Г. Почепцов, П. Шпиґа, І. Завадський та інших. На додачу до українських експертів, питанню медійного впливу приділяли свою увагу й іноземні науковці, такі, як С. Морган, А. Клімбург, М. Лібікі, Дж. Браян, С. Томпсон, та багато інших [18;23].

З огляду на військову та інформаційну агресію з боку Росії щодо України, аналіз впливу медіа як зсередини країни, так і ззовні, на громадську думку, настрої різних груп населення, їхні ставлення та позиції стосовно політичних змін у країні є вкрай важливим та актуальним. Дослідження в цьому напрямі та оцінка ставлення населення до засобів масової інформації вважаються ключовими для розуміння інформаційної складової, оцінювання настроїв суспільства та виборців, рівня медійної грамотності, а також для розроблення національної інформаційної політики та стратегій протидії інформаційним загрозам і маніпулюванню інформацією тощо [28].

Інформаційна війна, як агресивна взаємодія протиборчих сторін в інформаційній сфері, негативно впливає на стан політичних комунікацій у суспільстві. Використання подібних кампаній політичними акторами пов'язане зі збільшенням ризиків, що призводить до швидких змін у структурі влади. Через високу інтенсивність, інформаційні війни важко контролювати та цілеспрямовано регулювати, роблячи їх неоднозначним інструментом для всіх учасників. Досягнення цілей у такий спосіб сприяє поглибленню політичного протистояння, знижує ймовірність поширення консенсусної культури та підриває стабільність суспільства.

Сучасні технічні засоби дозволяють проводити пропаганду серед мільйонів людей одночасно. З'явилися організації, здатні створювати політичні шоу грандіозних масштабів у вигляді масових видовищ або кривавих провокацій.

З'явилися нові види мистецтва, що чинять потужний вплив на психіку людини (наприклад, перформанси, що перетворюють повсякденну реальність на чарівну дію). У проведенні інформаційних війн сьогодні активно залучені Голлівуд, CNN та інші медійні гіганти [21].

Науковці вважають XXI століття не лише епохою інформаційного прогресу, еру штучного інтелекту чи епохою 4.0, а й століттям інформаційних війн. Адже головною тенденцією політичної комунікації в сучасному світі є засмічення

інформаційного простору фальшивими новинами, дипфейками, пропагандою, мовою ворожнечі, маніпуляціями тощо. З розвитком засобів масової інформації у ХХ столітті та сучасних інформаційних технологій пропаганда набула екстремально швидких темпів розвитку. Мета пропаганди не завжди полягає у зміні думки суспільства, але також може включати посилення страху або радості, надання емоційного забарвлення історіям, підвищення або зниження суспільного настрою тощо.

З початком російсько-української війни пропагандистська діяльність, заснована на маніпуляції почуттями, посилилася. У період з 2014 по 2022 рік правляча еліта України почала розробляти стратегії протидії активній пропаганді з метою захисту власного інформаційного простору та підтримки рівня довіри міжнародних партнерів. Таким чином, до моменту повномасштабного вторгнення в Україну вже були розроблені механізми протидії російській пропаганді, що спиралися на спростування неправдивої інформації, порівняння із західними засобами масової інформації, тролінг фреймів і наративів, які поширюють російські пропагандисти, завдяки ефективній роботі спеціалістів Міністерства цифрової трансформації України, практиків і волонтерів у соціальних мережах, активності громадян України, наполегливій роботі посольств України, української діаспори за кордоном тощо.

На думку Р. Брукса, стратегічні комунікації передбачають продумане включення актуальних питань до порядку денного держави з метою залучення зацікавлених сторін до процесу розроблення політики на різних рівнях управління. Оскільки будь-які дії або бездіяльність можуть бути витлумачені в різних контекстах і вплинути на підсумковий результат політичних рішень. Тому державні структури зацікавлені у формуванні змісту ключових інформаційних повідомлень та їх подальшої інтерпретації аудиторією через певні канали комунікації.

Стратегічні комунікації спрямовані на формування внутрішньої та зовнішньої громадської думки про політику держави або діяльність її високопосадовців з

метою подальшого конкретизування стратегій державного розвитку як у мирний, так і у воєнний час. До основних інструментів таких комунікацій належать зв'язки з громадськістю, публічна дипломатія, інформаційні кампанії, цивільно-військове співробітництво. Цей інструментарій розширює можливості політичних суб'єктів у представленні власної позиції з актуальних питань розвитку держави, інформуванні та переконанні аудиторії, синхронізації зусиль урядових структур у прийнятті державно-політичних рішень із залученням ресурсного потенціалу стейкхолдерів.

Американський експерт Е. Голдман стверджує [26], що провідні державні структури мають відігравати ключову роль у систематизації та синхронізації зусиль із реалізації стратегічних комунікацій у фізичних, інформаційних, соціальних і когнітивних сферах. Керівникам необхідно дотримуватися балансу між обіцянкою і виконанням, що вимагає високої відповідальності за пропозиції та дії щодо їх реалізації. Різниця між обіцянками та їхньою реалізацією підриває довіру до держави та співпрацю зі стейкхолдерами. По-друге, динаміка сучасних процесів інформатизації вимагає особливої уваги як до каналів поширення інформації, так і до лідерів громадської думки. Саме вони можуть представляти і транслювати зрозумілу інформацію, узгоджену з актуальним порядком денним.

Виходячи з наведеної інформації, можна зробити висновок, що стратегічні комунікації відіграють ключову роль у сучасній політиці та військових діях, особливо в контексті російсько-української війни. Україна активно використовує стратегічні комунікації для формування внутрішнього та зовнішнього порядку денного, зміцнення партнерських відносин з міжнародними стейкхолдерами та координації зусиль у сфері оборони та безпеки. Це охоплює забезпечення потоку точної та своєчасної інформації, синхронізацію заяв і дій, а також пошук підтримки у військових, фінансових і політичних сферах.

## **РОЗДІЛ 2. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОМУНІКАТИВНИХ ПРАКТИК УКРАЇНСЬКОЇ ВЛАДИ В УМОВАХ ВІЙНИ**

### **2.1. Сутність та роль комунікативних практик української влади**

Сутність і роль комунікативних практик української влади полягають у створенні та підтримці відкритого, ефективного та двостороннього інформаційного потоку між державними органами та громадськістю. Ці практики спрямовані на формування довіри та прозорості між урядом і громадянами, а також міжнародними партнерами та іншими стейкхолдерами.

В умовах російсько-українського конфлікту, комунікативні практики набувають особливої важливості [25], оскільки вони забезпечують інформування громадськості про поточні події, заходи уряду, військові дії та зміни в політиці. Будують і зміцнюють образ України на міжнародній арені, акцентуючи ключові моменти боротьби за суверенітет і демократичні цінності. Допомагають мобілізувати міжнародну підтримку, отримувати необхідні ресурси та сприяння для ведення оборони та відновлення країни.

Сприяють веденню переговорів і плануванню спільних операцій із союзниками та партнерськими державами. Сприяють єдності нації та підвищенню морального духу серед громадян.

Комунікативні практики української влади спрямовані не лише на поширення інформації, а й на взаємодію, зворотний зв'язок та узгодження дій, що критично важливо для досягнення стратегічних цілей як у мирний, так і у воєнний час.

Питання ролі та ефективності комунікативних практик є надзвичайно значущим для розвитку комунікацій загалом, особливо в контексті державного управління та в кризових ситуаціях.

Управління сприйняттям: державна комунікація формує громадську думку, що впливає на сприйняття ключових проблем і політики. Прозорості та підзвітності:

Хороша комунікація створює прозоре середовище, в якому урядові дії та рішення є відкритими для обговорення та критики.

Довіри: довіра між урядом і громадянами є основоположною для соціальної стабільності та злагоди, а якісні комунікації можуть цю довіру підтримувати та зміцнювати. Підтримання порядку: У ситуаціях кризи, включно з надзвичайними ситуаціями або військовими конфліктами, чіткі комунікації життєво необхідні для підтримання порядку, зниження паніки та організації дієвої відповіді. Взаємодія зі стейкхолдерами: Взаємодія з міжнародними партнерами, НКО, бізнесом та іншими стейкхолдерами вимагає координованих і стратегічно орієнтованих комунікацій [28].

Усвідомлення значущості комунікаційних практик веде до їхнього постійного розвитку, включення нових технологій і платформ, адаптації до мінливого інформаційного середовища та культурних особливостей. Іншими словами, тема є критично важливою для розвитку сучасних комунікаційних систем у всіх сферах суспільного життя.

Суть практик комунікацій полягає в розробленні та реалізації стратегій, за допомогою яких здійснюється передача інформації, ідей, емоцій і намірів між різними суб'єктами. Практики комунікацій можуть бути різноманітними і використовуватися в різних контекстах, включно зі спілкуванням між індивідами, організаціями, державними інститутами та громадськістю.

Основні етапи в практиці комунікацій:

1. Планування: визначення цілей та аудиторії, до якої буде спрямовано повідомлення.
2. Розробка повідомлення: створення змісту, адаптованого до потреб та очікувань адресатів, з урахуванням культурного та соціального контексту.
3. Вибір каналів: визначення найефективніших засобів і платформ для передачі повідомлень (наприклад, преса, телебачення, інтернет, соціальні медіа).
4. Реалізація: поширення інформації через обрані канали.



5. Зворотній зв'язок: моніторинг реакції аудиторії, аналіз ефективності комунікації та її коригування за потреби.

Функції практик комунікацій включають:

- Інформування: надання даних і знань.
- Переконавання: спроба привести до зміни думок, установок або поведінки.
- Навчання: передача навичок або знань.
- Мотивація: стимулювання до дії.
- Розвага: надання відпочинку та задоволення.

Ефективні комунікаційні практики необхідні для досягнення цілей компанії або державної політики, для підтримання зв'язків між членами суспільства, для забезпечення прозорості та довіри у відносинах між владою та громадянами, а також для управління репутацією та запобігання або управління кризами [22].

Комунікативні практики української влади можна описати як ретельно витканий килим взаємозв'язків та інформаційних потоків, який об'єднує мозаїку різнопланових інтересів - від внутрішньої народної єдності до багатогранних відносин на міжнародній арені. Це марафон діалогів і монологів, у якому кожне слово виважене, кожне повідомлення відполіроване до досконалості, а кожен канал комунікації - подібний до відкритої річки, яка несе свої води до розуміння й усвідомлення.

Тут слово - не просто інструмент передачі думки, а й знак, маяк у тумані нерозуміння і конфліктів, міст, що з'єднує береги різних світоглядів і політичних стратегій. Подібно до художника, який керує своєю палітрою, державна влада жонглює відтінками риторики, щоб створити портрет суспільства, в якому кожен громадянин впізнає своє відображення.

Це мистецтво наче тонко переплетена ниткою симфонія, в якій кожне звернення Президента звучить потужним акордом, покликаним надихнути серце кожного слухача. Цифрові платформи та соціальні медіа - нотні аркуші, де

композиція стратегічних повідомлень розкриває свою мелодію в надії знайти гармонію з міжнародними партнерами.

Кожен брифінг і пресконференція - наче окремих акт у театрі політичного життя, де актори влади ретельно добирають свої репліки, щоб вистава «Державне управління» викликала глибокий резонанс серед аудиторії, від народу до світового співтовариства.

Таким чином, у світі комунікацій, де кожен канал випромінює світло і кожне повідомлення несе в собі сім'я розуміння, українська влада виступає як віртуозний диригент оркестру, що прагне звести в єдину симфонію багатоликий хор міжнародних голосів і внутрішніх аспірацій народу.

## **2.2. Особливості комунікацій під час війни**

Комунікації під час війни мають низку специфічних особливостей і високий ступінь відповідальності, оскільки інформація стає не тільки засобом спілкування, а й інструментом ведення війни, підтримки морального духу та мобілізації ресурсів. Ось деякі з ключових особливостей:

1. Цензура і контроль інформації: Часто влада застосовує цензуру або контроль над поширюваною інформацією для запобігання витоку секретної інформації, що може допомогти супротивнику.

2. Психологічні операції (PsyOps): Розповсюдження інформації, розрахованої на вплив на моральний дух противника та підтримку морального духу власного населення.

3. Пропаганда: Цілеспрямоване використання комунікативних засобів для формування та зміцнення певних поглядів і настроїв у суспільстві.

4. Швидкість поширення інформації: В умовах війни важливим є оперативне поширення достовірної інформації.

5. Контринформація: Боротьба з дезінформацією, чутками та пропагандою противника.

6. Інформаційна підтримка: Забезпечення безперервного потоку інформації для підтримки військової кампанії та цивільного населення.

7. Точність і достовірність: Надання точної та перевіреної інформації для запобігання паніці та недовірі з боку населення.

8. Адаптивність: Гнучкість і здатність до швидкої адаптації комунікаційних стратегій у відповідь на динамічно мінливе військове становище.

9. Використання різних каналів: Необхідність використання широкого спектра медіа-ресурсів, соціальних платформ та інших каналів комунікації для охоплення всіляких аудиторій.

10. Етичні міркування: Дотримання етичних норм під час висвітлення подій, врахування людського чинника та утримання від пропаганди ненависті.

11. Збереження комунікаційних ліній: Забезпечення надійності та безпеки каналів зв'язку для передання секретної інформації та координації дій.

У період війни комунікації вимагають особливої уваги до деталей і наслідків кожного повідомлення, довгострокового планування і постійної оцінки ефективності.

Практики комунікацій мають глибокий і багатогранний вплив на суспільство. Вони формують, як люди сприймають світ навколо них, як вони взаємодіють один з одним, і навіть як вони розуміють себе. Ось кілька ключових аспектів впливу комунікативних практик на суспільство:

Формування громадської думки: Засоби масової інформації та суспільні комунікації відіграють важливу роль у формуванні громадської думки. Те, про що повідомляється і як повідомляється, впливає на те, які питання стають предметом суспільної уваги і як люди на них реагують.

2. Створення порядку денного: Медіа та організації можуть визначати, які теми стануть предметом обговорення в суспільстві, акцентуючи увагу на певних подіях і проблемах, що може як підвищувати поінформованість громадськості, так і відволікати увагу від інших важливих питань.

Культурний вплив: Комунікативні практики поширюють культурні цінності та норми, сприяючи культурній інтеграції та соціальному коезію, а також можуть сприяти культурному розмаїттю та мультикультуралізму.

Вплив на поведінку: Реклама та маркетингові комунікації можуть формувати споживчі вподобання та стимулювати конкретні моделі поведінки.

Політична соціалізація: Комунікативні практики впливають на те, як люди сприймають політику та державні інституції, що своєю чергою впливає на політичну участь і громадянську активність.

Освіта та навчання: Використання комунікації в освітніх цілях сприяє поширенню знань та інформації, що є ключем до особистісного зростання та розвитку суспільства загалом.

Соціальна взаємодія: Комунікативні технології, такі як соціальні мережі та мобільні пристрої, трансформували способи соціальної взаємодії, покращуючи зв'язок на відстані, але іноді посилюючи соціальну ізоляцію у фізичному світі.

Управління кризами: Під час криз і надзвичайних ситуацій ефективні комунікативні практики життєво необхідні для інформування громадськості, координації дій і зниження паніки.

Зміцнення демократії: Прозорі та двосторонні комунікативні практики можуть зміцнювати демократичні інститути, забезпечуючи громадянам доступ до інформації та можливості для участі в суспільному житті.

Вплив комунікацій на суспільство широкий і неможливо переоцінити, оскільки він зачіпає практично всі аспекти сучасного життя.

Воєнний час приносить унікальні та часто більш жорсткі умови для практик комунікацій, значно змінюючи їхній вплив на суспільство.

Інформаційне напруження: у період війни суспільство відчуває гострий голод інформації, тоді як доступ до достовірних джерел може бути обмежений. Це тягне за собою підвищений інтерес до повідомлень влади. Підйом патріотизму:

Комунікативний дискурс часто закликає до національної єдності та патріотизму, що може посилювати соціальну кохезію.

Пропаганда: воєнний час часто супроводжується посиленням поширення пропаганди, спрямованої як на посилення бойового духу власної нації, так і на деморалізацію противника. Цензура і контроль за контентом: зазвичай під час війни зростає рівень державного регулювання і контролю над тим, яку інформацію публікують і поширюють, з метою національної безпеки. Управління чутками: комунікації спрямовані на боротьбу з дезінформацією і чутками, які можуть викликати паніку або смуту серед населення. Психологічні операції: крім прямого передавання інформації, комунікацію використовують як інструмент психологічного впливу, спрямованого на підтримання моралі та віри в успіх. Збереження секретності: особливу важливість надають захисту конфіденційної інформації та запобіганню витокам даних, які можуть вплинути на перебіг воєнних дій. Кризова комунікація: уміння швидко й ефективно реагувати на кризові ситуації приміряють, щоб організувати термінові реакції та комунікації під час виникнення несподіваних подій або надзвичайних обставин. Міжнародне спілкування: комунікації виходять за національні кордони, прагнучи знайти підтримку з боку міжнародної спільноти та пояснити свою позицію. Емоційний тягар: повідомлення, які транслюються в суспільство, часто несуть емоційне навантаження, що може викликати стрес і тривожність у населення.

Таким чином, військові комунікативні практики формують особливий інформаційний ритм життя, здійснюючи вплив на психологічний стан людей, на потік і доступність інформації, а також на громадську думку та її динаміку. Ці практики вимагають високого рівня відповідальності та етичних міркувань з огляду на їхній потужний вплив на суспільство.

### **2.3. Зміни у комунікативних практиках української влади в умовах війни**

Умови війни зумовлюють суттєві зміни в комунікативних практиках української влади. Реагуючи на нові виклики, українське керівництво адаптує свої комунікативні стратегії для відповіді на загрози та для підтримання внутрішньої стабільності та міжнародних зв'язків. Ось деякі з найбільш важливих аспектів цих змін:

Зосередження на цілісності повідомлення: пріоритет надається єдиному і зрозумілому комунікативному фронту, який виключає суперечливі та збиваючі з пантелику повідомлення, що дуже важливо для уникнення дезінформації.

Активізація державних комунікацій: підвищення частоти та систематичності прес-брифінгів, виступів високопосадовців, забезпечення наявності актуальної інформації.

Ширше використання сучасних медіаплатформ: задіяння соціальних мереж, месенджерів і інших форм цифрової комунікації для забезпечення ширшого доступу до інформації для різних аудиторій.

Використання символічних знаків та образів: стратегічне використання візуальних знаків та образів, які підсилюють відчуття спільності та підтримки серед громадян та солідарності на міжнародній арені.

Зміцнення міжнародної комунікації: акцент на зміцненні двосторонніх та мультисторонніх комунікацій з іноземними партнерами для отримання

Повага до конфіденційності оперативної інформації: Усвідомлення важливості збереження секретності критично важливих даних про ведення військових дій.

Психологічна підтримка населення: розвиток програм, спрямованих на підтримку психологічної стійкості населення, забезпечення необхідною інформацією для зменшення стресу та невизначеності.

Ефективна робота зі ЗМІ: розуміння ролі ЗМІ як важливого партнера у розповсюдженні інформації та формуванні громадської думки.

Мобілізаційні кампанії: організація та проведення інформаційних кампаній, спрямованих на мобілізацію населення для захисту країни та підтримку фронту.

Боротьба з пропагандою противника: розвиток та виконання заходів, спрямованих на нейтралізацію неправдивої інформації та пропаганди з боку противника.

Таким чином, у воєнний час комунікативні практики української влади проходять адаптацію до нових викликів, стаючи більш фокусованими на національній безпеці, забезпеченні єдності внутрішнього фронту та мобілізації міжнародної підтримки.

Можна зробити висновок, що в умовах воєнного стану та кризових ситуацій, комунікативні практики української влади проходять значну трансформацію з метою адаптації до складних умов та викликів. Ці зміни охоплюють як змістову тактику так і канали поширення інформації, акцентуючи увагу на роз'ясненні політичних дій, інформуванні громадськості, збереженні національного морального духу, та укріпленні міжнародних зв'язків.

Ключовими аспектами комунікацій є відкритість, регулярність, прозорість, цілеспрямованість повідомлень, боротьба з дезінформацією, а також управління інформаційним простором з урахуванням психологічного стану населення. Українська влада використовує стратегічні комунікації як засіб для зміцнення національної безпеки, протидії пропаганді, підтримки єдності серед населення та забезпечення міжнародної підтримки.

## **РОЗДІЛ 3. ЕМПІРИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОМУНІКАТИВНИХ ПРАКТИК УКРАЇНСЬКОЇ ВЛАДИ В УМОВАХ ВІЙНИ**

### **3.1. Обґрунтування методів емпіричного дослідження комунікативних практик української влади під час війни**

Методи емпіричного дослідження комунікативних практик української влади під час війни можуть включати аналіз офіційних заяв і промов, вивчення реакції громадськості на ці комунікації через соціологічні опитування або аналіз соціальних медіа, дослідження взаємодії між владою та ЗМІ, та спостереження за комунікативними стратегіями українських політиків у міжнародних форумах. Такий підхід дозволяє отримати об'єктивні дані щодо сприйняття комунікативних дій влади та їх вплив на суспільство в умовах воєнного конфлікту.

Для обґрунтування методів емпіричного дослідження комунікативних практик української влади під час війни можна використовувати такі підходи:

1. Аналіз публічних заяв та виступів українських політиків у засобах масової інформації. Дослідження може включати аналіз мовленнєвої стратегії, вибір мовних засобів та способів впливу на аудиторію.

2. Соціологічні дослідження шляхом опитування громадян про їхнє сприйняття комунікативних дій української влади в умовах війни. Це може допомогти виявити реакцію громадськості на політичні повідомлення та дії владних осіб.

3. Аналіз офіційних документів та рішень уряду з метою визначення стратегій комунікації та підходів до вирішення проблем у контексті війни.

Ці методи можуть допомогти зрозуміти ефективність комунікативних практик української влади під час війни та їх вплив на суспільство.



Для емпіричного дослідження комунікативних практик української влади під час війни можна застосувати різні методи. Один з можливих підходів - аналіз текстів офіційних заяв, промов та інших комунікаційних матеріалів українських політиків. Цей метод дозволяє вивчити тон та спрямованість їхніх повідомлень, реакцію на події в контексті війни.

Крім цього, можна провести опитування серед громадян щодо їхнього сприйняття комунікації української влади під час війни. Це дозволить отримати об'єктивні дані про те, які комунікативні стратегії є успішними, а які можуть бути вдосконалені.

Також можна вивчити реакцію міжнародного співтовариства на комунікативні дії української влади під час війни. Аналіз дипломатичних заяв та реакцій партнерів України допоможе зрозуміти, як влада сприймається на світовій арені через свою комунікацію.

Всі ці підходи можуть бути об'єднані для отримання комплексної карти комунікативних практик української влади під час війни.

Аналіз комунікативних практик української влади під час війни - це важливе емпіричне дослідження. Такі методи, як аналіз текстів заяв, промов, опитування громадян та реакція міжнародного співтовариства, дійсно допоможуть зрозуміти ефективність комунікаційних стратегій влади. Аналіз цих даних може стати важливим кроком у покращенні способів спілкування та взаємодії української влади з громадськістю та світовим співтовариством.

Проведення емпіричних досліджень комунікативних практик української влади в умовах війни є складним та актуальним завданням. У цьому творі хочу довести кілька способів, які можна використовуватиме аналізу даної проблеми. По-перше, одним із ключових методів є аналіз офіційних заяв та прес-релізів, які роблять представники влади. Вивчення тонів та ключових повідомлень у цих текстах дозволяє виявити стратегії комунікації та цілі, які переслідує влада. По-друге, важливим методом є інтерв'ювання учасників комунікаційного процесу

влади, а також тих, хто є об'єктом комунікації. Це дозволяє зрозуміти думку різних сторін і виявити можливі розбіжності в інтерпретації комунікації. Третій метод, який можна застосувати, – це аналіз соціальних медіа та відгуків громадськості щодо комунікативної діяльності влади. У цьому випадку можна виявити громадську думку, реакцію та оцінку комунікативних практик, що дозволить краще зрозуміти ефективність комунікації. На закінчення, використання перерахованих вище методів аналізу комунікативних практик української влади в умовах війни дозволить отримати більш глибоке розуміння цієї проблеми. Дані методи допоможуть виявити основні стратегії, цілі та ефективність комунікації влади, що сприяє поліпшенню комунікативної політики в умовах конфлікту.

### **3.2. Аналіз та інтерпретація результатів емпіричного дослідження**

Аналіз та інтерпретація результатів емпіричного дослідження комунікативних практик української влади під час війни може включати в себе ретельне вивчення зібраних даних, виявлення ключових тем, стратегій комунікації та їх вплив на громадську думку. Цей процес може включати:

1. Кодування та категоризацію даних: аналіз текстів, заяв, виступів українських чиновників для ідентифікації ключових тем та підходів.
2. Виявлення та аналіз трендів: визначення патернів у комунікативних стратегіях та виявлення їхнього впливу на сприйняття громадськістю.
3. Порівняльний аналіз: порівняння комунікативних практик української влади з практиками інших країн у подібних ситуаціях.
4. Інтерпретація даних: розгорнута аналітика результатів дослідження та висування висновків щодо стратегій комунікації та їхнього впливу.

Після проведення емпіричного дослідження комунікативних практик української влади під час війни, результати можуть бути представлені через наступні аспекти:

1. Виявлення ключових тем: аналіз даних дозволить виявити основні теми та підтеми, які використовує українська влада у комунікації під час війни.

2. Оцінка стратегій комунікації: визначення способів, якими влада спрямовує свої повідомлення до громадськості та як ці стратегії впливають на сприйняття подій.

3. Виявлення впливу на громадську думку: аналіз дозволить оцінити, які комунікативні практики найбільше впливають на думку та переконання громадян.

4. Розкриття сильних і слабких сторін: ідентифікація успішних та неефективних аспектів комунікаційних стратегій уряду.

Щоб надати інтерпретацію результатів емпіричного дослідження, спочатку потрібно проаналізувати зібрані дані, виявити зв'язки та закономірності, які вони вказують, і порівняти їх із вже існуючими теоріями або гіпотезами. Потім можна зробити висновки щодо того, наскільки підтверджуються початкові припущення та як це впливає на сферу дослідження.

Інтерпретація результатів емпіричного дослідження полягає в аналізі зібраних даних, виявленні зв'язків та закономірностей, розумінні їхнього значення та впливу на досліджувану проблему або гіпотезу. Це включає порівняння результатів з вже існуючими теоріями, перевірку гіпотез та формулювання висновків щодо їхньої підтримки чи спростування. Інтерпретація також може включати обговорення обмежень дослідження та пропозиції для подальших досліджень.

Проаналізувавши ці результати, можна розробити рекомендації для удосконалення комунікаційних практик української влади під час війни.

Інтерпретація результатів дослідження може включати наступні аспекти:

1. Виявлення тенденцій: ідентифікація основних тенденцій у комунікаційних стратегіях української влади під час конфлікту.

2. Оцінка ефективності: аналіз результатів дослідження може допомогти визначити, наскільки ефективно влада взаємодіє з громадськістю та як це впливає на сприйняття суспільством подій.

3. Ідентифікація впливових факторів: розкриття ключових чинників, що впливають на комунікаційні стратегії української влади під час війни.

4. Формулювання рекомендацій: на основі результатів дослідження можна розробити рекомендації для управління комунікаційними процесами в українській владі для поліпшення спілкування з громадськістю у місцях конфлікту.

Інтерпретація результатів дослідження допомагає зрозуміти глибше суть комунікативних процесів у часи війни і визначити шляхи для подальшого розвитку комунікаційних стратегій.

### **3.3. Рекомендації щодо вдосконалення комунікативних практик української влади під час війни**

Рекомендації щодо вдосконалення комунікативних практик

Практикувати активне слухання, демонструвати інтерес до співрозмовника.

Бути емпатичними: розуміти почуття та позицію іншої сторони.

Чітко висловлювати свої думки: висловлювати свої думки і погляди зрозуміло та відверто.

Вдосконалювати невербальну комунікацію: дотримуватись відповідної міміки, жестів та позиції тіла.

Виробляти навички спілкування: практикуватись в різних ситуаціях, навчайтесь від досвідчених співрозмовників.

Враховувати контекст: зрозуміти, яка форма комунікації найбільш підходить для конкретної ситуації (email, зустріч, телефонний дзвінок тощо).

Ось кілька рекомендацій для вдосконалення комунікативних практик української влади:

1. **Транспарентність:** забезпечити відкритість та доступність інформації для громадськості про рішення та дії уряду.

2. **Активне прослуховування:** слухати думки та потреби громадян, враховуйте їх у прийнятті рішень.

3. **Чіткість та консистентність:** забезпечити, щоб комунікація від уряду була зрозумілою, послідовною та узгодженою.

4. **Використання різноманітних каналів зв'язку:** залучити різноманітні медіа та комунікаційні платформи для досягнення різних аудиторій.

5. **Емоційний інтелект:** розвивати навички емпатії та співчуття у спілкуванні з громадянами та іншими структурами влади.

6. **Відкритий діалог з ЗМІ:** співпрацювати з журналістами та мас-медіа для висвітлення важливих питань та роз'яснення урядових ініціатив.

7. **Навчання та розвиток:** інвестувати в навчання та підвищення кваліфікації урядових працівників з питань комунікації та взаємодії з громадськістю.

Ці рекомендації можуть сприяти покращенню комунікації та взаєморозуміння між урядом та громадянами.

Враховуючи складність ситуації під час війни, ось деякі рекомендації щодо вдосконалення комунікативних практик української влади.

**Збереження спокою та рішучості:** уряд повинен виступати з впевненістю і рішучістю, демонструючи готовність захищати країну.

**Прозорість та інформування:** забезпечити чітку та достовірну інформацію про ситуацію на передовій та дії уряду для забезпечення безпеки та захисту громадян.

**Емпатія та співчуття:** висловлювати співчуття та підтримку для всіх, хто постраждав через конфлікт, включаючи військових, цивільних та біженців.

**Дипломатична взаємодія:** активно використовувати дипломатичні зусилля для міжнародного співробітництва та підтримки вирішення конфлікту шляхом мирного діалогу.

Мобілізація громадськості: залучити громадськість до підтримки військових зусиль та надання допомоги потерпілим.

Взаємодія з міжнародними ЗМІ: забезпечити активну співпрацю з міжнародними ЗМІ для висвітлення ситуації в країні та міжнародного реагування на конфлікт.

Підтримка ветеранів та їх реінтеграція: підтримка для ветеранів війни та їх інтеграцію в громадське життя після повернення з війни.

Ці рекомендації можуть допомогти владі ефективніше комунікувати з громадськістю та міжнародним співтовариством під час воєнного конфлікту.

Для вдосконалення комунікативних практик української влади під час війни, рекомендую враховувати наступні аспекти:

Прозорість та чесність: важливо надавати точну та об'єктивну інформацію громадянам без перекручень чи приховувань.

Емпатія та співчуття: виявлення розуміння й підтримки постраждалим від війни допомагає зберегти довіру та підтримку влади.

Двосторонній діалог: створення відкритих каналів зв'язку, де громадяни можуть висловлювати свої думки, підтримувати відкритий діалог та реагувати на повідомлення.

Інформаційна кампанія: проведення освітніх заходів та кампаній, які пояснюють ситуацію на передовій, а також роботу влади у цей період.

Використання технологій: залучення сучасних засобів комунікації, таких як чат-боти та онлайн-консультації, для оперативного надання інформації.

Ці практики допоможуть зберегти довіру громадян та підтримку важливих рішень у військовий час.

Можна зробити висновок з дослідження емпіричних аспектів комунікативних практик української влади в умовах війни можна зробити декілька припущень, наприклад як аналіз комунікаційних стратегій: вивчення як українська влада

адаптувала свої комунікації під умови війни, включаючи як зовнішні, так і внутрішні комунікації.

Ефективність комунікацій: оцінка того, наскільки ефективно комунікаційні повідомлення доходили до цільової аудиторії та сприяли залученню громадян та підтримці урядових ініціатив.

Мова та риторика: аналіз особливостей мовного вибору і риторичних засобів, які використовуються українською владою для досягнення комунікативних цілей.

Використання медіа-ресурсів: розгляд стратегій використання традиційних та новітніх медіа (таких як соціальні мережі), а також роль державних і незалежних медіа у формуванні публічної думки.

Особливості взаємодії з іноземними ЗМІ та міжнародною спільнотою: дослідження того, як українська влада будує свій діалог з іноземними партнерами й засобами масової інформації.

Виклики та проблеми: ідентифікація основних проблем, з якими стикається українська влада у своїх комунікаціях під час війни, включаючи боротьбу з дезінформацією та пропагандою.

## ВИСНОВКИ

Загальний висновок щодо комунікативних практик української влади в умовах війни може бути таким:

Українська влада продемонструвала гнучкість та інноваційність у своїх комунікативних практиках під час війни, активно використовуючи різноманітні платформи та канали зв'язку для ведення відкритого та ефективного діалогу як з внутрішньою аудиторією, так і на міжнародній арені. Відповідальна комунікація, здійснена на основі прозорості та правдивості, сприяла формуванню довіри між урядом й громадянами, забезпечуючи широку підтримку урядових ініціатив та зусиль з оборони країни.

Попри виклики, пов'язані з протидією дезінформації та ворожій пропаганді, дослідження показують, що українська влада змогла розробити та впровадити адаптивні комунікаційні стратегії, які були широко визнані на міжнародній арені та зіграли важливу роль у залученні міжнародної підтримки.

У дослідженнях акцентується на важливості сучасних медіа та соціальних платформ у веденні комунікації, що дозволяє оперативно та цілеспрямовано реагувати на ситуацію, що змінюється, миттєво розповсюджуючи інформацію, підвищуючи обізнаність суспільства та заохочуючи до активних дій.

Одним з ключових моментів є підтримка гнучкості стратегій та готовність до неперервної ітерації та вдосконалення підходів, що забезпечує утримання ініціативи у сфері інформаційної війни та комунікації з різними аудиторіями.

Є інші види комунікативних практик, назвемо їх умовно миролюбними. Ми застосовуємо його як антонім до слова «агресивні». На наш погляд, поняття «миролюбні комунікативні практики» можна застосовувати до рекреаційних практик, емпатійних, іншими словами таких, що мають на меті нести позитивну, життєстверджуючу інформацію, інформацію, корисну для перемоги над загарбником, це комунікативні практики, здатні створювати різні психічні ефекти -



від простого відволікання, розважання до переживання на рівні катарсису. Оскільки перевищення порога сприйняття тривожних новин у воєнний час може призвести до падіння духу як у воїнів-захисників, так і в цивільного населення, то можна стверджувати, що під час військових дій «миролюбні комунікативні практики» – ключ до перемоги. Таким «ключем» можуть бути твори мистецтва, усілякі творчі, мистецькі акції. Мистецтво воєнного часу виникає як найбільш безпосереднє зображення війни, яке документує суворі умови та боротьбу під час конфлікту, а також рефлексію на події. Як приклади, можна навести марки, листівки, плакати, карикатури.

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Внутрішні комунікації у воєнний та післявоєнний період: практичні поради для служб управління персоналом. URL: <https://nads.gov.ua/news/vnutrishni-komunikaciyi-u-voynnij-ta-pislyavoynnij-period-praktichni-poradi-dlya-sluzhb-upravlinnya-personalom> (дата звернення: 01.03.2024).
2. Проноза І.І. Засоби масової інформації і комунікації в інформаційній війні як сучасна політична практика. URL: [http://politicus.od.ua/3\\_2020/12.pdf](http://politicus.od.ua/3_2020/12.pdf) (дата звернення: 01.03.2024).
3. Резнік О. Ставлення українців до влади під час повномасштабної війни. URL: <https://dif.org.ua/article/stavlennya-ukraintsiv-do-vladi-pid-chas-rovnomasshtabnoi-viyni> (дата звернення: 01.03.2024).
4. Без «години запитань»: як парламент комунікує з Кабміном під час війни? URL: <https://parlament.org.ua/2023/10/27/bez-godini-zapitan-yak-parlament-komunikuye-z-kabminom-pid-chas-vijni/> (дата звернення: 01.03.2024).
5. Шосте загальнонаціональне опитування: адаптація українців до умов війни (19 березня 2022). URL: [https://ratinggroup.ua/research/ukraine/shestoy\\_obschenacionalnyu\\_opros\\_adaptaciya\\_ukraincev\\_k\\_usloviyam\\_voyny\\_19\\_marta\\_2022.html?fbclid=IwAR3z27I6DizgGR7uF1kYjNWSBUhu87AGmCinKVBs02MjGJzR-0PUzl22lc4](https://ratinggroup.ua/research/ukraine/shestoy_obschenacionalnyu_opros_adaptaciya_ukraincev_k_usloviyam_voyny_19_marta_2022.html?fbclid=IwAR3z27I6DizgGR7uF1kYjNWSBUhu87AGmCinKVBs02MjGJzR-0PUzl22lc4) (дата звернення: 01.03.2024).
6. Карп'як В. Медіа під час війни: Мирослава Гонгадзе про самоцензуру, марафон та відкритість. URL: <https://suspilne.media/culture/487876-media-pid-cas-vijni-mirolava-gongadze-pro-samocenzuru-marafon-ta-vidkritist/> (дата звернення: 01.03.2024).
7. Снопок О. Дивимось, читаємо, слухаємо: як змінилося медіаспоживання українців в умовах повномасштабної війни. URL: <https://www.pravda.com.ua/columns/2022/06/22/7353987/> (дата звернення: 01.03.2024).

8. Зброя проти ворога: як комунікувати в умовах війни. URL: <https://eba.com.ua/zbroya-protu-voroga-yak-komunikuvaty-v-umovah-vijny/> (дата звернення: 01.03.2024).
9. Smyth D. Avoiding Bloodshed? US Journalists and Censorship in Wartime. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1179/0729247312Z.00000000017> (дата звернення: 01.03.2024).
10. URL: <https://prismua.org/en/english-crisis-communication-during-wartime-the-effective-resolution-of-diplomatic-disagreements/> (дата звернення: 01.03.2024).
11. Crisis Communication During Wartime: The Effective Resolution of Diplomatic Disagreements. URL: <https://apcz.umk.pl/HiP/article/view/40573/33514> (дата звернення: 01.03.2024).
12. Karpchuk N. Information and Communication Policy in Wartime: the Case of Ukraine. URL: <https://digitalcommons.law.villanova.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=&httpsredir=1&article=2764&context=vlr> (дата звернення: 01.03.2024).
13. URL: [https://ciaotest.cc.columbia.edu/olj/sa/sa\\_dec00raa01.html](https://ciaotest.cc.columbia.edu/olj/sa/sa_dec00raa01.html) (дата звернення: 01.03.2024).
14. Ajai K. Rai. Media at War: Issues and Limitations. URL: <http://www.baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/download/237/6352/13388-1?inline=1> (дата звернення: 01.03.2024).
15. Жадан І. В. Комунікативні практики як чинник громадянської і національної самоідентифікації: теоретико-методологічні засади дослідження. URL: <https://lib.iitta.gov.ua/708548/1/Zhadan.pdf> (дата звернення: 01.03.2024).
16. Жукова Н. А. Медіа-текст як продукт сучасної культури: досвід «сприйняттяінтерпретація». Нові медіа в сучасному суспільстві: культурологічний вимір: монографія. Київ : Інститут культурології НАМ України. 2017. С. 64–88.
17. Качмар О. В. Фрустраційна теорія агресії. Наукові праці. Філософія. 2016. Том 286. Випуск 274. URL: <http://philosophy.chdu.edu.ua/article/view/107545> (дата звернення: 01.03.2024).

18. Настояща К. В. Комуникативні практики соціальних мереж: фактори та вектори трансформації. URL: <http://soctechjournal.kpu.zp.ua/archive/2018/77/14.pdf> (дата звернення: 01.03.2024).
19. Berkowitz L. Aggression: Its causes, consequences, and control. New York: McGrawHill.1993, 485 p.
20. Craig T. Robert. Communication Theory as a Field. / Communication Theory. Nine: two. May 1999. P. 119-161. URL: [http://www.stes-apes.med.ulg.ac.be/Documents\\_electroniques/MET/MET-COM/ELE%20MET-COM%20A-8191.pdf](http://www.stes-apes.med.ulg.ac.be/Documents_electroniques/MET/MET-COM/ELE%20MET-COM%20A-8191.pdf) (дата звернення: 01.03.2024).
21. Husserl E. Cartesianische meditationen und pariser vorträge. Haag: Martinus Nijhoff, 1950. 244 s.
22. Kernberg Otto F. Aggressivity, Narcissism, and Self-Destructiveness in the Psychotherapeutic Relationship. Yale University Press New Haven and London. 2004. 271 p.
23. Lorenz K. Tak zwane zło. Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy, 1996. 325 s.
24. Діка Ольга. Інформаційна війна. Сучасні тенденції веб-комунікації. URL: <http://webstyletalk.net/node/97> (дата звернення: 01.03.2024).
25. Жарков Я. Інформаційно-психологічна боротьба у воєнній сфері: навч. посіб. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2014. 390 с.
26. Кіслов Д. Інформаційні війни : монографія. Київ : Київ. нац. торг. економ. ун-т, 2013. 300 с.
27. Кондратюк М.О. Інформаційна війната роль мас-медіа в міжнародних конфліктах. *Вісник Харківської державної академії культури*.2013. Вип. 41. С. 108–113.
28. Соціологи розповіли про ставлення українцівдо ЗМІ. Слово і діло. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2017/09/22/novyna/suspilstvo/socziolohy-rozpovily-pro-stavlennya-ukrayincziv-zmi> (дата звернення: 01.03.2024).

**Декларація  
академічної доброчесності  
здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ**

Я, Ключина Марія Олегівна, студентка IV курсу бакалаврату, заочної форми навчання, факультету соціології та управління, спеціальність 054 «Соціологія», адреса електронної пошти klyushina2003@gmail.com:

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Комунікативні практики української влади в умовах війни» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений/на;

- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;

- згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

14.05.2024

М.О. Ключина

Науковий керівник,  
к.соц.н., доцент кафедри соціології

14.05.2024

Т.О. Ратушна