

УДК 342.533

DOI <https://doi.org/10.32782/apfs.v054.2025.39>

О. Ю. Григор'єв

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0006-8561-6868>*аспірант кафедри інформаційної, бібліотечної, архівної справи
та соціально-політичних і гуманітарних дисциплін
Європейського університету*

КРИЗОВІ КОМУНІКАЦІЇ ТА PR-СТРАТЕГІЇ ВЕРХОВНОЇ РАДИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ: ОСНОВНІ ВИКЛИКИ ТА ПРАКТИКИ

Постановка проблеми. Проблематика політичної комунікації вже давно перебуває в центрі уваги політичної науки, однак із розвитком цифрових технологій, трансформацією глобальних і національних викликів вона набуває нових змістових вимірів. У сучасних умовах зростає потреба в детальному аналізі комунікативних процесів, що охоплюють не лише зміст і структуру політичних повідомлень, а й механізми їх передачі, цільову аудиторію, інструменти впливу та ефективність.

Особливої гостроти ці процеси набувають у періоди суспільно-політичної нестабільності, криз чи загроз національній безпеці. Яскравим прикладом цього стала повномасштабна збройна агресія російської федерації проти України, у зв'язку з якою Президент України оголосив воєнний стан в державі. В умовах війни значення політичної комунікації стрімко зросло, адже вона стала інструментом мобілізації суспільства, зміцнення національної єдності, протидії ворожій пропаганді та донесення правди про події в Україні до міжнародної спільноти.

Метою дослідження є аналіз комунікаційної діяльності Верховної Ради України в умовах війни та визначення напрямів удосконалення парламентської інформаційної політики в інтересах національної безпеки держави.

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить про зростаючу увагу наукової спільноти до проблематики, зокрема, це публікації Кириченко Ю., Чоудрі С., Зозулі О. І. та ін. Як вважає дослідник Березенко В. В., що PR-комунікації воєнного періоду, зокрема в діяльності парламенту, становлять важливий об'єкт для дослідження у сфері соціальних комунікацій [1, с. 105].

Виклад основного матеріалу. Кризові комунікації та продумані PR-стратегії стають критично необхідними інструментами для забезпечення відкритості, прозорості та зменшення інформаційного вакууму. Верховна Рада має регулярно і чітко інформувати суспільство про правові наслідки запроваджених обмежень, логіку ухвалених рішень, а також про заходи із забезпечення прав і свобод громадян у межах чинного законодавства.

У дослідженні доцільно врахувати модель державного управлінського спілкування, запропоновану канадським дослідником Дж. Томсоном, яка охоплює три основні компоненти. Перший – семантичний, пов'язаний зі змістом комунікації та тим, як інформація передається і сприймається. Для ефективного публічного управління важливо використовувати чітку й зрозумілу мову, уникати неоднозначностей і термінологічної плутанини, що може ускладнювати сприйняття. Другий – технічний компонент, який стосується інструментів і каналів передачі інформації, зокрема електронних платформ, вебсайтів, соціальних мереж і мобільних застосунків. Третій – інфлуентальний компонент, який визначає ступінь впливу інформації на свідомість громадян. Важливо, щоб органи влади орієнтувалися на принцип адресності, адаптуючи повідомлення до специфіки цільової аудиторії з урахуванням її соціального контексту. Такий підхід сприяє налагодженню продуктивної взаємодії між органами державної влади, їхніми партнерами та громадянами [5, с. 62].

До структури державно-управлінської комунікації входять також її засоби, тобто організації й інституції, які функціонують у межах вертикалі влади та забезпечують обмін інформацією між державою й суспільством. У цьому контексті бельгійський політолог Р.-Ж. Шварценберг виокремлює три основні канали комунікації, що мають стратегічне значення для реалізації державної політики, насамперед, мас-медіа, сюди включено друковані (преса, книги, плакати) та електронні (телебачення, радіо, соцмережі тощо) засоби поширення інформації; організації, зокрема ті, що співпрацюють із політичними партіями, групами інтересів і громадськими структурами; неформальні канали – персональні зв'язки, міжособистісне спілкування, через які також здійснюється передача інформації.

Характер вибору каналів комунікації залежить від типу політичного режиму. Зокрема, в умовах тоталітаризму офіційним джерелам інформації громадяни зазвичай не довіряють, що призводить до активного використання неформальних засобів комунікації. Це можуть бути чутки, анекдоти,

графіті (форми, через які громадяни висловлюють недовіру до влади та її інститутів), а також формують опозиційні настрої [10]. Всі ці теорії мають результативність в період кризових ситуацій. Воєнний стан в державі також містить загрозу демократії, посилюється роль виконавчої влади та можливе обмеження діяльності політичних партій та громадських організацій, діє заборона на масові зібрання тощо.

У сучасних умовах ефективно публічне управління неможливе без чітко продуманої комунікації з громадськістю. Саме тому розробка комунікаційної стратегії є важливою складовою діяльності органів влади, зокрема в умовах воєнного стану. Комунікаційна стратегія являє собою структурований план передачі інформації певній, заздалегідь визначеній цільовій аудиторії. Успішна стратегія базується на трьох ключових складових, зокрема, чіткому визначенні цільової аудиторії, формулюванні основного повідомлення, яке має бути передане, виборі найбільш ефективних каналів комунікації для його доставки. Саме баланс і взаємозв'язок між цими елементами визначають результативність комунікаційних дій і ступінь досягнення поставлених цілей [11].

У контексті кризових комунікацій та PR-стратегії Верховної Ради України в умовах війни діяльність народних депутатів спостерігається на платформі Telegram. Попри походження платформи з російським корінням, саме Telegram став одним із найпопулярніших каналів політичної комунікації в Україні, зокрема для поширення оперативної інформації, формування іміджу депутатів і комунікації з виборцями. Депутати використовують Telegram у двох форматах: ведення особистих каналів і просування через популярні тематичні канали або рекламну мережу. Активність у цій мережі дозволяє не лише поширювати власну позицію, а й формувати міжфракційні чи внутрішньофракційні об'єднання, що впливає на характер парламентських альянсів.

Однак, аналіз даних Руху ЧЕСНО показує, що Telegram також став платформою, де активізувались депутати, які або мають сумнівну репутацію, або були викриті у зв'язках з проросійськими наративами. Це свідчить про потенційні ризики інформаційного впливу і вразливості комунікаційної політики держави до маніпуляцій. Репости повідомлень навіть без підтримки їх змісту можуть сприяти поширенню чужих наративів і додавати охоплення сумнівним джерелам.

Варто відзначити, що найактивніше Telegram використовують представники партії «Слуга народу», хоча ефективність цієї комунікації часто є невисокою. Деякі з них утворюють неформальні групи, які через мережу репостів демонструють внутрішні розмежування фракцій або зв'язки з ексдепутатами ОПЗЖ.

У цілому ситуація вказує на потребу у впровадженні єдиної інформаційної політики та впровадженні чітких комунікаційних стандартів для парламенту в умовах війни. Такі стандарти мають враховувати як потребу в оперативному донесенні інформації до громадян, так і загрози, пов'язані з використанням платформ, які не гарантують прозорості та безпеки даних. Верховна Рада як ключовий законодавчий орган повинна виступати прикладом відповідального інформаційного лідерства, зокрема й у цифровому просторі [6].

Комунікаційна діяльність Верховної Ради України забезпечується завдяки злагодженій роботі низки інституцій та структурних підрозділів Апарату парламенту. Основними координаторами цього напрямку є Пресслужба ВРУ, Інформаційне управління, телеканал «Рада», парламентське видання «Голос України», Освітній центр ВРУ, а також уповноважені з питань комунікації представники секретаріатів парламентських комітетів і пресекретарі керівництва Верховної Ради.

Значна увага приділяється веденню офіційних акаунтів Верховної Ради в соціальних мережах. У 2022 році, за ініціативи Програми USAID «РАДА: наступне покоління», було розроблено Стратегію розвитку соцмереж ВРУ на 2022–2023 роки, яка передбачала посилення команди фахівцями з графічного дизайну та соціального медіа-менеджменту, впровадження системного моніторингу активності в цифрових каналах комунікації, технічну інтеграцію акаунтів Facebook та Instagram у спільний бізнес-кабінет Meta.

Загалом ці кроки свідчать про послідовну модернізацію комунікаційної системи Верховної Ради та її здатність адаптуватися до сучасних вимог інформаційного середовища в умовах війни, забезпечуючи прозорість, відкритість і підзвітність законодавчого органу перед суспільством [8, с. 69].

У контексті кризових комунікацій та PR-стратегії Верховної Ради України в умовах війни Instagram-сторінка парламенту виступає одним із ключових інструментів для оперативного інформування громадськості. У період з вересня 2023 року до січня 2024 року охоплення аудиторії склало 183,5 тисячі користувачів, що на 39,5% менше порівняно з попереднім звітним періодом. Попри такі коливання, в довгостроковій перспективі спостерігається стабільна тенденція до зростання кількості підписників. Станом на січень 2024 року аудиторія сторінки налічувала 52,9 тисячі осіб, що свідчить про поступове зміцнення цифрової присутності Верховної Ради в соціальних мережах як елементу публічної комунікації під час війни [8, с. 74].

PR-стратегія Верховної Ради має включати чіткі ключові меседжі, які є правдиві, логічно узгоджені та емоційно виважені, які відповідають

конкретним запитам суспільства. Їх варто доносити через широкий спектр каналів комунікації. Відповідно до підходу, запропонованого Т. Кумбсом і С. Голладей кризова комунікація Верховної Ради має базуватися на низці ключових принципів. По-перше, це відкритість – швидке і повне інформування громадськості про перебіг кризових подій задля формування довіри. По-друге, необхідне попереднє планування питань, які висвітлюються, із залученням ЗМІ, експертів та активної частини суспільства до аналізу ситуації та формування антикризових сценаріїв. Третім критично важливим компонентом є визначення пріоритетів: роз'яснення причин кризи та можливих її наслідків дає змогу ефективніше реагувати на загрози.

Крім того, правова обґрунтованість усіх офіційних заяв парламенту підвищує легітимність комунікації. Водночас влада повинна гарантувати компетентність спікерів та їхню здатність до чіткого, несуперечливого інформування. Координація інформаційних потоків із медіа та іншими органами влади має запобігати хаосу й дезінформації, а також сприяти збереженню суспільної стабільності в державі в умовах воєнного стану.

Не менш важливим є врахування громадської думки – це передбачає виявлення та залучення до комунікації неформальних лідерів, громадських активістів, які можуть пояснити складні процеси простими словами для ширших верств населення. У цьому ж контексті ефективним є таргетування повідомлень: зміст і форма комунікації мають відповідати соціальним, віковим, гендерним і культурним характеристикам конкретної аудиторії.

Реалізація таких підходів дає змогу Верховній Раді не лише забезпечити ефективне інформування в кризовий період, а й мінімізувати репутаційні ризики, підвищити рівень громадянської обізнаності та довіри, а також сприяти збереженню суспільної єдності. У цьому процесі важлива не лише функція інформування, а й персоніфікований рівень комунікації – коли лідери парламенту або окремі депутати стають символами державної відповідальності та надійності у складний час. ЗМІ та цифрові платформи при цьому відіграють не лише роль ретрансляторів офіційної позиції, а й стають партнерами у пошуку активного суспільного діалогу [2, с. 219].

В умовах воєнного стану Верховна Рада України істотно трансформувала свої підходи до інформаційної відкритості, що стало частиною її кризових комунікацій. З міркувань національної безпеки було запроваджено обмеження на прямі трансляції пленарних засідань парламенту та засідань окремих комітетів, зокрема Комітету з питань медіації. Як зазначають дослідники Ю. Кириченко та С. Чудрі, під час війни більшість рішень приймалися у закритому режимі, а суспільство отримувало

інформацію про результати вже після їх ухвалення. Такий підхід, попри певне зниження рівня прозорості, був виправданий не лише потребою зберегти в таємниці час і місце засідань, щоб уникнути ризики надмірної політизації вразливих рішень. Одночасно з цим варто відзначити, що обмеження онлайн-доступу до засідань дозволили Верховній Раді пришвидшити розгляд і ухвалення законопроектів, що також стало елементом адаптивної PR-стратегії в умовах воєнного стану [7, с. 62]. З точки зору ефективності кризової комунікації, ці обмеження дозволили сформувати більш керований інформаційний простір, у якому не було місця для паніки, маніпуляцій чи витоків чутливої інформації. Прискорене ухвалення рішень та зменшення інформаційного тиску з боку суспільства та медіа сприяло оперативному реагуванню на виклики воєнного часу. Крім того, контрольована комунікація через офіційні джерела сприяла формуванню єдиного інформаційного наративу, що є ключовим у протистоянні дезінформації.

Водночас такий формат PR-стратегії має і зворотній бік. Обмеження відкритості та зменшення рівня інституційної прозорості можуть породжувати недовіру у частини громадськості та критичної аудиторії. У довготривалій перспективі це створює ризики зниження легітимності ухвалених рішень або ж підозри у непрозорості процесів. Тому ефективною можна вважати таку модель комунікації лише за умови її постійного коригування відповідно до змін безпекової ситуації, а також поєднання з подальшим ретельним інформуванням громадськості про зміст і наслідки прийнятих рішень.

Одним із ефективних способів протидії інформаційним загрозам є підвищення рівня медіакультури громадян. У цьому напрямі державні інституції активно реалізують низку ініціатив, спрямованих на формування навичок інформаційної гігієни. Як зазначає І. Залевська, для того щоб ворожа дезінформація не завдала шкоди суспільству, необхідно якомога оперативніше викривати та спростовувати фейки, які потрапляють в український інформаційний простір [3].

У відповідь на безпрецедентні виклики повномасштабної війни, Верховна Рада України продовжує демонструвати здатність функціонувати як стабільний демократичний інститут, зберігаючи свою законодавчу і представницьку роль навіть у надзвичайно складних умовах. Це підкреслив директор відділу демократії та врядування Місії USAID в Україні Марк Еллінгстад під час публічної дискусії, організованої Програмою USAID «РАДА: наступне покоління» 2024 року. Він акцентував, що досвід українського парламенту є унікальним і цінним для інших країн [9].

У контексті кризових комунікацій та PR-стратегії Верховної Ради України в умовах війни надзвичайно важливо враховувати ключові принципи антикризового управління, які довели свою ефективність у практиці міжнародних компаній та органів влади, наприклад, дослідниця М. А. Зубарева надає рекомендації, що мають бути дієвими в умовах воєнного стану для представницької демократії. По-перше, Верховна Рада має усвідомлювати високу зацікавленість медіа у її діяльності, особливо під час війни, коли суспільство очікує швидкої, правдивої та прозорої інформації. Оскільки ЗМІ можуть як сприяти поширенню правдивих меседжів, так і стати джерелом дезінформації, вкрай важливо не покладатися лише на зовнішніх комунікаторів, а активно вибудовувати власні канали інформування.

По-друге, успішна антикризова комунікація починається з чіткого усвідомлення проблеми та формування реалістичної, гнучкої комунікаційної стратегії. Верховна Рада має орієнтуватися не лише на вирішення кризових епізодів, а на глибше розуміння причин суспільного занепокоєння, наприклад, у питаннях мобілізації, забезпечення ЗСУ чи законодавчих змін у сфері прав громадян.

Третій важливий аспект – це ефективне управління інформаційними каналами. У військових умовах будь-яка спотворена інформація або плітки можуть мати серйозні наслідки як для внутрішньої, так і зовнішньої аудиторії. Тому необхідна системна робота зі спростування фейків, прозора подача рішень парламенту та підтримка інформаційної єдності.

Крім того, слід постійно аналізувати ефективність обраної PR-стратегії, зокрема через соціологічні опитування, моніторинг суспільних настроїв, аналіз реакцій у соціальних мережах тощо. Така практика дозволяє оперативно коригувати комунікаційні підходи відповідно до змін у ситуації.

Досвід компанії «Філіпс», яка в умовах кризи 2008–2009 років змогла завдяки відкритості, системному підходу та чіткій комунікаційній політиці уникнути паніки і втрати довіри, демонструє необхідність мати заздалегідь розроблену й постійно актуалізовану стратегію антикризових комунікацій. Для Верховної Ради це означає потребу в постійному функціонуванні PR-підрозділів, здатних не лише реагувати на виклики, а й формувати проактивну інформаційну політику.

Кризова комунікація Верховної Ради в умовах воєнного стану має ґрунтуватися на прозорості, гнучкості, постійному моніторингу інформаційного середовища та готовності до найгірших сценаріїв при збереженні довіри суспільства [4, с. 17–18].

Висновки. У фокусі PR-стратегії парламенту – формування довіри до офіційної інформації, мобі-

лізація суспільства, зменшення ризиків паніки й дезінформації, підвищення репутаційної стійкості інституції. Окремо варто підкреслити важливість диференційованого підходу до цільових аудиторій, врахування думки громадськості та персоніфікації комунікації через публічні ролі парламентарів.

Таким чином, комунікаційна діяльність Верховної Ради України в умовах війни стала не лише інструментом інформування, а й фактором національної стійкості. Вона засвідчила, що навіть у найскладніших обставинах можливо зберігати демократичний зв'язок між владою та громадянами, зміцнюючи єдність, довіру та легітимність політичного процесу.

Література

1. Березенко В. В., Санакоєва Н. Д. та ін. PR-комунікації воєнного часу: мета, моделі, напрями. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*, 2023 р., № 1 (53). С. 104–110.
2. Грабовець І., Черноус, Л. Стратегія кризової комунікації у системі «влада-громадськість» в умовах воєнного стану в Україні: етапи, чинники, характерні риси. *Науково-теоретичний альманах Грані*, 2025. 28(1), 216–222. <https://doi.org/10.15421/172526>
3. Залевська І., Удренас Г. Інформаційна безпека України в умовах російської військової агресії. 2022. URL: <http://surl.li/gncmq>
4. Зубарева М. А. Прикладні антикризові PR-технології: навч. посіб. Острого: Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2014. 162 с.
5. Каретна Милосердна І. Роль та особливості інформаційно-комунікаційних технологій у взаємодії органів державної влади з громадянським суспільством. *Політикус*. 2020. Вип. 5. С. 62–68. URL: <http://surl.li/fokwy>
6. Максимова В. В. Як пов'язані Telegram-канали нардепів і чий найпопулярніший? ЧЕСНО. *Українська правда*. 2023. URL: <https://www.pravda.com.ua/articles/2023/06/9/7406067/>
7. Кириченко Ю., Чоудрі С. Парламент України у воєнний час. *Український часопис конституційного права*. 2022. № 2. С. 59–63.
8. Парламент в умовах війни: приклад України десяти сесій Верховної Ради України IX скликання 5 вересня 2023 року – 5 лютого 2023 року. Дослідження виконане в межах діяльності Програми USAID «РАДА: наступне покоління». <https://www.rada.gov.ua/uploads/documents/74995.pdf>
9. Парламент в умовах війни: приклад України. Емпіричний звіт у період з лютого 2022 року до червня 2023 року. URL: <https://internews.ua/rang/materiale/vru-under-war-conditions>
10. Романенко Є. О. Державно-управлінська комунікація як механізм реалізації державної політики. Електронний журнал «Державне управління: удосконалення та розвиток». 2013. № 2. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=540>
11. Koptelova E. What Is Communication Strategy and 5 Steps to Create. URL: <https://hailo.com/blog/communication-strategy/>

12. Купрій, Т. Г., Коцур, В., Семенець-Орлова, І., Шкляр, Н., Дракохруст, Т., & Березовська-Хміль, О. (2023). Security issues on the European continent in conditions of Russia's aggression against Ukraine. *Revista De Gestão Social E Ambiental*, 2023, (6), 1–12.

Анотація

Григор'єв О. Ю. Кризові комунікації та PR-стратегії Верховної Ради України в умовах воєнного стану: основні виклики та практики. – Стаття.

У статті здійснено аналіз особливостей функціонування кризових комунікацій і PR-стратегій Верховної Ради України в умовах повномасштабної війни. Актуальність дослідження зумовлена необхідністю забезпечення прозорості, оперативної та ефективної комунікаційної взаємодії парламенту з громадськістю під час воєнного стану. Окреслено ключову роль Верховної Ради як політичного інституту, що формує порядок денний публічного управління, а також як джерела легітимної інформації для суспільства у кризових умовах.

На основі аналізу публічної активності парламенту, роботи офіційних комунікаційних каналів та взаємодії з медіа, визначено основні тенденції трансформації PR-політики. Особливу увагу приділено адаптації комунікаційних стратегій до умов війни, використанню цифрових платформ, формуванню наративів, спрямованих на зміцнення суспільної довіри.

Виявлено низку викликів, зокрема, зростання інформаційного навантаження, ризики дезінформації, нерівномірна медіаактивність народних депутатів, недостатня синхронізація між парламентськими структурами. Наголошено на потребі розвитку стратегічної комунікації як інструменту підвищення інституційної ефективності, мобілізації громадянського суспільства та протидії гібридним загрозам.

Метою дослідження є системне осмислення комунікаційної діяльності Верховної Ради України в умовах війни та визначення напрямів удосконалення парламентської інформаційної політики в інтересах національної безпеки. Методологічною основою виступили загальнонаукові методи аналізу, індукції, контент-аналізу та порівняльного підходу.

У висновках підкреслено, що кризові комунікації Верховної Ради повинні розглядатися як складова демократичного управління, спрямована на збереження стабільності, легітимності влади та суспільної консолідації.

Ключові слова: парламентаризм, Верховна Рада України, кризові комунікації, PR-стратегії, страте-

гічна комунікація, воєнний стан, публічна політика, інформування громадськості.

Summary

Grigoriev O. Yu. Crisis communications and PR-strategies of the Verkhovna Rada of Ukraine in the conditions of martial state: main challenges and practices. – Article.

The article analyzes the features of the functioning of crisis communications and PR strategies of the Verkhovna Rada of Ukraine in the conditions of full-scale war. The relevance of the study is due to the need to ensure transparent, operational and effective communication interaction of the parliament with the public during martial law. The key role of the Verkhovna Rada as a political institution that shapes the agenda of public administration, as well as as a source of legitimate information for society in crisis conditions, is outlined.

Based on the analysis of the public activity of the parliament, the work of official communication channels and interaction with the media, the main trends in the transformation of PR policy are identified. Particular attention is paid to the adaptation of communication strategies to war conditions, the use of digital platforms, and the formation of narratives aimed at strengthening public trust.

A number of challenges have been identified, in particular, the growth of information load, risks of disinformation, uneven media activity of people's deputies, and insufficient synchronization between parliamentary structures. The need to develop strategic communication as a tool for increasing institutional efficiency, mobilizing civil society, and countering hybrid threats has been emphasized.

The purpose of the study is to systematically understand the communication activities of the Verkhovna Rada of Ukraine in war conditions and identify areas for improving parliamentary information policy in the interests of national security. The methodological basis was the general scientific methods of analysis, induction, content analysis, and a comparative approach.

The conclusions emphasize that crisis communications of the Verkhovna Rada should be considered as a component of democratic governance, aimed at maintaining stability, legitimacy of power, and social consolidation.

Key words: parliamentarism, Verkhovna Rada of Ukraine, crisis communications, PR strategies, strategic communication, martial law, public policy, public information.

Дата надходження статті: 19.06.2025

Дата прийняття статті: 05.07.2025

Опубліковано: 10.09.2025