

УДК 327.56:355.1:316.7

DOI <https://doi.org/10.32782/apfs.v055.2025.46>**О. І. Свідерська**ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6618-0559>

кандидат політичних наук

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Д. В. НауменкоORCID ID: <https://orcid.org/0009-0004-7458-750X>

викладач

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

А. О. АндросовORCID ID: <https://orcid.org/0009-0003-7258-5597>

старший викладач

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

ПРАКТИКИ СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ У ФОРМУВАННІ ОБРАЗУ ВІЙСЬКОВО-ПОЛІТИЧНОГО КЕРІВНИЦТВА ДЕРЖАВИ В УМОВАХ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

Вступ. Російсько-українська війна є однією з найбільш задокументованих у сучасній історії, проте вона розгортається в умовах безперервної медіатизації, яка трансформує саму природу сприйняття воєнного конфлікту. Гібридний медіапростір, у якому перетинаються журналістика, соціальні мережі, цифрові платформи та неформальні канали комунікації, підпорядковується логіці економіки уваги й рекламної культури. Водночас цифрова асиметрія стає визначальною рисою цього простору: алгоритми платформ можуть знижувати охоплення, перенаправляти інформаційні потоки чи блокувати доступ до контенту, тоді як атаки ботів і скоординовані кампанії дезінформації системно підривають довіру до автентичних джерел.

Унаслідок цього війна, поруч із збройним протистоянням, набуває ознак багатовимірної боротьби за інтерпретацію подій. У такому контексті стратегічні комунікації військово-політичного керівництва набувають особливого значення, оскільки дозволяють не тільки мобілізувати внутрішні ресурси та консолідувати суспільство, але й впливати на міжнародний порядок денний. Формування образів військових лідерів, їхня здатність комунікувати зі своїми підлеглими, громадянами та зовнішніми партнерами стає елементом національної безпеки й інструментом протидії інформаційним операціям.

Метою статті є виявлення особливостей стратегічних комунікацій військово-політичних лідерів України під час російсько-української війни та аналіз їхнього впливу на суспільну довіру, формування колективної ідентичності й міжнародний імідж держави.

Огляд літератури. Теоретичну основу дослідження становлять концепції довіри як соціального капіталу Н. Лумана та Е. Дюркгейма, що дозволяють інтерпретувати стратегічні комунікації як механізм зміцнення суспільних зв'язків у кризових умовах. Також увагу приділено прозорості, достовірності інформації, активній взаємодії з аудиторією та гнучких адаптивних стратегіях, які лежать в основі стратегічних комунікацій, про що йдеться у роботах Фалькхаймер та Гайде; Джоветт та О'Доннелл; Зерфасс А., Верчіч Д., Нотхафт Х. та Вердер К. П. та ін. Окремі дослідження також наголошують на ролі інформаційних стратегій у протистоянні гібридним загрозам, наприклад Свідерська О., Хартлі Дж., Ван Л., Ван Р. та ін.

Виклад основного матеріалу. У сучасній політології поняття стратегічних комунікацій (*Strategic Communication, StratCom*) трактується як цілісна система управління інформаційними потоками, меседжами та символами, що спрямована на досягнення довгострокових політичних і безпекових цілей держави. Поняття стратегічних комунікацій виникло як реакція на потребу держави забезпечити системну узгодженість інформаційних потоків та її інституцій. У закордонній літературі подекуди тривають дискусії щодо того, де проходить межа між пропагандою та стратегічними комунікаціями [22]. Дослідники теорії пропаганди схиляються до думки, що пропаганда є формою маніпулятивного способу комунікації [16], тоді як у стратегічних комунікаціях важливим аспектом залишається передача достовірної інформації, прозорість, активна взаємодія з аудиторією та використання гнучких та адаптивних

комунікаційних стратегій [13; 20]. Отже, це дає змогу стверджувати, що у порівнянні із класичним піаром чи інформаційною кампанією, стратегічні комунікації мають довгостроковий характер і спрямовані не лише на поширення повідомлень, але й на конструювання стійких наративів, які формують ідентичність та спільну мету.

Стратегічні комунікації створюють «стратегічні історії», які не лише пояснюють політичні дії, а й надають їм сенсу, створюючи у суспільстві відчуття цілеспрямованості та колективної місії [15]. У воєнних умовах стратегічні комунікації виходять за межі класичних політичних меседжів і набувають характеру мобілізаційного ресурсу, який поєднує медіа, символіку та емоційні наративи. Як приклад, можна згадати кампанію «*Be Brave Like Ukraine*», яка стала наочним прикладом того, як завдяки символічним повідомленням та емоційним метафорам комунікація може виходити за межі інформування й починає виконувати роль культурного коду [19]. Це дає підставу вважати, що стратегічні комунікації – це форма культурної політики, яка впливає на уявлення про ідентичність, а не лише комунікаційна технологія.

Західні дослідники акцентують, що сутність стратегічних комунікацій полягає у системній інтеграції дипломатії, медіа, військових повідомлень і громадської дипломатії з метою забезпечення узгодженості повідомлень та формування сприятливого інформаційного середовища. На їхнє переконання, часто візуальна та цифрова складова є важливішою ніж зміст офіційних промов лідерів. З огляду на це, стратегічні комунікації можна окреслити як багатовимірний інструмент управління довірою, легітимністю та підтримкою, що набуває особливо значущого значення в умовах суспільно-політичних криз та воєнних загроз [14; 21].

Досвід Головного управління розвідки України у сфері стратегічних комунікацій переконливо демонструє, що інформаційна складова війни є невід'ємною частиною сучасних військових операцій. Так, за словами К. Буданова, StratCom перестає бути допоміжним елементом та перетворюється на обов'язкову складову системи державної безпеки, ключовим завданням якої є не лише оперативна протидія дезінформації, а й формування наративів, здатних інтерпретувати минуле, пояснювати теперішнє й задавати рамки майбутнього. Стратегічні комунікації виконують роль комплексної технології впливу на сприйняття війни як всередині країни, так і на міжнародній арені. Керівник ГУР наголошує, що створення напрямку стратегічних комунікацій дає змогу не лише відкрито спілкуватися із громадянами, але й перешкоджати РФ формувати єдиний наратив

війни. На початку 2025 року ГУР випустив короткий документальний фільм «Війна за розум», загальний меседж якого формує стійке переконання у ефективності використання стратегічних комунікацій. Йдеться у тому числі і про міжсекторальний характер, що включає залучення медіа, волонтерських спільнот, експертного середовища та громадянського суспільства до протидії інформаційним атакам РФ. У цьому контексті особливе значення надається проактивній моделі комунікації, спрямованій на побудову позитивного іміджу України та мобілізацію підтримки союзників [1].

Стратегічні комунікації є невіддільними від феномену політичного лідерства, адже саме через комунікативні практики відбувається формування публічного образу керівника, його легітимності та суспільної підтримки. Для військового керівництва це мега-важливо, оскільки сучасні військові стратегічні комунікації формують нові соціокультурні «імпринти», завдяки яким Збройні Сили України сприймаються не лише як професійна армія, а як втілення мужності, самопожертви та національної гідності, стаючи ключовим елементом мобілізаційного та ідентичнісного наративу держави [7]. Ефективність лідера в сучасній політиці прямо корелює з його здатністю створювати переконливий наратив і підтримувати сталі комунікаційні канали зі спільнотою [17]. Ключовим поняттям у цій взаємодії є саме довіра, яка у соціально-філософському вимірі трактується як соціальний конструкт, що виникає у процесі взаємодії та відображає очікування стабільності й передбачуваності. Свого часу, Н. Луман розглядав довіру як механізм зниження соціальної складності та невизначеності, що дозволяє індивідам і колективам діяти впевнено [18]. П. Бурдьє підкреслював значення символічного капіталу та легітимності, які безпосередньо формуються через довіру до лідера [11]. Еміль Дюркгейм також наголошував, що довіра є основою соціальної інтеграції та політичної легітимності влади [12]. У цьому контексті стратегічні комунікації виступають своєрідним механізмом інституціоналізації довіри. Вони надають політичним діям прозорості, створюють відчуття автентичності та формують спільні цінності між лідером і суспільством. Приклад воєнно-політичного лідерства в Україні демонструє, що довіра до керівництва стає не лише емоційним феноменом, а й ресурсом колективної мобілізації, коли образ лідера уособлює стійкість та здатність суспільства протистояти загрозам [20; 21]. У цьому контексті ми спробували виокремити кілька вдалих прикладів використання стратегічних комунікацій у формуванні образу військово-політичного керівництва України протягом останніх кількох років

з урахуванням образу В. Зеленського, В. Залужного, К. Буданова та О. Сирського.

Згідно результатів аналізу цифрової присутності президента України Володимира Зеленського у соціальних мережах, ключовим інструментом його стратегічних комунікацій є наративні фрейми. Вони допомагають структурувати зміст повідомлень президента у соціальній мережі X (Twitter). За спостереженням дослідників, Ван Л., Ван Р., найбільш поширеним є фрейми дипломатії та міжнародної підтримки (60,6%), завдання яких – демонструвати зовнішньополітичну суб'єктність України та мобілізувати союзників. Значну частку займає також фрейм лідерства (28,5%), тоді як конфліктно-опозиційний фрейм використовується відносно рідко (10,9%). Візуальні стратегії займають другорядне місце, однак вони виконують чітку функцію формування позитивного іміджу президента (41,8%). Вони підсилюють образ Зеленського як «лідера, що залишається поруч з людьми», формуючи відчуття близькості та автентичності.

Дослідники зауважили, що громадськість у більшій мірі виражає позитивні реакції у відповідь на твіти, пов'язані з дипломатією та лідерством, у порівнянні із твітами про конфлікт та протистояння, що підкреслює важливість позитивного лідерського наративу як чинника легітимності та мобілізаційного ресурсу. Додатковий аналіз мережових структур порядку денного, який був здійснений авторами, показує, що у фреймі лідерства центральними атрибутами виступають «Україна», «люди», «підтримка» та «світ», які формують основу комунікаційної стратегії. У дипломатичному вимірі домінує атрибут «підтримка», а також такі елементи, як «розмова», «дзвінок», «подяка», що відображає проактивну тактику міжнародної співпраці. Натомість у межах конфліктно-опозиційного фрейму на перший план виходять атрибути «боротьба», «зупинка», «життя» та «злочини росії», які конструюють наратив опору та моральної справедливості [21].

Загалом, можна зробити висновок, що цифрові комунікації Зеленського поєднують текстові та візуальні стратегії, створюючи гібридний образ політичного та воєнного лідера. Вони демонструють, що стратегічні комунікації у війні виконують не лише інформаційну чи мобілізаційну функцію, а й виступають механізмом підтримки довіри, формування міжнародної легітимності та емоційної консолідації суспільства.

Формування публічного образу Кирила Буданова значною мірою базується на застосуванні стратегічних комунікацій, що поєднують воєнну експертизу з ціннісними наративами державності. У своїх публічних виступах він підкреслює суб'єк-

тність України як держави, яка має власний національний інтерес і стратегію: *«Ми – держава, яка себе поважає. І ми теж маємо свою національну стратегію, свій національний інтерес...»* [2]. Цей меседж апелює не лише до внутрішньої аудиторії, а й до міжнародних партнерів, закріплюючи за К. Будановим імідж лідера, що артикулює гідність і автономність країни. З іншого боку, у своїх інтерв'ю К. Буданов активно формує персональний імідж, поєднуючи професіоналізм із рисами *«self-made leader»*. Він прямо говорить про те, як усвідомлено формує свій характер і сприйняття: *«...я пам'ятаю, колись ще в дитинстві читав книжку ... думаю, я в принципі йшов цим шляхом»* [3]. Така саморефлексія надає йому людського виміру, а публічна артикуляція власних цінностей сприяє зростанню довіри з боку суспільства. Окремо слід підкреслити його акцент на визнанні його фаховості супротивником: *«Визнання від супротивника – найбільша нагорода для будь-якої людини у нашій сфері»* [3]. Цей риторичний прийом перетворює зовнішні загрози на символ сили, що працює як для внутрішньої мобілізації, так і для підкреслення авторитету на міжнародному рівні. Загалом можна стверджувати, що публічна діяльність К. Буданова відображає багатовимірну стратегію поєднання особистого іміджмейкінгу, проактивної інформаційної роботи та інституційного закріплення стратегічних комунікацій у військово-політичному керівництві [10].

Стратегічні комунікації Валерія Залужного як Головнокомандувача Збройних Сил України стали одним із ключових чинників формування позитивного образу українського військового лідера у період повномасштабної війни. Так, у лютому 2023 року під його керівництвом була затверджена комунікаційна стратегія ЗСУ. Зокрема, було стандартизовано кольорову гаму, шрифти, логотипи та макети, що дозволило вибудувати єдиний візуальний стиль армії, як крутого бренду міжнародного значення та забезпечити впізнаваність її інформаційного образу [8]. Такий крок посилив інституційну ідентичність ЗСУ та зробив їхні публічні комунікації більш структурованими.

Значну роль у стратегічних комунікаціях В. Залужного відігравала свідомо мінімізація власних публічних виступів. Як підкреслювала його радниця Людмила Долгоновська, обмеження присутності в медіа дозволяло зберігати фокус на оперативних питаннях і уникати політизації військового командування [5; 9]. Водночас В. Залужний активно протидіяв дезінформації, зокрема неодноразово наголошував, що його офіційні акаунти існують лише у Facebook та X (Twitter), а всі інші є фейковими. Це стало частиною ширшої інформаційної кампанії з протидії маніпуляціям у гібридному медіапросторі.

Важливим інструментом стратегічних комунікацій стала й публікація у жовтні 2024 року книги «Моя війна», де В. Залужний представив власний життєвий шлях від дитинства до керівництва ЗСУ. Біографічний наратив дозволив сформувати більш людський і водночас професійний образ військового лідера, що значно підсилює рівень суспільної довіри [6]. Додаткове значення у цьому контексті також має книга Людмили Долгонової «Залізний генерал. Уроки людяності», яка містить унікальні свідчення про практики комунікації В. Залужного з підлеглими, його управлінський стиль та здатність підвищувати моральний дух війська [5].

Сьогодні, вже у статусі Надзвичайного і Повноважного Посла України у Великій Британії, Валерій Залужний продовжує практику стратегічних комунікацій, адаптуючи свій образ до дипломатичного середовища. Його публічні меседжі спрямовані на зміцнення партнерських відносин та формування позитивного міжнародного іміджу України, що є логічним продовженням комунікаційних практик, відпрацьованих під час перебування на посаді Головнокомандувача.

Головнокомандувач ЗСУ Олександр Сирський активно використовує стратегію особистої присутності на передовій як засіб стратегічних комунікацій. Наприклад, він регулярно здійснює робочі поїздки на найгарячіші напрямки збройного протистояння, про що зокрема доповідає на офіційній сторінці «Головнокомандувач ЗС України / CinC AF of Ukraine». Також на сторінці постійно висвітлюються звіти про робочі наради, міжнародні переговори та зустрічі із представниками оборонних союзів, зокрема з представниками країн НАТО. Загалом такий підхід допомагає використовувати стратегічні комунікації для закріплення образу лідера, здатного представляти інтереси ЗСУ не лише на фронті, а й у дипломатичній площині. Це дозволяє продемонструвати міжнародну легітимність, показати, що ЗСУ мають підтримку ззовні, і що командувач активно залучений у стратегічне партнерство. Таким чином можемо говорити про дві важливі функції стратегічного: по-перше, він створює образ О. Сирського як повноправного учасника міжнародної оборонної політики, здатного вести переговори й формувати союзницьку підтримку; по-друге, він слугує внутрішній аудиторії, зокрема солдатам, їхнім родинам та громадянам своєрідним сигналом, що керівництво не лише реагує на виклики фронту, але й працює над залученням ресурсів для подальшої боротьби [4]. Висвітлення таких подій підсилює довіру, оскільки дає змогу бачити реальні дії, а не тільки декларативну риторіку.

Отже, узагальнюючи практики стратегічних комунікацій ключових фігур українського вій-

ськово-політичного керівництва, можна виділити кілька показових підходів. Так, Президент України Володимир Зеленський активно конструює текстові та візуальні наративи війни, акцентуючи дипломатію, міжнародну підтримку та лідерство, що формує позитивний емоційний фон і підвищує довіру громадськості [14]. Голова ГУР Кирило Буданов застосовує комбіновану стратегію: публічні заяви, участь у міжнародних форумах та медійна присутність через соціальні мережі, що підкреслює компетентність і стратегічну прозорість розвідки. Валерій Залужний свого часу обирав стандартизовану та централізовану комунікацію, уникав непотрібної медіа-політизації, активно борючись з дезінформацією та формувач образ лідера через публічні меседжі, підкреслюючи професіоналізм і моральну цілісність армії. Сьогодні він активно продовжує працювати над позитивним військово-політичним іміджем України у якості дипломата. Головнокомандувач ЗС України, Олександр Сирський відрізняється прямим контактом із передовими підрозділами, прозорими звітами, активним висвітленням нарад та міжнародних зустрічей у медіа, що створює ефект «присутності на фронті» і сприяє емоційній довірі серед військових та громадськості. Разом ці практики демонструють різноманітні стратегії формування образу лідера та мобілізаційного наративу, які комбінують прозорість, оперативність, символіку та емоційні наративи у воєнному та гібридному медіапросторі.

Висновки: проведене дослідження засвідчило, що стратегічні комунікації є невід'ємною складовою військово-політичного лідерства України в умовах російсько-української війни. Виявлено, що різні стилі комунікації В. Залужного, К. Буданова та О. Сирського відображають багатовимірність сучасного воєнного керівництва, яке поєднує інституційність, психологічний вплив і персоналізований контакт. Доведено, що такі підходи формують довіру, підвищують стійкість суспільства та сприяють збереженню міжнародної підтримки України. Отже, стратегічні комунікації є критичним ресурсом, без якого неможливе ефективне забезпечення національної безпеки та управління війною в умовах інформаційної турбулентності.

Література

1. Головне управління розвідки Міністерства оборони України. Війна за розум URL: <https://surl.li/jonlwx> (дата звернення: 27.08.2025).
2. Головне управління розвідки Міністерства оборони України. *Ми – держава, яка себе поважає*: інтерв'ю Кирила Буданова. 2024. URL: <https://surl.li/wadrbh> (дата звернення: 27.08.2025).
3. Головне управління розвідки Міністерства оборони України. *Навіть не пам'ятаю, який я був у довоєнному житті* : інтерв'ю з Кирилом Будановим.

2023. URL: <https://surl.lu/kgwrja> (дата звернення: 27.08.2025).

4. Головнокомандувач ЗС України / CinC AF of Ukraine. Офіційна сторінка у Фейсбук URL: <https://surl.lt/gembjs> (дата звернення: 27.08.2025).

5. Долгоновська Л. Залізний генерал. Уроки людяності. Харків: Vivat. 2024. 208 с.

6. Залужний В. Моя війна. Івано-Франківськ: Вавилонська бібліотека. 2024. 248 с.

7. Свідерська О. І. Роль культурних кодів у конструюванні політичної дійсності в контексті інформаційно-когнітивної війни. *Вісник Львівського університету. Серія філософсько-політологічні студії*. 2022. Вип. 43. С. 306–313.

8. Уніфікований візуал ЗСУ: Залужний затвердив комунікаційну стратегію URL: <https://surl.li/aqrldgu> (дата звернення: 27.08.2025).

9. Хотів «уникати напруги у взаєминах із президентом»: Авторка книги про Залужного пояснила, чому колишній Головком два роки не спілкувався з журналістами. Детектор медіа. URL: <https://surl.li/bihair> (дата звернення: 27.08.2025).

10. Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки. Буданов: Головне управління розвідки підписало меморандум з Центром стратегічних комунікацій. 2022. URL: <https://surl.lu/clvsag> (дата звернення: 27.08.2025).

11. Bourdieu, P. *Symbolic Capital*. In *The Forms of Capital*, 2005. URL: <https://surl.lu/zfxjhd>

12. Durkheim, É. *The Notion of Trust in Social Theory. Policy and Society*, 1992. № 5(1). P. 6–22.

13. Falkheimer J., Heide M. Strategic Communication: An Introduction to Theory and Global Practice. London: Routledge. 2022.

14. Farkas, X., Bene, M. Images, Politicians, and Social Media: Patterns and Effects of Politicians' Image-Based Political Communication Strategies on Social Media. *The International Journal of Press/Politics*, 26(1), 2021. P. 119–142. <https://doi.org/10.1177/1940161220959553>

15. Hartley J. Strategic stories: weaponized or worldmaking? *Global Media and China*, 8(1), 2023. P. 72–92. DOI: <https://doi.org/10.1177/20594364231153200>

16. Jowett G., O'Donnell V. *Propaganda & Persuasion*. Los Angeles and London: 2015.

17. Liu E., Chambers C., Moore C. Fifty years of research on leader communication: What we know and where we are going. *The Leadership Quarterly*. Volume 34, Issue 6, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2023.101734>

18. Luhmann N. Trust as a Social Reality. *Social Forces*, 1985. № 63(4), P. 967–985.

19. Nilsson P.-E., Ekman I. Be Brave Like Ukraine: Strategic Communication and the Mediatization of War. *National Security and the Future* 25, no. 1 (2024): 21–64. <https://doi.org/10.37458/nstf.25.1.2>

20. Tong Hai Lim, Si Cheng Yang, Kian Teck Ng, Sarah Quek, Augustine Pang; Seizing the narrative in a global information war: examining president Volodymyr Zelenskyy's media communication strategy. *Journal of Communication Management* 2025. <https://doi.org/10.1108/JCOM-09-2024-0182>

21. Wang L., Wang R. Cyber warfare: a study of Zelenskyy's social media political performance strategies and effects. *Frontiers in Psychology. Sec. Media Psychology*. Volume 15, 2024. DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1478639>

22. Zerfass A., Verčič D., Nothhaft H., and Werder. K. P. Strategic Communication: Defining the Field and Its Contribution to Research and Practice. *International Journal of Strategic Communication*, 2018 № 12(4). P. 487–505.

Анотація

Свідерська О. І., Науменко Д. В., Андросов А. О. Практики стратегічних комунікацій у формуванні образу військово-політичного керівництва держави в умовах російсько-української війни. – Стаття.

У статті досліджено роль стратегічних комунікацій у формуванні образів військово-політичних лідерів України під час російсько-української війни. Виявлено, що інформаційна політика та публічні дії керівників сектору безпеки й оборони не лише відображають перебіг бойових дій, але й виконують функцію підтримки суспільної довіри та консолідації нації. Доведено, що образ Валерія Залужного вибудовується через акцент на партнерстві з військовими, відкритості до міжнародної співпраці та символічному уособленні армії як захисної сили держави. Кирило Буданов застосовує стратегію контрольованої загадковості, підсиленої медійними символами та персоналізованими прогнозами, що підвищує довіру та впевненість у перспективах перемоги.

Окрему увагу також приділено аналізу стилю стратегічних комунікацій Олександра Сирського. Виявлено, що його комунікаційна модель базується на безпосередньому контакті з військовими на передовій, прозорості управлінських рішень та публічному висвітленні міжнародних зустрічей. Доведено, що на відміну від В. Залужного, О. Сирський робить акцент на особистій присутності й демонстрації оперативного контролю, що формує образ «польового командира» та сприяє емоційному підкріпленню довіри з боку солдат і цивільного населення.

Доведено, що сукупність цих підходів утворює багаторівневу систему стратегічних комунікацій, яка підвищує стійкість українського суспільства та зберігає міжнародну підтримку України. Окрему надважливу роль виконують також офіційні твіти президента – В. Зеленського, зокрема використання ним фрейму дипломатії та міжнародної підтримки, фрейму лідерства та конфліктно-опозиційного фрейму. Таким чином, у статті акцентовано на стратегічних комунікаціях як ключовому інструменті військово-політичного лідерства, що поєднує управлінську, психологічну та інформаційну функції. Це дозволяє інтерпретувати війну не лише як військове протистояння, а як інформаційно-комунікаційний процес, у якому вибудовується довіра, національна ідентичність та міжнародна суб'єктність України.

Ключові слова: стратегічні комунікації, військово-політичне лідерство, довіра, інформаційна війна, гібридна війна, російсько-українська війна, фрейми.

Summary

Sviderska O. I., Naumenko D. V., Androsov A. O.
Practices of strategic communication in shaping the image of military-political leadership of the state in the context of the Russian-Ukrainian war. – Article.

This article examines the role of strategic communication in shaping the images of Ukraine's military-political leaders during the Russian-Ukrainian war. It has been revealed that the information policies and public actions of security and defense leaders not only reflect the course of military operations but also serve to maintain public trust and consolidate the nation. It is demonstrated that the image of Valerii Zaluzhnyi is constructed through emphasis on partnership with the armed forces, openness to international cooperation, and symbolic embodiment of the army as the state's protective force. Kyrylo Budanov employs a strategy of controlled ambiguity, reinforced by media symbols and personalized forecasts, which enhances trust and confidence in the prospects of victory.

Particular attention is given to analyzing the strategic communication style of Oleksandr Syrskyi. It has been revealed that his communication model relies on direct engagement with troops on the front line, transparency in

managerial decisions, and public coverage of international meetings. Unlike Zaluzhnyi, Syrskyi emphasizes personal presence and demonstration of operational control, forming the image of a "field commander" and fostering emotional trust among soldiers and the civilian population.

It is demonstrated that the combination of these approaches creates a multi-level system of strategic communications that strengthens the resilience of Ukrainian society and preserves international support for Ukraine. An especially important role is also played by the official tweets of President Volodymyr Zelenskyy, particularly through the use of diplomacy and international support frames, leadership frames, and conflict-opposition frames. Thus, the article highlights strategic communication as a key instrument of military-political leadership, integrating managerial, psychological, and informational functions. This allows the war to be interpreted not only as a military confrontation but also as an information-communication process in which trust, national identity, and Ukraine's international agency are constructed.

Key words: strategic communication, military-political leadership, trust, information war, hybrid war, Russian-Ukrainian war, frames.

Дата надходження статті: 12.08.2025

Дата прийняття статті: 29.08.2025

Опубліковано: 30.09.2025