

Міністерство освіти і науки України
Національний університет «Острозька академія»
Навчально-науковий інститут міжнародних відносин та національної безпеки
Кафедра національної безпеки та політології

Кваліфікаційна робота
на здобуття освітнього ступеня магістра на тему:
«Аналіз політичного дискурсу Президента України під час російсько-української війни»

Виконала студентка II курсу, групи МПл-2,
спеціальності 052 Політологія
Паляднік Вікторія Русланівна

Керівник – кандидат наук з державного
управління, доцент
Лебедюк Віталій Миколайович

Рецензент – доктор філософських наук,
професор
Шевчук Дмитро Михайлович

Острог, 2025

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ АНАЛІЗУ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ	8
1.1. Поняття політичного дискурсу та його функції в умовах війни	8
1.2. Теорія критичного дискурс-аналізу (Н. Фейрклоу, Т. ван Дейк).....	11
1.3. Емоційна комунікація та маркетинг вражень у політичному лідерстві	17
1.4. Соціальні мережі як інструмент політичної комунікації у кризових ситуаціях	20
1.5. Telegram як комунікаційна платформа в Україні під час війни.....	21
РОЗДІЛ 2. КОМУНІКАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ ПРЕЗИДЕНТА УКРАЇНИ ТА ПУБЛІЧНИЙ ДИСКУРС У ПЕРІОД ВІЙНИ	25
2.1. Комунікаційна стратегія Президента України після 24 лютого 2022 року - порівняння до і після повномасштабного вторгнення	25
2.2. Telegram-канал «Zelenskiy / Official» як інструмент публічної політики	27
2.3. Змістові характеристики повідомлень В.Зеленського.....	29
РОЗДІЛ 3. ЕМПІРИЧНИЙ АНАЛІЗ TELEGRAM-ДИСКУРСУ В. ЗЕЛЕНСЬКОГО	34
3.1. Опис корпусу даних та процедура їх збору	34
3.2. Критичний дискурс-аналіз вибірки звернень.....	36
3.3. Тематична класифікація звернень на основі лексиконного підходу	40
3.4. Інтерпретація результатів: риторичні стратегії, емоційні режими та політичні меседжі.....	50
3.5. Семантичний аналіз публічної риторики	55
ВИСНОВКИ.....	70
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ	73

ВСТУП

Постановка проблеми

24 лютого 2022 року розпочалася повномасштабна російсько-українська війна, яка супроводжується безпрецедентними викликами для українського суспільства та державної комунікації. В умовах воєнного стану ефективна публічна комунікація керівництва держави стала критично важливою для консолідації громадян, підтримки морального духу та мобілізації міжнародної підтримки.

Одним з головних каналів комунікації Президента України В. Зеленського у цей період став його офіційний Telegram-канал. Месенджер Telegram загалом набув надзвичайної популярності як джерело новин під час війни: у 2023 році понад 44% українців використовували саме Telegram-канали для отримання новин¹.

Офіційний канал В. Зеленського, створений ще 2019 року, за час війни залучив понад мільйон підписників по всьому світі², перетворившись на глобальну платформу для донесення позиції України. Через це політичний дискурс В. Зеленського варто розглядати в контексті інформаційного протистояння з російською пропагандою та консолідації українського суспільства та міжнародної спільноти. В. Зеленський за допомогою Telegram постійно звертається до громадян з метою підбадьорення та віри у перемогу України в цій війні. Окрім цього Президент звертається до міжнародної спільноти для консолідації її проти дій Російської Федерації та стимулювання допомоги для України у будь-яких її проявах.³

¹ Результати Всеукраїнського опитування для консультативної місії Європейського Союзу в Україні. 2023. URL: https://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1307&page=1&fbclid=IwAR3QKVvs3SthNnBLDZTKJO8Hyw_wGTImhLfpAXsyKQl28PWfXhZlsZbVbX0

² Alexandra-Lavinia ISTRATIE-MACAROV. Analysis of Volodymyr Zelenskyy's Telegram Posts by Means of Text Mining. *Analele Universității „Ovidius” Constanța. Seria Filologie*. 2023. URL: <https://litere.univ-ovidius.ro/Anale/2023-volumul-1/I.%20Linguistics%20and%20translation%20studies/3.pdf>

³ Араар Бава. Telegram as a Battlefield: Kremlin-Related Communications During the Russia-Ukraine Conflict. 2025. URL: [Telegram as a Battlefield: Kremlin-Related Communications During the Russia-Ukraine Conflict | Request PDF](#)

Оскільки Telegram став одним із ключових каналів прямої комунікації Президента під час війни постає питання яким є зміст та основні наративи публічних повідомлень В. Зеленського в Telegram під час війни?

Огляд літератури

Проблематика лідерської комунікації у воєнний час та аналіз контенту Telegram-каналів привернула увагу дослідників упродовж останніх кількох років.

Низка робіт висвітлює зростання ролі месенджера Telegram в українському медіапросторі під час воєнного стану. Так, О. Семенець⁴ відзначає, що проукраїнські Telegram-канали виявляють особливий стиль спілкування: вони використовують спільний з аудиторією «воєнний» досвід, емоційний зв'язок із читачами та прагнуть підтримувати згуртованість суспільства. Telegram став не просто джерелом новин, а й простором патріотичної мобілізації. Але тут варто зауважити, що Telegram також використовується як майданчик для просування російської пропаганди. М. Бутиріна і Л. Темченко⁵ у своїй роботі звернули увагу, що існує проблема окупацію Телеграм-простору Росією з метою системного деструктивного впливу на українське суспільство.

Безпосередньо комунікація Президента В. Зеленського в перші місяці війни стала предметом окремих досліджень. Зокрема, А. Istratie-Macarov⁶ застосувала методи текстового значення до англомовних дописів В. Зеленського у Telegram (лютий-вересень 2022 р.) і виявила сім ключових тематичних кластерів його повідомлень. Серед них - *заклики зупинити*

⁴ Семенець О. О. Дискурсивні практики проукраїнських телеграм-каналів періоду Великої війни (2022–2023 рр.) // Вчені записки ТНУ ім. В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. – 2023. – Т. 34 (73), № 5. – С. 208–215. URL: https://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2023/5_2023/35.pdf

⁵ Butyrina, M., & Temchenko L. . Телеграм як середовище просування російських дезінформаційних наративів: канали, методи, фрейми. Communications and Communicative Technologies. 2023. URL: <https://cct.dp.ua/index.php/journal/article/view/227>

⁶ Alexandra-Lavinia ISTRATIE-MACAROV. Analysis of Volodymyr Zelenskyy's Telegram Posts by Means of Text Mining. Analele Universității „Ovidius” Constanța. Seria Filologie. 2023. URL: <https://litere.univ-ovidius.ro/Anale/2023-volumul-1/I.%20Linguistics%20and%20translation%20studies/3.pdf>

війну та застереження щодо ядерної загрози (наприклад, згадки про Запорізьку АЕС), заклики до боротьби та оборони (єдність України у спротиві), заклики по допомогу (як «м'яку» - гуманітарну, політичну, так і «жорстку» - військову), визнання підтримки союзників, представлення перемог (успіхи ЗСУ, визволення територій), а також опис жахів війни (воєнні злочини РФ, терор мирного населення). Усі ці теми, як зазначається в дослідженні, об'єднані спільною метою - пробуджувати сильні емоції на підтримку української справи та проти агресора.

Дослідники інформаційної війни наголошують на унікальності комунікаційної стратегії українського керівництва. Р. Ghasiya та К. Sasahara⁷ у своїй роботі порівняли офіційні Telegram-канали України та Росії під час війни і дійшли висновку, що канал @V_Zelenskiy_official виконує радше мобілізаційну та мотиваційну функцію - через нього президент звертається до українців із підбадьоренням і водночас до світової спільноти по допомогу. Натомість російські державні канали (наприклад, @rt_russian) переважно тиражують пропагандистські повідомлення.

Таким чином, науковий дискурс навколо теми свідчить про кілька важливих моментів. По-перше, комунікація В. Зеленського вписується у ширший тренд використання соціальних медіа для згуртування суспільства в умовах кризи. По-друге, існуючі дослідження підтверджують, що його повідомлення вирізняються позитивною, об'єднавчою тональністю.

Дизайн дослідження

Метою роботи є аналіз публічного дискурсу Президента України В. Зеленського щодо виявлення основних тематичних напрямів та динаміки змін цього дискурсу на різних етапах війни у його офіційному Telegram-каналі протягом 2021 - 2025 років.

⁷ Ghasiya, P., Sasahara, K. Messaging strategies of Ukraine and Russia on Telegram during the 2022 Russian invasion of Ukraine. URL: <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/12873>

Предметом дослідження є публічні повідомлення В. Зеленського у його офіційному Telegram-каналі.

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати такі **завдання**:

1. Проаналізувати теоретико-методологічні засади дослідження політичного дискурсу та особливості його функціонування в умовах війни.
2. Дослідити комунікаційну стратегію Президента України В. Зеленського та специфіку використання Telegram як інструменту публічної політичної комунікації під час війни.
3. Зібрати корпус емпіричних даних - всі повідомлення з офіційного Telegram-каналу «Zelenskiy / Official» (@V_Zelenskiy_official») з 2021 рік по 31.10.2025 включно. Необхідно експортувати текстову складову цих дописів у зручний для аналізу формат..
4. Здійснити очищення та попередню обробку тексту (видалення зайвих символів, розбивка на речення). Провести критичний дискурс-аналіз вибірки повідомлень з метою виявлення ключових наративів.
5. Провести темативний аналіз текстів з використанням методів topic modeling. За допомогою пакету topicmodels виявити основні латентні теми у повідомлень В. Зеленського. Для кожної виявленої теми будуть визначені найбільш характерні ключові слова.

Дані та методи дослідження

Основним джерелом даних слугуватимуть первинні тексти - усі дописи з офіційного Telegram-каналу Президента України «Zelenskiy / Official» за визначений період. Цей канал є верифікованим і містить як текстові повідомлення, так і відеозвернення (останнім зазвичай супроводжує текстовий опис або транскрипт ключових тез).

Робота спиратиметься на метод автоматичного аналізу текстів topic modeling для автоматичного виявлення тематичних структур та метод критичного дискурсу. Обчислення виконуватимуться в середовищі R з використанням сучасних бібліотек текстового аналізу, адаптованих для

української мови та існуючих бібліотек для перекладених повідомлень англійською.

Визначення змінних і формулювання тез

Концептуалізація та операціоналізація понять: У межах дослідження ключовими змінними виступають тематична спрямованість повідомлень.

Під тематичною спрямованістю мається на увазі основна тема або набір тем, про які йдеться в конкретному дописі. Під темою розуміємо змістовну категорію, що узагальнює, про що саме говорить президент (наприклад, військова ситуація на фронті, звернення по міжнародну допомогу, внутрішня мобілізація, вшанування героїв, викриття злочинів ворога тощо). На основі тематичного моделювання буде визначено декілька домінантних тем; кожному повідомленню можна буде поставити у відповідність одну або кілька тем.

Дослідницькі тези:

- Теза 1: Основна конотація повідомлень у Telegram-каналі В. Зеленського протягом перших двох років війни пов'язана із перемогою, тоді як протягом останніх двох років війни ця тональність є слабко вираженою.
- Теза 2: У Telegram-каналі В. Зеленського домінують повідомлення пов'язані із безпекою та зовнішньополітичною діяльністю, тоді як повідомлення пов'язані із внутрішньо-політичними питаннями рідко зустрічаються у порядку денному.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ АНАЛІЗУ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ

1.1. Поняття політичного дискурсу та його функції в умовах війни

Політичний дискурс зазвичай розглядають як специфічний різновид мовлення, що містить політичні значення та відображає суспільно-політичні практики певної групи чи нації. За визначенням, політичний дискурс - це «наділений політичним значенням фрагмент усної або писемної мови; фрагмент мови, що віддзеркалює політичну, соціальну, епістемологічну та риторичну практику групи; або спроможність мови віддзеркалювати й обмежувати цю практику»⁸. Іншими словами, дискурс постає як мовний конструкт, який відображає політичну діяльність та ідеологію, а водночас формується під їхнім впливом. Зокрема, у сучасному світі, за дослідженнями вітчизняних учених⁹, політичний дискурс представлений передусім у медіа та комунікативних технологіях, де він відіграє роль потужного інструменту влади й маніпуляції.

Політичний дискурс породжує маси текстів і висловлювань (як офіційних промов, так і неофіційних висловлювань лідерів) з метою формування суспільних смислів та ціннісних орієнтацій. Він спроможний конструювати картину світу, визначати порядок денний та формувати ідентичності, тому є «найбільш ефективним владним ресурсом, за допомогою якого влада конструює й деконструює актуальну картину світу».

Функціонування політичного дискурсу особливо помітне в екстремальних умовах, таких як війна. У час війни мова політика набуває

⁸ Вібла А.І. Критичний дискурс-аналіз як напрямок дослідження політичного дискурсу. iv міжнародна науково-практична конференція Людина, суспільство, політика: актуальні виклики сучасності. 24-25.02.2017. URL: <https://dspace.onua.edu.ua/server/api/core/bitstreams/c92ea6cd-45d2-4fd2-82c4-f6af71d1f2e4/content>

⁹ Лукіна. Л.В. Політичний дискурс: сутність та особливості застосування.2021. URL: http://politicus.od.ua/2_2021/13.pdf

чіткішої прагматичної й емоційно-оцінної спрямованості. Дослідження українських вчених показують, що в умовах російсько-української війни політичний дискурс характеризується специфічним лексичним наповненням: використанням лексичних маркерів (вербалізованих концептів), які виконують номінативну (номінативну), прагматичну, експресивну функції, а також функцію інтерпретації та дейктичну. Номінативна функція означає, що дискурс вводить нові назви та поняття (наприклад, назви воєнних подій, операцій, символів) для називання реальності.¹⁰ Прагматична функція полягає у спрямуванні мовлення на досягнення конкретних цілей (мобілізація, переконання аудиторії тощо)¹¹. Експресивна функція забезпечує емоційну забарвленість повідомлень (використання епітетів, метафор, інтонаційних засобів, які викликають відчуття страху, підтримки чи гніву)¹². Інтерпретаційна (семантична) функція передбачає осмислення подій та створення смислових фреймів (наприклад, висвітлення ворога як агресора)¹³. Дейктична функція пов'язана з вказівкою на адресата та момент події, що дозволяє зв'язати текст із конкретним контекстом («зараз», «ми», «вони» - коли йде мова про ворога чи партнерів)¹⁴. Таким чином, мовні засоби стають маркерами певних смислів і налаштувань. За прикладом українських політичних акторів видно, що в умовах війни дискурс часто містить звернення до єдності, патріотизму, віри в перемогу, що слугує психологічній підтримці суспільства.

¹⁰ Fillmore, C. (2006). Frame semantics. In: Geeraerts, D. (ed.), *Cognitive Linguistics: Basic Readings*. Berlin: Mouton de Gruyter. URL: <https://arkitekturadellenguaje.wordpress.com/wp-content/uploads/2013/11/cognitive-linguistics-basics-readings-dirk-geeraerts.pdf>

¹¹ van Dijk, T. (2006). Discourse and manipulation. *Discourse & Society*, 17(3), 359–383. URL: <https://discourses.org/wp-content/uploads/2022/07/Teun-A.-van-Dijk-2006-Discourse-and-manipulation.pdf>

¹² Солодка Анжеліка, Мороз Тетяна. Оцінна лексика як характеристика сучасного політичного дискурсу. *International Science Journal of Education and Linguistics*. Vol. 3, No. 2, 2024, pp. 96- 106. URL: <https://isg-journal.com/isjel/article/download/668/383>

¹³ van Dijk, T. (1997). What is political discourse? *Belgian Journal of Linguistics*, 11, 11–52. URL: https://e-l.unifi.it/pluginfile.php/909651/mod_resource/content/1/Van%20Dijk%20Waht%20is%20political%20discourse%20analysis.pdf

¹⁴ Chilton, P. (2004). *Analysing Political Discourse: Theory and Practice*. London: Routledge. URL: <https://voidnetwork.gr/wp-content/uploads/2016/10/Analysing-political-discourse-Theory-and-Practice-by-Paul-Chilton.pdf>

Крім того, у воєнних обставинах політичний дискурс набуває потужної ідеологічної функції. Як підкреслюють представники критичного дискурс-аналізу, влада через мовлення створює та нав'язує певні ідеологічні рамки й цінності. Дискредитування противника, конструювання «ми» проти «них», відзначення подвигів своїх і знецінення протилежної сторони - усе це елементи маніпуляції увагою й настроями громадян. У свою чергу, мовлення лідерів опору націлене на підтримку боєздатності суспільства і протиставлення морального духу агресору. Таким чином, політичний дискурс у стані війни виконує низку важливих функцій - він номінує нові воєнні реалії і символи, описує їх прагматичною мовою переконання та мобілізації, передає експресивні стани та настрої, надає подіям інтерпретацію і контекстуальну прив'язку. Оскільки всі людські рішення і політичні орієнтації, як зауважено, «спираються на емоційні маркери»¹⁵, політичний дискурс стає в умовах війни вирішальним інструментом формування суспільного ставлення й консолідації нації.

Результати нещодавніх досліджень підтверджують, що дискурс війни є полем боротьби за вплив на суспільні настрої. Так, Hu та Wang¹⁶ проаналізували офіційні заяви російського й українського МЗС щодо інциденту в Бучі, показавши, що Україна обирає емоційно привабливі історії для мобілізації підтримки, тоді як Росія використовує докази і скептицизм до «голівудських» версій подій¹⁷. Цей приклад свідчить, що різні сторони конфлікту формують дискурсивні наративи по-різному залежно від комунікаційних цілей. Аналіз стратегічних наративів у Європі

¹⁵ Світлана Чухіна. За покликом серця. Як почуття та емоції визначають наш політичний вибір. Фокус. 19.10.2021. URL: <https://surl.li/vzzzei>

¹⁶ Hu, H., & Wang, P. (2023). Competing narratives in wartime communication: A critical discourse analysis of official statements on the Bucha massacre from Russia and Ukraine. *Journal of Language and Politics*, 22(4), 512–534. URL: https://www.researchgate.net/publication/396087233_Hybrid_Media_Warfare_Discourse_Analysis_of_Russian_and_Ukrainian_MFA_Websites_on_the_Bucha_Incident

¹⁷ Degen Hu, Chenyang Wang. Hybrid media warfare: Discourse analysis of Russian and Ukrainian MFA websites on the Bucha Incident. 2025. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2772503025000702#:~:text=In%20the%20Russo,emphasizing%20what%20it%20regards%20as>

також демонструє гнучкість дискурсивних стратегій: Янченко і Гампребхт¹⁸ виявили на Facebook/Instagram, що прокремлівські наративи («звільнення», «захист російськомовних» тощо) домінували серед певних політичних акторів у кількох країнах ЄС.¹⁹

1.2. Теорія критичного дискурс-аналізу (Н. Фейрклоу, Т. ван Дейк)

Теоретико-методологічним підґрунтям аналізу політичного дискурсу є концепція критичного дискурс-аналізу (КДА). КДА виник у 1970-80-х роках як підхід, що поєднав мовний та соціальний аналіз, і його основними фундатором називають Нормана Фейрклоу (Fairclough)²⁰.

На відміну від традиційного дискурс-аналізу, який фокусувався здебільшого на описі мовної структури, КДА розглядає дискурс як форму соціальної практики та звертає особливу увагу на його роль у підтриманні або зміні владних відносин. Згідно з класичним визначенням, КДА є «критичним» саме тому, що воно спрямоване на виявлення того, як мовні практики підтримують чинний соціальний устрій і нерівний розподіл влади, і водночас має на меті «сприяти соціальним змінам і більш рівномірному розподілу влади в комунікативних процесах і суспільстві в цілому». Таким чином, головний акцент КДА - на дослідженні взаємозв'язку між мовою і владою, ідеологією та маніпуляціями.

Одним із ключових архітекторів цього підходу є Норман Фейрклоу, який запропонував трикомпонентну модель аналізу дискурсу - тексту, дискурсивної практики та соціальної практики. Саме завдяки цій моделі дослідник отримує інструментарій не лише для опису мовних структур, але

¹⁸ Yanchenko, O., & Hampfrecht, M. (2025). Strategic Narratives of the Russia–Ukraine War in European Social Media: A Cross-Platform Analysis of Pro-Kremlin Messaging on Facebook and Instagram. *Information, Communication & Society*, 28(2), 301–325. URL:

https://www.researchgate.net/publication/395055339_Strategic_Narratives_on_Social_Media_How_Information_Environments_Shape_the_Russian-Ukrainian_War_Discourse_in_Seven_European_Countries

¹⁹ Kostiantyn Yanchenko. Edda Humprech. Strategic Narratives on Social Media: How Information Environments Shape the Russian-Ukrainian War Discourse in Seven European Countries.2025.URL: <https://surl.lt/xppyua>

²⁰ Norman Fairclough. Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language.Longman 1995. URL: <https://www.felsemiotica.com/descargas/Fairclough-Norman-Critical-Discourse-Analysis.-The-Critical-Study-of-Language.pdf>

й для розуміння того, як вони вбудовані у владні відносини, соціальні ідеології та культурні механізми.

У сучасному політичному середовищі, особливо в умовах війни, така аналітична рамка дозволяє простежити, яким чином офіційна риторика не лише відображає реальність, але й активно трансформує її, мобілізує громадян, вибудовує міжнародну солідарність і моделює образ національного майбутнього. Після 2022 року дослідження політичної комунікації України продемонстрували суттєве збільшення уваги до дискурсивних практик у кризовий період²¹. Таким чином, модель Фейрклоу стає не просто теоретичним інструментом, а способом зрозуміти, як мова керівництва держави формує колективний досвід війни.



Рис. 1.2.1. Три рівні моделі Фейрклоу

На найпершому рівні Фейрклоу пропонує аналізувати текст як лінгвістичний об'єкт. Цей аналіз може включати в себе вивчення лексики, граматики, метафор, риторичних прийомів та засобів когезії. У політичному дискурсі особливо виразною є номінація акторів («ворог»,

²¹ Loni Hagen. Thomas E Keller. Stephen R. Neely. Nic DePaula. Crisis Communications in the Age of Social Media. 2018.. URL: https://www.researchgate.net/publication/319209020_Crisis_Communications_in_the_Age_of_Social_Media

«захисники», «союзники»), метафоричні фрейми («щит Європи», «нескорений народ») чи модальні конструкції, що визначають рамку обов'язковості («ми повинні», «не маємо права»).

Сучасні дослідження підтверджують, що саме лінгвістичні вибори є ключовими для формування політичної дійсності. Наприклад, Wodak²² показує, як політичні лідери за допомогою повторів, емоційно маркованих слів та стратегічних метафор конструюють образи загрози та солідарності. У випадку війни ці механізми посилюються: дискурс набуває більшої емоційної щільності, стислості й прямоти, що добре видно у щоденних зверненнях В. Зеленського у Telegram.

Лінгвістичний рівень дозволяє встановити, які слова або семантичні групи є домінантними, як змінюється їхня частотність у часі та які змістові акценти вибудовує влада.

Другий рівень моделі Фейрклоу переносить аналітичний фокус із тексту на процеси, що забезпечують його появу, поширення та інтерпретацію. Політична комунікація - це завжди результат інституційної координації, редакційної роботи, стратегічного позиціювання та взаємодії з аудиторіями.

У цифрову епоху, коли Telegram, YouTube та інші соціальні медіа стали основними каналами державної комунікації, виробництво дискурсу інтенсивно медіатизується. За спостереженнями Chadwick²³ сучасні політичні звернення існують у «гібридному медіасередовищі», де вони миттєво трансформуються, коментуються і реінтерпретуються. Такі процеси створюють дискурсивні ланцюги, у межах яких меседж не лише передається аудиторії, а й отримує множинні змісти.

²² Wodak, R. The Politics of Fear: The Shameless Normalization of Far-Right Discourse (2nd ed.). SAGE.2021. URL: https://www.researchgate.net/publication/350994220_The_Politics_of_Fear_The_Shameless_Normalisation_of_Far-right_Discourse

²³ Andrew Chadwick The Hybrid Media System: Politics and Power (2nd ed.). Oxford University Press.2017. URL: <https://global.oup.com/academic/product/the-hybrid-media-system-9780190696726?cc=ua&lang=en&>

У контексті української війни цей рівень особливо важливий. Повідомлення В. Зеленського не просто створюються як тексти - вони функціонують як медіаподії²⁴, які одразу адаптуються для міжнародних партнерів, журналістів, аналітиків і громадськості. Їхнє поширення визначається як політичними цілями, так і можливостями алгоритмічної дистрибуції.

На третьому рівні Фейрклоу пропонує аналізувати дискурс як частину ширших соціальних структур - політичних, економічних, культурних. Дискурс тут розглядається як інструмент, через який влада відтворюється, змінюється або оскаржуються.

Цей рівень дозволяє визначити:

- які ідеологічні цінності просуває дискурс;
- як він формує образ колективного «ми»;
- які соціальні ідентичності та ролі нормалізуються;
- яким чином мова сприяє соціальним трансформаціям.

Van Dijk²⁵ підкреслює, що політичний дискурс є не лише репрезентацією реальності, а й механізмом контролю - через категоризацію, фреймування, моральні оцінки. У контексті війни такі механізми стають особливо помітними: мова опору формує національну єдність, зміцнює суб'єктність держави та легітимує політичні рішення.

Український кейс демонструє, що соціальна практика дискурсу включає не тільки реакцію на вже існуючі структури, але й активне формування нової політичної реальності - дискурсу відновлення, стійкості, національного тріумфу, який різко посилюється після 2024-2025 років.

Ще один ключовий представник КДА, Тойн ван Дейк (T. van Dijk)²⁶, зосередився на політичному дискурсі з перспективи когнітивної науки та

²⁴ Hoskins, A., & O'Loughlin, B.. War and Media: The Emergence of Diffused War. Polity. 2022. URL: https://www.researchgate.net/publication/271014446_War_and_Media_The_Emergence_of_Diffused_War

²⁵ Van Dijk, T. A.. Discourse and Power. Palgrave Macmillan. 2016

²⁶ Van Dijk, T. (1997). What is political discourse? Belgian Journal of Linguistics, 11, 11–52. URL: https://e-l.unifi.it/pluginfile.php/909651/mod_resource/content/1/Van%20Dijk%20Waht%20is%20political%20discourse%20analysis.pdf

міждисциплінарності. Він наполягав, що аналіз політичного дискурсу повинен враховувати не лише мовну структуру, а й психологічні та культурні особливості учасників комунікації. Ван Дейк відстоював емпіричний підхід: мовляв, слід збирати дані (промови, заяви, інтерв'ю) і розглядати їх у контексті реальних політичних подій. З його точки зору, мета КДА полягає в тому, щоб замість простого опису дискурсивних форм пояснювати, як структура дискурсу функціонує як параметр політичної взаємодії та соціальної структури. Іншими словами, КДА у розробці ван Дейка має на меті розкрити, як тексти політиків відображають і підтримують владні механізми та соціальні ієрархії.

Отже, методологічно КДА забезпечує набір інструментів для глибокого аналізу політичних текстів. Завдяки працям Фейрклоу та ван Дейка КДА розглядає дискурс не лише як мовне явище, а як комплекс соціальних практик і владних відносин. Застосування КДА дозволяє ідентифікувати в тексті приховані ідеологеми, символи та стереотипи, які формують уявлення про війну і ворога. Це забезпечує критичне осмислення того, як саме мовлення Президента чи інших політиків під час війни впливає на свідомість громадян і легітимізує певні політичні рішення.

Сучасний політичний дискурс-аналіз продовжує інтенсивно розвиватися, особливо у зв'язку зі зростанням ролі цифрових медіа, інформаційних війн та алгоритмічної комунікації. Дослідники відзначають, що цифрове середовище не просто створює нові канали поширення політичних меседжів, але й змінює структуру самого дискурсу - він стає фрагментованим, мультимодальним та високо емоційним²⁷. У цих умовах КДА поступово інтегрує методи аналізу великих даних, соціальних мереж та штучного інтелекту, що значно розширює його аналітичний потенціал.

²⁷ Wahl-Jorgensen, K. Emotions, Media and Politics. Polity. 2019. URL: https://www.politybooks.com/bookdetail?book_slug=emotions-media-and-politics--9780745661049

Згідно з Chadwick²⁸, сучасна політична комунікація функціонує у «гібридному медіасередовищі», де традиційні механізми політичного впливу переплітаються із цифровими платформами, алгоритмами та мережевими спільнотами. У такому середовищі дискурсивні практики стають більш динамічними: політичні тексти миттєво транслюються, перетлумачуються та включаються в нові контексти. Це означає, що КДА сьогодні має вивчати не лише зміст текстів, а й їхню *циркуляцію, реценцію та трансформацію* у цифровому просторі.

Останні дослідження медіавійни²⁹ підкреслюють появу феномену «дифузної війни», у якій політичний дискурс стає інструментом не тільки інформування, але й інформаційного протиборства. У таких умовах КДА дозволяє виявити, як мовні стратегії мобілізують суспільство, формують образ ворога, нормалізують ризики, конструюють наративи незламності або, навпаки, поширюють паніку та дезінформацію.

Значний внесок у сучасний розвиток політичного дискурс-аналізу зробили також дослідження емоційних вимірів політичної комунікації. Wahl-Jorgensen³⁰ показує, що емоції стають ключовими у формуванні політичних наративів, особливо у кризових ситуаціях, коли політичні лідери звертаються до громадян із закликами до солідарності, стійкості чи мобілізації. Аналіз таких емоційних стратегій сьогодні є важливою частиною КДА.

Окремий напрям розвитку пов'язаний із застосуванням КДА до цифрових платформ, зокрема Telegram, Twitter та YouTube. За спостереженнями Lachlan, Spence та Lin³¹, політичні лідери

²⁸ Andrew Chadwick The Hybrid Media System: Politics and Power (2nd ed.). Oxford University Press. 2017. URL: <https://global.oup.com/academic/product/the-hybrid-media-system-9780190696726?cc=ua&lang=en&>

²⁹ Hoskins, A., & O'Loughlin, B.. War and Media: The Emergence of Diffused War. Polity. 2022. URL: https://www.researchgate.net/publication/271014446_War_and_Media_The_Emergence_of_Diffused_War

³⁰ Wahl-Jorgensen, K. Emotions, Media and Politics. Polity. 2019. URL: https://www.politybooks.com/bookdetail?book_slug=emotions-media-and-politics--9780745661049

³¹ Loni Hagen. Thomas E Keller. Stephen R. Neely. Nic DePaula. Crisis Communications in the Age of Social Media. 2018.. URL: https://www.researchgate.net/publication/319209020_Crisis_Communications_in_the_Age_of_Social_Media

використовують соціальні медіа для формування нових форм кризової комунікації, де скорочені формати, візуальні елементи та повторювані меседжі виконують роль засобів політичного впливу. Саме тому КДА у XXI столітті поступово переходить від аналізу текстів до аналізу мультимодального дискурсу - який включає текст, відео, графіку, емодзі та інші цифрові форми висловлювання.

У контексті війни в Україні дослідники цифрової політичної комунікації демонструють³², що офіційна риторика у Telegram виконує низку стратегічних функцій: створення емоційних спільнот, зміцнення моральної стійкості, легітимація державних рішень та формування міжнародної підтримки. Це свідчить про те, що КДА стає надзвичайно релевантним інструментом для аналізу політичної комунікації в умовах гібридної війни.

Таким чином, сучасний політичний дискурс-аналіз розвивається у напрямку інтердисциплінарності, поєднуючи класичні лінгвістичні методи з цифровою аналітикою, аналізом емоцій, метанаративними дослідженнями та вивченням алгоритмічних екосистем. Це дає змогу не лише описувати політичні тексти, але й пояснювати, як вони функціонують у складному середовищі цифрових медіа, впливають на політичну поведінку та формують суспільні уявлення у періоди високої невизначеності.

1.3. Емоційна комунікація та маркетинг вражень у політичному лідерстві

Важливим аспектом політичної комунікації є звернення до емоцій аудиторії. Емоції допомагають лідерам налагодити зв'язок з громадянами, мобілізувати підтримку та сформувати довіру. Як зазначають психологи, «усі людські рішення спираються на емоційні маркери», а в політиці це означає, що наративи, наповнені сильними почуттями (страх, гнів,

³² Natalia Glinka. Iryna Voloshchuk. Digital communication in the wartime. 2023. URL: <https://www.researchgate.net/publication/375149637>

гордість, надія), здатні значною мірою впливати на вибір електорату. Тому політичні лідери все частіше використовують емоційно забарвлені меседжі, які апелюють до переживань людей. Наприклад, заклики до єдності, риторика гніву проти агресора, сльозливі історії жертв війни - усе це є елементами емоційної комунікації. Через такі висловлювання лідери намагаються зменшити почуття безсилля у громадян і створити відчуття контролю та солідарності. Як показав досвід, навіть сам «ефект присутності» під час повітряної тривоги - коли люди одразу отримують оновлені відомості про атаки - дає відчуття контролю, а значить і зменшує тривожність³³.

Наукові підходи до понять «емоційний маркетинг» та «маркетинг вражень» дають змогу усвідомити, яким чином ці прийоми застосовують у політичному лідерстві. Емоційний маркетинг зазвичай визначають як «комплекс маркетингових інструментів, спрямованих на створення емоційного зв'язку між брендом і споживачем через задоволення їхніх емоційних потреб»³⁴. У контексті політики роль «бренду» виконує особистість лідера чи його політична сила, а «споживачем» - суспільство. Задовольняючи потребу у відчутті безпеки, надії чи гордості, політик встановлює емоційний контакт із громадянами. Маркетинг вражень, у свою чергу, розглядається як підхід, «що зосереджується на формуванні незабутнього емоційного досвіду споживачів через заходи й івенти». У політичній сфері це означає організацію масових заходів, телемарафонів, публічних виступів із яскравою символікою та оригінальними сценічними рішеннями. Наприклад, трансформація традиційних звернень до нації у формати тривалих телеефірів або онлайн-марафонів надає глядачам відчуття масштабної спільної участі та посилює емоційну залученість. Усе

³³ Олександр Полікот. Популярний Telegram – «шпигун у кишені кожного українця»? Радіо Свобода. 01.05.2024. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/telegram-ukrayina-rosiya-shpyhun/32929484.html>

³⁴ Михайленко, Д., Болотна, О., Давиденко, Н.. Теоретичні аспекти визначення сутності та змісту понять «емоційний маркетинг», «чуттєвий маркетинг» та «маркетинг вражень». Економіка та суспільство. 2024. URL: <https://surl.li/rnjhjc>

це сприяє тому, що політичні повідомлення запам'ятовуються краще і викликають у аудиторії потужний емоційний відгук.

Окрім цього, особлива увага в останній час приділяється емоційній складовій політичної комунікації. Зокрема Омельченко³⁵ досліджував наративні стратегії В. Зеленського в соціальних мережах, виявивши, що український президент широко використовує «мелодраматичний» наратив з універсальними символами: Україна постає постраждалим невинним, Росія - лиходієм, а сам В. Зеленський і його союзники - героями порятунку. Така структура історії викликає у аудиторії співчуття до України і гнів щодо РФ, що, за даними дослідження, збільшувало ідентифікацію міжнародної спільноти з Україною. Крім того, дослідники відзначають вплив особистісних рис лідера на сприйняття. Акцентування «комунальних» рис В. Зеленського - теплоти і моральності - суттєво підвищує емпатію та готовність допомагати українцям у світі³⁶. Ці результати ілюструють, що сучасні лідери навмисно застосовують емоційні засоби для мобілізації підтримки: їхні виступи та повідомлення балансовані між емоціями (співчуття, гнів) і фактологічними аргументами, що корисно в кризових комунікаціях

Отже, у сучасному політичному лідерстві комунікативні стратегії неможливо уявити без елементів емоційної залученості. Лідери з високим емоційним інтелектом здатні резонувати з настроями суспільства, спрямовувати емоції людей у потрібне русло й підкріплювати свої ідеї чувством єдності. Використовуючи риторику позитивного (або, навпаки, негативного) забарвлення, вони активно застосовують прийоми емоційного маркетингу, аби викликати у виборців довіру та емоційне підкріплення своїх меседжів.

³⁵ Mykhailo Omelchenko . Narrative aspects of strategic communication of President Zelenskyi on Twitter social network during the Russo-Ukrainian war. 2025. URL: <https://surl.li/yrmlzx>

³⁶ Research highlights impact of Ukrainian President Zelensky's traits on global perceptions. Hebrew University of Jerusalem. 2024. URL: <https://phys.org/news/2024-07-highlights-impact-ukrainian-zelensky-traits.html#:~:text=The%20research%2C%20which%20aimed%20to,study%20was%20conducted%20through%20two>

1.4. Соціальні мережі як інструмент політичної комунікації у кризових ситуаціях

Соціальні медіа (Facebook, Twitter, Instagram та ін.) відіграють дедалі вагомішу роль в організації сучасних комунікацій, особливо в часи криз. За даними нещодавніх досліджень, близько 82,4% населення України мають доступ до Інтернету, а з них приблизно 82,4% є активними користувачами соціальних мереж³⁷. Це робить соцмережі невід'ємною частиною інформаційного простору: організації та політики мають змогу самостійно поширювати новини і офіційні заяви без посередництва традиційних ЗМІ. Як зауважують експерти, наявність цих факторів «робить соціальні медіа дієвим інструментом комунікації - навіть у часи глобальної кризи»³⁸. Соціальні мережі забезпечують миттєвий зв'язок з аудиторією, широке охоплення (через систему репостів і шерингів) та можливість прямого зворотного зв'язку з громадянами (коментарі, лайки, опитування). Таким чином, політики у кризових ситуаціях через соцмережі можуть оперативно інформувати людей про важливі рішення, координувати волонтерство або заспокоювати громадян, відповідаючи на їхні занепокоєння.

Водночас неправильне або неузгоджене користування соціальними мережами може призводити до нових проблем. Дослідження показують, що «неправильно побудована комунікація в соціальних мережах сама по собі може стати тригером та рушієм кризи». Під час військових дій будь-яка неперевірена інформація чи емоційно завантажена заява може миттєво поширитися мережею, викликаючи паніку або дезінформацію. Саме тому соціальні медіа мають амбівалентний характер: з одного боку, вони відкривають безпрецедентні можливості для швидкої мобілізації та комунікації, з іншого - несуть ризик поширення фейків і непорозумінь. У

³⁷ Надія Баловсяк. Інтернет, соцмережі, стримінги та відео. Найцікавіше зі звіту Digital 2025 про взаємодію з цифровими технологіями. Медіамейкер. 1903.2025. URL:

<https://mediamaker.me/najczikavishe-zi-zvitu-digital-2025-pro-vzayemodiyu-z-cyfrovymy-tehnologiyamy-16257/>

³⁸ Алла Чуприна. Роль соціальних мереж у кризовій комунікації в умовах війни. 30.06.2022. URL:

<https://surl.lu/uqrokj>

час війни достатньо навіть незначної помилки (наприклад, неточної цифри втрат або нетерпимої репліки) для того, щоб викликати широкий резонанс і спровокувати соціальний резонанс.

Правильне використання соціальних мереж, навпаки, може допомогти згладити кризу. Згідно з експертними рекомендаціями, організації, які швидко адаптують контент у соцмережах, обирають відповідний тон комунікації і серйозно реагують на тривогу спільноти, можуть «легко заспокоїти користувачів та підтримати свій інформаційний простір». Наприклад, вдалими вважаються стратегія швидкого спростування фейків, послідовне інформування про місце і час подій, консистентність повідомлень від різних офіційних каналів. Навіть пасивне ігнорування соцмереж за умов кризи є ризикованим: на думку фахівців, «у гіршому випадку комунікація про кризу та антикризове управління визначаються не самою компанією чи владою, а розлюченими користувачами чи опонентами». Тому сучасні політичні й державні структури в Україні розробляють чіткі політики кризових комунікацій у соцмережах, аби уникнути таких ситуацій. Загалом, соціальні медіа стали ефективним інструментом політичної комунікації в кризові часи, який за належного використання допомагає донести ключові меседжі та заспокоїти громадськість.

1.5. Telegram як комунікаційна платформа в Україні під час війни

Однією з найхарактерніших рис інформаційного простору під час російсько-української війни є стрімке зростання популярності месенджера Telegram. Це пов'язано з тим, що Telegram, на відміну від більшості соціальних мереж, забезпечує більш приватне та швидке поширення контенту (групові чати, канали) і практично нецензурований обмін інформацією. За даними соціопитувань, використання Telegram серед українців протягом війни значно зросло: так, у перші місяці повномасштабного вторгнення Telegram приріс аудиторією приблизно на 5% і прискорив щоденну активність користувачів, які збільшили час

перебування в ньому з ~5 до ~40 хвилин на день³⁹. Це свідчить про те, що месенджер почав відігравати роль не просто додатку для спілкування, а основного інформаційного каналу.

Telegram став ключовим джерелом оперативної інформації під час війни. Наприклад, за результатами дослідження Інтерньюз, близько 72% українців використовують Telegram для отримання новин⁴⁰. Це кращий показник, ніж у будь-якого іншого окремого джерела новин - як традиційних, так і онлайн-медіа.

Користування соціальними мережами, 2024–2025 (у %)

Telegram продовжує бути основною соціальною платформою як для спілкування, так і для отримання новин, значно випереджаючи результати інших мереж. TikTok показує суттєве зростання і залучені до користування аудиторії, і споживачів новин у мережі. Водночас споживання новин у Viber стало значно менше.



Рис. 1.5.1. Популярність соціальних мереж для спілкування та отримання новин в Україні

Джерело: за матеріалами *Internews Ukraine* (2025). URL: <https://internews.ua/media-research>

Низка державних установ та політиків, у тому числі Офіс Президента, створили офіційні Telegram-канали, де публікують

³⁹ Детектор Медіа. Користування Telegram в Україні за часи війни збільшилось у 8 разів. 17.06.2022. URL: <https://surl.li/gnyijw>

⁴⁰ Олександр Полікот. Популярний Telegram – «шпигун у кишені кожного українця»? Радіо Свобода. 01.05.2024. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/telegram-ukrayina-rosiya-shpyhun/32929484.html>

найважливіші повідомлення та вказівки. Публічне мовлення Президента зазвичай поширюється через кілька платформ водночас (телебачення, веб, YouTube, Telegram), але для багатьох громадян саме Telegram-канал є найзручнішим місцем для стеження за офіційною інформацією.

Динаміка медіаактивності

Використання медіа для отримання новин протягом місяця, 2015—2025 (у %)



Рис. 1.5.2. Динаміка медіаактивності в Україні.

Джерело: за матеріалами *Internews Ukraine* (2025). URL: <https://internews.ua/media-research>

Особливо повчальним став приклад моментів повітряних тривог: під час сигналів повітряної тривоги громадяни одразу включають Telegram-канали, щоб миттєво отримати інформацію про атаки (куди прямують безпілотики чи ракети) і вирішити, чи потрібно рятуватися в укриття. Це ілюструє, що Telegram надає швидкий доступ до інформації, що є «провідним джерелом новин в Україні під час війни».

Багато журналістів та експертів звертають увагу, що роль Telegram у воєнний час була історичною: завдяки можливості миттєвого поширення текстових повідомлень і графічних анонсів він вийшов на рівень

ключового інфокомунікаційного ресурсу, який використовують і громадяни, і влада.

Таким чином, у сучасних реаліях Telegram фактично став незалежним інформаційним каналом. Його аудиторія охоплює мільйони користувачів в Україні, і месенджер активно використовується для аналізу ситуації на фронті, сповіщень про гуманітарні потреби, обміну аналітикою волонтерів і журналістів. Зокрема, велика кількість неофіційних волонтерських та інформативних каналів виконує функцію альтернативного інформування, а урядові та політичні Telegram-канали забезпечують офіційний зв'язок з населенням. Усі ці обставини роблять Telegram особливо ефективною комунікаційною платформою під час війни.

РОЗДІЛ 2. КОМУНІКАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ ПРЕЗИДЕНТА УКРАЇНИ ТА ПУБЛІЧНИЙ ДИСКУРС У ПЕРІОД ВІЙНИ

2.1. Комунікаційна стратегія Президента України після 24 лютого 2022 року - порівняння до і після повномасштабного вторгнення

Після 24 лютого 2022 року комунікаційний стиль і тематика звернень Президента В. Зеленського зазнали різких змін порівняно з до повномасштабним періодом. У до-військовий час він позиціонував себе як «людина з народу»: демонстрував гумористичний та «популістський» імідж (комік і телеведучий, що виступає в краватках і костюмах), звертав увагу на проблеми корупції та громадянських свобод, часто використовував яскраві образи зі сцени шоу «Слуга народу». Після вторгнення В. Зеленський майже весь час з'являється у військовій формі чи футболці захисного кольору, спілкується напряду з населенням у форматі відео з фронтових позицій або кабінету. Його заяви стали набагато стриманіші за лексикою, проте емоційніші за інтонацією - він апелює до героїзму, єдності та випробувань. На відміну від «зіркового» піару за кордоном у 2019-2021 роках (звичайні кадри - рукостискання зі світовими лідерами, офіційні візити, політичні ток-шоу), під час війни В. Зеленський практикує «народну дипломатію»: напряду звертається до західної преси і суспільства через самозняті ролики з Києва і соцмережі⁴¹.

До лютого 2022 р. В. Зеленський демонстрував стиль «high media production» (гострі костюми, студійні виступи, заздалегідь відрежисовані формати), іноді з гумором. Після 24 лютого він перейшов до невимушеного «чоловічого» образу (мілітарний стиль, селфі-відео на вулицях Києва),

⁴¹ Hallgren, L. New research explores how Volodymyr Zelensky's public persona shaped early narratives of the Russia-Ukraine war. Annenberg School for Communication, University of Pennsylvania. 04.02.2025. URL: <https://surl.li/nufwft>

підкреслює простоту й безпосередність⁴². За спостереженнями, таке «перевтілення» привернуло більше уваги західних ЗМІ⁴³. Його мова змістилася з жартів і сленгу на гасла зрозумілої емоційної риторики (короткі, гучні фрази-заклики: «Ми сильні, ми переможемо», «Треба за кожне завтра боротися!»).

Раніше програма В. Зеленського була зосереджена на внутрішніх реформених і соціальних проблемах; у воєнний час усі повідомлення крутяться навколо оборони країни, мобілізації та міжнародної підтримки. До війни він піарився на політиці вакцинації чи розбудові інфраструктури, а з 24.02.22 його єдина тема - «війна війною», що включає звіт оборонних відомств, гуманітарні заклики, викриття ворожих злочинів, звернення до лідерів інших країн з проханням озброєння і санкцій. Наприклад, уже в перші дні повномасштабного вторгнення В. Зеленський різко перейшов на питання безпеки і міжнародної солідарності. Тоді ж зв'явилися його відомі звернення «Нам потрібні літаки, а не автозаки» та «Close the sky»⁴⁴. Після певних перемог ЗСУ, наприклад, звільнення частини українських регіонів у жовтні 2022, він ввів теми «наша сила і незалежність» і «перемога попри всі втрати». Потім у річницю війни головна тема стала «вікно на майбутнє». У висновку, до повномасштабного вторгнення В. В. Зеленський балансував між розважальною політикою і національною риторикою, а після - перейшов на чітку патріотичну і воєнну спрямованість меседжів, що відповідають реаліям війни і мотивують населення на оборону країни.

До 2022 р. В. Зеленський активно користувався телебаченням та шоу-телебаченням, будучи медійною особистістю, а також мав широкі мережі у

⁴² Adler, N. Ukraine's Zelenskyy: A wartime statesman for the social media age. Al Jazeera. 03.03.2022. URL: <https://www.aljazeera.com/features/2022/3/3/ukraines-zelenskyy-a-wartime-statesman-for-the-social-media-age#:~:text=Since%20Russia%20launched%20a%20full,symbol%20of%20resistance%20and%20unity>

⁴³ Рік незламності. Звернення В. Зеленського 24 лютого. Суспільне Новини. 24.02.2023. URL: <https://suspiarne.media/396176-rik-nezlamnosti-zvernenna-zelenskogo-24-lutogo-suspiarne-videonovini/#:~:text=%E2%80%94%20%D1%81%D0%BA%D0%B0%D0%B7%D0%B0%D0%B2%20%D0%97%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%B9>

⁴⁴ Moutzouridis, A. A war beyond the war: The use of propaganda in social media in the 2022 Russo-Ukrainian conflict. Black Sea and Eastern Mediterranean Review, Volume 1, Issue 1. 2023. URL: <https://lawjournals.unic.ac.cy/index.php/bsemr/article/view/60/36>

Facebook/Instagram. Після 24 лютого 2022 року він сфокусувався на цифрових каналах оперативного інформування: щоденних відеозверненнях у соцмережах, прямих включеннях з фронту, Telegram-каналі «Zelenskiy / Official» та інших офіційних сторінках. На початку війни традиційні ЗМІ радше репостили його свіжі звернення, а він сам адаптувався до формату соцмереж і мобільних месенджерів. Динамічні селфі-відео зі звуковим фоном бою або текстовим перекладом одразу поширювалися Twitter/X, Telegram, YouTube і їх вплив був миттєвим. У підсумку, канал постачання повідомлень став більш «енергійним» і різноманітним - від звернень до парламентів світу до коротких телевізійних сюжетів на місцях.

2.2. Telegram-канал «Zelenskiy / Official» як інструмент публічної політики

Офіційний Telegram-канал Президента «Zelenskiy / Official» посідає ключове місце у воєнній стратегії комунікації В. Зеленського. Він слугує майже цілодобовим медіа-майданчиком для оперативних повідомлень, мобілізаційних закликів та інформаційної дипломатії. За даними Detector Media⁴⁵, станом на вересень 2022 року канал мав понад 1,02 млн підписників; його пости охоплювали до ~770 тис. осіб, а кількість цитувань/ретрансляцій була найвищою серед українських каналів (понад 5000). Така широка аудиторія робить його вагомим медіа-інструментом у час війни.

Через канал регулярно публікуються останні новини від Офісу Президента - результати зустрічей, звіти силових відомств, нагальні накази. Таким чином, канал виконує роль офіційного брифінгу - люди отримують першу інформацію прямо від Президента.

⁴⁵ Кучер, М. Від TRUKHY до Gordona: найпопулярніші канали українського сегмента Telegram. Детектор медіа – Моніторинг інтернету. 09.09.2022. URL: <https://detector.media/monitorynh-internetu/article/202665/2022-09-09-vid-trukhy-do-gordona-naupopulyarnishi-kanal-y-ukrainskogo-segmenta-telegram/>

Telegram-канал використовується для закликів до підтримки армії та населення, координації громадських ініціатив. Наприклад, тут виходять повідомлення про рекрутинг та навчання: один із постів наголошував, що «кожна бойова бригада має гарантовано отримувати щомісячне поповнення людей, щоб організувати необхідне навчання». Крім того, канал часто містить слова подяки добровольцям, прикладів стійкості цивільних тощо. Також використовується для донесення «раціональної інформації» про хід війни (щоб спинити чутки і паніку), що само по собі є частиною національної мобілізації духу.

Пости каналу адресуються не тільки українцям, а й світовій аудиторії. В. Зеленський часто публікує переклади своїх звернень або англomовні фрагменти відео. Це розраховано на підвищення тиску на іноземних лідерів та формування позитивного іміджу України за кордоном. Наприклад, повідомлення про зустрічі з главами урядів Італії та Канади зроблено українською, але їхній зміст поширюється й англomовними медіа, посилюючи довіру союзників. Іноді сам текст дописів перекладається чи дублюється англійською (через офіційні мережі ОПУ чи ЗМІ). У будь-якому разі сам факт регулярних дипломатичних звітів із особистими зверненнями (фото/відео) формує образ прозорого лідера перед світом.

Через Telegram В. Зеленський реалізує двосторонній інформаційний вектор: внутрішньополітичний та зовнішньополітичний. З одного боку, звернення в цьому каналі адресовані, передусім, українським громадянам - вони зміцнюють почуття спільності, підвищують бойовий дух і довіру до влади. З іншого боку, пости іноземними мовами націлені на світову спільноту - вони виконують функцію публічної дипломатії. О. Семенець⁴⁶ підкреслює, що проукраїнські Telegram-канали вирізняються «воєнним» стилем спілкування, який покликаний підтримувати згуртованість

⁴⁶ Семенець О. О. Дискурсивні практики проукраїнських телеграм-каналів періоду Великої війни (2022–2023 рр.) // Вчені записки ТНУ ім. В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. – 2023. – Т. 34 (73), № 5. – С. 208–215. URL: https://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2023/5_2023/35.pdf

суспільства. У цьому сенсі канал президента виконує подвійний «мобілізаційно-мотиваційний» функції: з одного боку, він об'єднує українців у єдину наративну площину спротиву агресору, з іншого - апелює до іноземної аудиторії, демонструючи силу України та потребу в допомозі.

Канал «Zelenskiy / Official» є одним із топових українських Telegram-каналів. Як писав Detector Media, у рейтингу за популярністю він посідає близько 10-го місця; при цьому його дописи мають «найвищу кількість цитувань» серед українських медіа. Станом на осінь 2023 року кількість підписників перевищила 900 тисяч. Така аудиторія свідчить про високу довіру та зацікавленість населення офіційною інформацією від Президента у форматі міні-повідомлень.

Telegram-канал В. Зеленського також відзначається швидкістю реакції й регулярністю контенту. Дослідження показують, що до 24 лютого 2022 року на ньому було всього декілька дописів англійською мовою, натомість з початком вторгнення активність каналу різко зросла: стали з'являтися щоденні публікації, іноді кілька на день, українською і англійською мовами, а також мовами країн-партнерів, на яких звернені повідомлення. Завдяки цьому канал відіграє роль «щоденника війни», офіційного реєстру подій, доступного мільйонам читачів у режимі реального часу⁴⁷. Така форматна універсальність (від коротких текстових звернень до відеоповідомлень з ключовими тезами) дозволяє адресно впливати на різні групи адресатів і швидко реагувати на стрімкі зміни ситуації.

2.3. Змістові характеристики повідомлень В.Зеленського

Контент Telegram-повідомлень Президента України охоплює низку стійких тематичних наративів і фреймів, які формують узгоджену політичну лінію. За даними Істряті-Макаров, уже на ранньому етапі війни

⁴⁷ Alexandra-Lavinia Istrate-Macarov. Analysis of Volodymyr Zelenskyy's Telegram Posts by Means of Text Mining. 2023. URL: <https://litere.univ-ovidius.ro/Anale/2023-volumul-1/I.%20Linguistics%20and%20translation%20studies/3.pdf#:~:text=In%20terms%20of%20emotional%20marketing,Putin%E2%80%99s%20name%20only%20appears%20in>

в англомовних дописах виділялося сім ключових тематичних кластерів: заклики зупинити агресію та звернення уваги світу на ядерну загрозу (наприклад, у контексті Запорізької АЕС), заклики до боротьби й оборони країни (підкреслення єдності українців у спротиві), прохання про допомогу (як гуманітарну, так і військову), визнання підтримки союзників, повідомлення про успіхи ЗСУ та звільнення територій, а також опис воєнних злочинів Росії і страждань цивільного населення. Усі ці теми мають єдину смислову мету - викликати сильні емоції підтримки української справи та відторгнення агресора.

Узагальнюючи, можна виокремити такі основні наративи В. Зеленського:

- мотив оборони: підкреслення необхідності захисту країни, солідарності українців і героїзму військових;
- мобілізація світової підтримки: демонстрація потреби у допомозі (і гуманітарній, і військовій), подяки партнерам за підтримку;
- наратив перемоги і відбудови: оптимістичне зображення майбутнього України, висвітлення перемог на фронті та звільнення міст;
- демаскування ворога: показ воєнних злочинів та терору мирного населення з боку РФ з метою викликати обурення й об'єднати проти російської агресії;
- наратив жертви: позиціювання України як несправедливо скривдженої країни з акцентом на її невинність і правоту.

Ці теми переплітаються з емоційними фреймами. Аналіз Істряті-Макаров показав, що у публікаціях президента домінують позитивні емоції (надія, вдячність, солідарність), а покликані налякати або посіяти страх негативні засоби використовуються значно рідше. В. Зеленському притаманні «геройські» та «жертвенні» образи, а образ агресора часто залишається узагальненим, без конкретизації («окупант»). Як наслідок, сформовано мелодраматичний сюжет: «жертва-герой-захисник проти

безіменного ворога», що викликає у слухачів/читачів симпатію до України та гнів на Росію. Такий наративний каркас резонує з широкою аудиторією, в тому числі західною, де емоційні коди героїки та жертви легко співвідносяться з цінностями свободи та справедливості.

Риторичні прийоми В. Зеленського поєднують емоційність із конкретикою. З одного боку, йому властиві привабливі «благословенні» вирази («слава Україні», «все буде добре», вдячність союзникам) і яскраві символічні образи; з іншого - точність фактів (цифри втрат, конкретні приклади злочинів, імена почесних співвітчизників) для підвищення довіри. Дослідження демонструють, що президент уникає звичайних політичних кліше й більшою мірою використовує «сильні» слова, що налаштовують на співчуття, але без відчаю. Таким чином, змістові характеристики його дискурсу виражають інтереси публічної політики - консолідації суспільства та мобілізації ресурсів - і побудовані за драматургічним принципом, що викликає емоційний відгук як у внутрішнього, так і у зовнішнього слухача.

Варто зазначити, що упродовж воєнної кампанії риторика В. Зеленського еволюціонувала відповідно до фронтових реалій і світових подій. Виділимо основні етапи та відмінні акценти в зверненнях:

Перші дні вторгнення характеризувалися екстремальною мобілізаційною і оборонною риторикою. В. Зеленський спершу сконцентрувався на упевненості і солідарності: *»Ми сильні, ми переможемо, бо це - наша земля«*. Він відразу спростував чутки про втечу (відео із Києва, прапор України на руці та фраза *«The fight is here; I need ammunition, not a ride»*), показуючи особисту присутність у палаючій країні. Звернення апелювали до негайної допомоги від Заходу: «НАТО, закрийте небо!» (короткий заклик 16 березня 2022). Разом із тим, в його промовах з'явилися гасла спротиву: «З нами правда, тому ми вистоїмо» - посилення на духовні, історичні цінності. Емоційна тональність була зосереджена на «боротьбі за завтра»: В. Зеленський наполягав, що «за

кожне завтра треба боротися!», налаштовуючи суспільство на тривалий опір. Коли фронт стабілізувався весною 2022, акценти дещо змістилися на демонстрацію стійкості і вдячності. Влітку 2022 тривали бої під містами як Лиман чи Авдіївка, і В. Зеленський робив акцент на солідарності з постраждалими: висловлював співчуття жителям Маріуполя і Бучі, ділився кадрами з визволених звільнених населених пунктів. Водночас стримував риторику «глибоких поразок», фокусуючись на героїзмі бійців. З'явилися звернення до парламентів Заходу (наприклад, лист до Конгресу США у травні 2022), де він говорив про «боротьбу всіх за справедливість» і просив про важке озброєння. Тобто значну роль відігравав наратив «Україна - щит Європи», що мав мобілізувати міжнародну підтримку.

Після, які відбулися осінню, а саме: ракетні удари по електромережах у жовтні-листопаді 2022, риторика різко сконцентрувалася на витримці. Публічні звернення цей період відзначалися наративом «боротьби зі темрявою»⁴⁸. Зокрема, 11 жовтня 2022 В. Зеленський у вечірньому зверненні заявив: *«Мільйони українців лишилися без світла, але ми не боїмося темряви... Найтемніші часи - не без світла, а без свободи»*. Ці метафори слугували для моральної підтримки населення під час блекауту. Одночасно, на тлі звільнення Херсонської області у листопад 2022, він акцентував тезу «ми вже захистили незалежність». У зверненні 24 жовтня він сказав: *«Ми відстояли незалежність нашої держави, і Росії цього вже не змінити... Крок за кроком звільняємо українську землю»*. Таким чином змінювався фокус: якщо спочатку - «захистити країну зараз», то пізніше - «захистити мінімум свободу, звільняємо далі».

На першу річницю війни у зверненні в лютому 2023 обрано тему «рік незламності». В. Зеленський повторив головні меседжі початку війни: *«Ми сильні, ми готові до всього, ми всіх переможемо. Бо ми - це Україна!»* і

⁴⁸ Stent, A. Russia's war in Ukraine: The resonance of Ukraine's resistance. International Centre for Defence and Security. 2024. URL: <https://icds.ee/en/russias-war-in-ukraine-the-resonance-of-ukraines-resistance/#:~:text=infrastructure%2C%20striking%20the%20energy%20grid,1>

підбив підсумок: *«Ми вистояли рік... Це був рік мужності, незламності, єдності»*. Після 12 місяців боїв пріоритет був на осмисленні пережитого і згуртуванні громадян («за кожне завтра треба боротися»). Повчальним є зворотний зв'язок - у лютому 2023 ЗМІ писали, що рейтинг Президента зріс до понад 90 % через такий потужний емоційний посил.

Із 2023 року і до сучасних днів, у міру тривалості війни звернення В. Зеленського стають дедалі прагматичнішими. У своїх повідомленнях він дедалі більше торкається конкретних кроків: просування законопроектів, домовленостей з партнерами, програм відбудови. Проте емоційні фарби не зникають. Мовна риторика теж видозмінюється: з поступовим зниканням словникового запасу («ми переможемо», «сіли за стіл переговорів») починають звучати більш «мирні» слова («відбудова», «економічні гарантії», «довгострокова безпека»).

Таким чином, акценти комунікації змінюються відповідно до контексту: на початку війни головний посил - «стіймо в обороні», у критичні моменти - «тримаємо стрій», після успіхів - «ми наближаємо перемогу». Ці періоди ілюструють, як В. Зеленський коригує риторичку: від нагнітання атмосфери екзистенціальної боротьби до поступового перекладу меседжів у контекст збереження здобутків та будівництва майбутнього. Кожне звернення містить конкретний зміст, що відображає ситуацію: наприклад, під час чергового наступу на українському фронті лідер відзначав стійкість ЗСУ і злагодженість влади, а після оголошення нових пакетів допомоги - дякував партнерам за підтримку, закликаючи не зменшувати темп та не забувати про ціну свободи.

РОЗДІЛ 3. ЕМПІРИЧНИЙ АНАЛІЗ TELEGRAM-ДИСКУРСУ В. ЗЕЛЕНСЬКОГО

3.1. Опис корпусу даних та процедура їх збору

Корпус даних складається із повного архіву публічних звернень В. Зеленського на його офіційному Telegram-каналі «Zelenskiy / Official» від початку президентства (2019) до кінця жовтня 2025 року. Загалом зібрано понад 8600 повідомлень, що охоплюють як довоєнний період, так і весь перебіг повномасштабної війни. Звернення переважно двомовні: основний текст українською, часто дубльований англійським перекладом у тому ж повідомленні або окремим постом. Для отримання корпусу було використано експорт даних Telegram: збережено хронологічну HTML - та JSON-вибірку повідомлень каналу, а також зведено їх у табличний формат (Excel) для аналізу. Кожен запис містить дату, час, текст звернення (включно з перекладами).

Перед аналізом дані пройшли очищення і підготовку. Було відокремлено українськомовний текст від англійського перекладу (за спеціальними роздільниками типу лінії символів «___» або «--» між мовними версіями). Основний аналіз виконувався саме на українському тексті звернень, щоб не змішувати лексичні підрахунки двох мов. Далі текст було токенізовано - розбито на окремі слова (лексеми) - з використанням засобів мови R (пакети для обробки тексту). Під час токенізації вилучалися розділові знаки, цифри, службові частини мови й зайві символи. Для кількісного аналізу було складено спеціальні лексичні словники за тематичними категоріями, які відображають ключові смислові акценти риторики В. Зеленського. Зокрема, були визначені категорії:

- **підтримка України;**
- **емоційна риторика/цінності;**
- **міжнародна підтримка;**
- **президент/інституції;**

- **війна/агресія росії;**
- **підтримка армії;**
- **перемога.**

За допомогою цих словників проведено підрахунок частоти вживання відповідних груп слів у різні періоди.

Для кількісної оцінки змін риторики застосовано принцип періодизації, що враховує ключові етапи новітньої історії України:

1. довоєнний період (до 24.02.2022),
2. період повномасштабної війни (24.02.2022-19.01.2025) та
3. період після вступу на посаду президента США Дональда Трампа (з 20.01.2025).

Такий поділ дозволяє порівняти тон і зміст звернень В. Зеленського залежно від історичного контексту - від відносно мирного часу, через фазу активної війни з потужною підтримкою чинної коаліції союзників, до умов потенційної зміни зовнішньополітичної кон'юнктури. Для кожного періоду та для кожного року було проаналізовано обсяг звернень (їх кількість і сумарний обсяг тексту), найчастотнішу лексику та зміни в тематичних акцентах.

Візуалізація результатів проведена у вигляді діаграм і хмар слів: побудовано графіки **Топ-10** найуживаніших слів за кожен рік, часові графіки щомісячної активності (кількість повідомлень), динаміку вживання ключових слів та категорій по роках з нормалізацією (у відсотках від загальної кількості слів), а також окремі хмаринки слів для ілюстрації домінантних тем. Наприклад, встановлено, що у **2021** році (довоєнно) В. Зеленський опублікував лише близько 126 повідомлень, тоді як у **2022** їхня кількість зросла вдесятеро - до майже 1800, а в **2023-2024** перевищила 2200 щороку. Цей стрибок відображає перехід до щоденних воєнних звернень. Таким чином, зібраний корпус є репрезентативною базою для аналізу еволюції дискурсу В. Зеленського - від мирних меседжів до воєнної

риторики - із застосуванням методів критичного дискурс-аналізу, частотного аналізу та тематичного моделювання.

3.2. Критичний дискурс-аналіз вибірки звернень

Риторика В. Зеленського в довоєнний період (2021 - початок 2022) суттєво відрізнялася від воєнної. До повномасштабного вторгнення його звернення мали більш рутинний, внутрішньополітичний і протокольний характер - вітання зі святами, коментарі щодо спортивних перемог, ініціатив у внутрішній політиці, заклики до єдності чи до миру на Донбасі. Уже тоді простежувалася патріотична тональність і використання емоційних образів, але лексика війни майже не фігурувала. Наприклад, після матчу збірної України на Євро-2020 В. Зеленський писав: *«Жодна поразка не зламає Україну! ... Наші головні перемоги - попереду!»*, застосовуючи воєнну метафорику «боротьби» в спортивному контексті. Загалом у 2021 році теми війни і армії були присутні лише у формі абстрактних закликів до миру та розповідей про здобутки армії на Донбасі, тоді як більшість дописів зосереджувалися на внутрішніх справах і символічних жестах єдності.

Після 24 лютого 2022 року дискурс В. Зеленського радикально змінився, що добре фіксується методами критичного дискурс-аналізу. З'явився чіткий поділ адресатів його звернень на кілька аудиторій: українське суспільство, міжнародні партнери й сам агресор (Росія) - кожній з яких він надсилає свої меседжі. На внутрішню аудиторію риторика спрямована на консолідацію, підтримання морального духу, легітимацію спротиву та виховання ненависті до ворога, але водночас - гордості за власну ідентичність. На зовнішню аудиторію - на мобілізацію допомоги, формування образу України як «форпосту демократії» та викриття злочинів Росії. Саме зовнішньому світові В. Зеленський постійно наголошує, що Росія - це держава-терорист, чії дії несуть загрозу всьому світу, тим самим створюючи тиск на міжнародні інституції. Характерний приклад - звернення восени 2022, коли після виявлення масових поховань під Ізюмом

В. Зеленський заявив: *«Росія вже стала найбільшим джерелом тероризму у світі... Світ має діяти. Необхідно визнати Росію державою-спонсором тероризму»*. Цей уривок відбиває одразу кілька стратегій: по-перше, **лексична демонізація ворога** через терміни *«тероризм»*, *«терористична сила»*, *«держава-терорист»*; по-друге, апеляція до світової спільноти (*«світ має діяти»*, *«необхідно визнати...»*) - заклик до конкретних дій (юридичного визнання РФ терористичною державою) як частина політичного меседжу. Така стратегія спрямована на ізоляцію Росії та виправдання посилення санкцій і військової допомоги Україні на міжнародній арені.

Одночасно В. Зеленський у своїх промовах майстерно поєднує опис жахів війни з емоційно піднесеною риторикою героїзму і надії. Критичний дискурс-аналіз виявляє, що практично кожне звернення будується за подібною схемою: спочатку констатація проблеми або трагедії, потім оцінка іменем моральних категорій, і насамкінець оптимістичне завершення із закликом до дії або вшануванням героїв. Приміром, у зверненні 7 травня 2023 року президент спочатку детально перелічує нові акти російського терору: *«Постійний російський терор проти Нікополя, жорстокі обстріли Херсона..., удари по Харкову..., пекло на Донеччині...»*, відразу переходить до співчуття жертвам: *«Лише від одного російського удару... загинули дев'ять українців... Мої співчуття рідним»*, далі - до подяки союзникам: *«Я дякую кожному і кожній у світі, хто з Україною, хто підтримує наших воїнів!»*, і завершує патріотичним піднесенням: *«Слава всім нашим воїнам... Слава українським героям! Слава Україні!»*. Така структура - від жаху і болю до гордості та вдячності - виконує водночас кілька функцій. По-перше, вона делегітимує дії ворога, навішуючи ярлик «терористів» і підкреслюючи їхню нелюдськість (словосполучення *«жорстокість окупантів, що не зупиняється ні на день»* або *«пекло на Донеччині»* формує образ абсолютного зла). По-друге, героїзує спротив українців - постійні референції до *«наших воїнів»*,

«героїв», «захисників» створюють протипази образу ворога. По-третє, викликає емоційну реакцію і співпереживання: В. Зеленський часто використовує проникливі деталі (діти під завалами, розстріляні мирні, понівечені міста) і сильні слова («звірство», «геноцид», «терор») для посилення ефекту. Наприклад, у драматичному зверненні від 9 березня 2022 після бомбардування пологового будинку в Маріуполі риторичне запитання «Скільки ще світ буде співучасником, ігноруючи терор?» перетворює опис трагедії на моральний виклик Заходу.

Особливістю звернень є багаторівнева адресація. На міжнародних партнерів В. Зеленський часто переходить до англійської або включає англійські абзаци в текст (або дублює весь текст англійською нижче риси) - щоб його меседж почули напряду за кордоном. Він регулярно звертається поіменно до лідерів: у день Незалежності України 2023 року В. Зеленський написав: *«I spoke with Joseph Biden and thanked him... The U.S. took the lead in rallying global support for Ukraine... Together, we prove that freedom and independence are worth fighting for»*. Тут спостерігаємо риторику вдячності та спільних цінностей: В. Зеленський акцентує «вирішальне лідерство» США і запевняє, що «Україна захищає наші спільні цінності». Таким чином, міжнародні партнери вписані в наратив як частина коаліції добра, що протистоїть злу. До українського народу В. Зеленський звертається шанобливо, часто вживаючи теплі звертання («дорогі українці», «наш народ») і форму «ми», ототожнюючи себе з людьми. Він підкреслює єдність влади і суспільства: «Я тут. Ми тут. Ви тут... Ми всі - це Україна» - сказав він у новорічному зверненні 2023 року, демонструючи повне єднання лідера з народом. Ця інклюзивна стратегія («ми-висловлювання») слугує зміцненню колективної ідентичності та довіри до його лідерства.

У воєнний період В. Зеленський також активно застосовує інтертекстуальні посилання та історичні паралелі - від згадок Голокосту, подій Другої світової війни до цитування Черчилля чи використання

біблійних мотивів - аби вписати боротьбу України в ширший цивілізаційний контекст. Критичний аналіз виявляє, що він конструює образ нинішньої війни як битви добра і зла на глобальному рівні, де Україна - форпост свободи. Звідси ключові поняття, які раз у раз повторюються в його промовах: «свобода», «незалежність», «цінності», «демократія» - з одного боку, і «тероризм», «агресія», «злочини», «тиранія» - з іншого. Ці бінарні опозиції створюють чітку моральну рамку: Україна = жертва і герой, Росія = агресор і злочинець. Наприклад, В. Зеленський заперечує будь-які звинувачення в провокації війни з боку України, стверджуючи: *«Немає нічого в цій жорстокій війні..., що робило б саме нашу Україну джерелом війни... Ми захищаємо життя свого народу, свою свободу... Мир для українських дітей!»*. Таким чином, в дискурсі президента війна постає як вимушена оборона задля виживання нації та збереження гуманістичних цінностей.

Важливою складовою дискурсу є емоційна лексика гордості та скорботи. В. Зеленський регулярно вшановує полеглих, відзначає дні пам'яті - ці промови пройняті скорботними, але піднесеними тонами. Наприклад, 29 серпня, у День пам'яті захисників, він сказав: *«Слова завжди менші, ніж те, що ми відчуваємо... хай мовчання звучить гучніше, ніж будь-які слова»*, вшановуючи героїв і наголошуючи, що їхня жертва не марна. Такі тексти сповнені жалю (слова «сльози», «біль», «пам'ять»), але завершуються прославленням героїв (*«Хай буде світлою пам'ять усіх наших воїнів! Слава Україні!»*), що перетворює печаль на гордість і рішучість продовжувати боротьбу. Вдячність є ще одним стрижнем: лексема «дякую» та її форми трапляються тисячі разів по текстах - В. Зеленський дякує військовим, медикам, волонтерам, союзникам, простим людям за стійкість. Це не просто ввічливість, а цілеспрямована стратегія - підтримати моральний дух шляхом позитивного підкріплення і визнання внеску кожного. Особливо часто він завершує промови тріадою вдячності і слави: *«Дякую всім... Слава нашим воїнам... Слава Україні!»*.

Повторюваність цього гасла відзначена кількісно: слово «слава» є одним із найчастотніших у корпусі (понад тисячу вживань), з'являючись майже в кожному зверненні у фінальній фразі. Усе це формує впізнаваний стиль В. Зеленського, що поєднує моральний пафос, емоційну щирість і політичну твердість.

3.3. Тематична класифікація звернень на основі лексиконного підходу

Аналіз звернень Президента України в Telegram у 2021-2025 роках демонструє глибоку трансформацію політичної риторики відповідно до динаміки війни, міжнародної ситуації та внутрішньополітичних процесів. Щоб виявити й чітко структурувати змістові пріоритети цього дискурсу, було розроблено сім авторських лексичних категорій, що охоплюють ключові смислові та емоційні поля. Таке тематичне кластерування дає змогу побачити не лише частотність певних понять, але й зрозуміти, *як саме* змінюється стратегія державної комунікації у часі.

Лексикони було сформовано шляхом індуктивного аналізу - від простого спостереження за повторюваними словами до виокремлення стабільних семантичних доменів. Таким чином було створено групи: **«Підтримка України»**, **«Підтримка армії»**, **«Міжнародна підтримка»**, **«Президент / інституції»**, **«Війна / агресія Росії»**, **«Емоційна риторика / цінності»** і окрема категорія **«Перемога»**, яка виявила себе як яскравий риторичний феномен саме у воєнні роки.

Ці сім кластерів у сукупності охоплюють понад 300 словоформ і дозволяють побачити складну рівновагу між державницьким, оборонним, дипломатичним, емоційним та мобілізаційним аспектами комунікації Президента.

Ці лексикони були сформовані шляхом індуктивного аналізу текстового корпусу звернень, з урахуванням ключових політичних тем, повторюваних семантичних полів і риторичних патернів. Морфологічні варіанти слів було враховано, щоб мінімізувати втрати під час токенизації.

Кількісний аналіз показав чітке розмежування домінуючих тем у різні часові відрізки. Так, у період до **2022 року**(рис.3.3.1.), переважали слова з категорії «**Президент /інституції**» та «**Емоційна риторика**», що відображало політико-інституційну стабільність та фокус на внутрішній мобілізації.

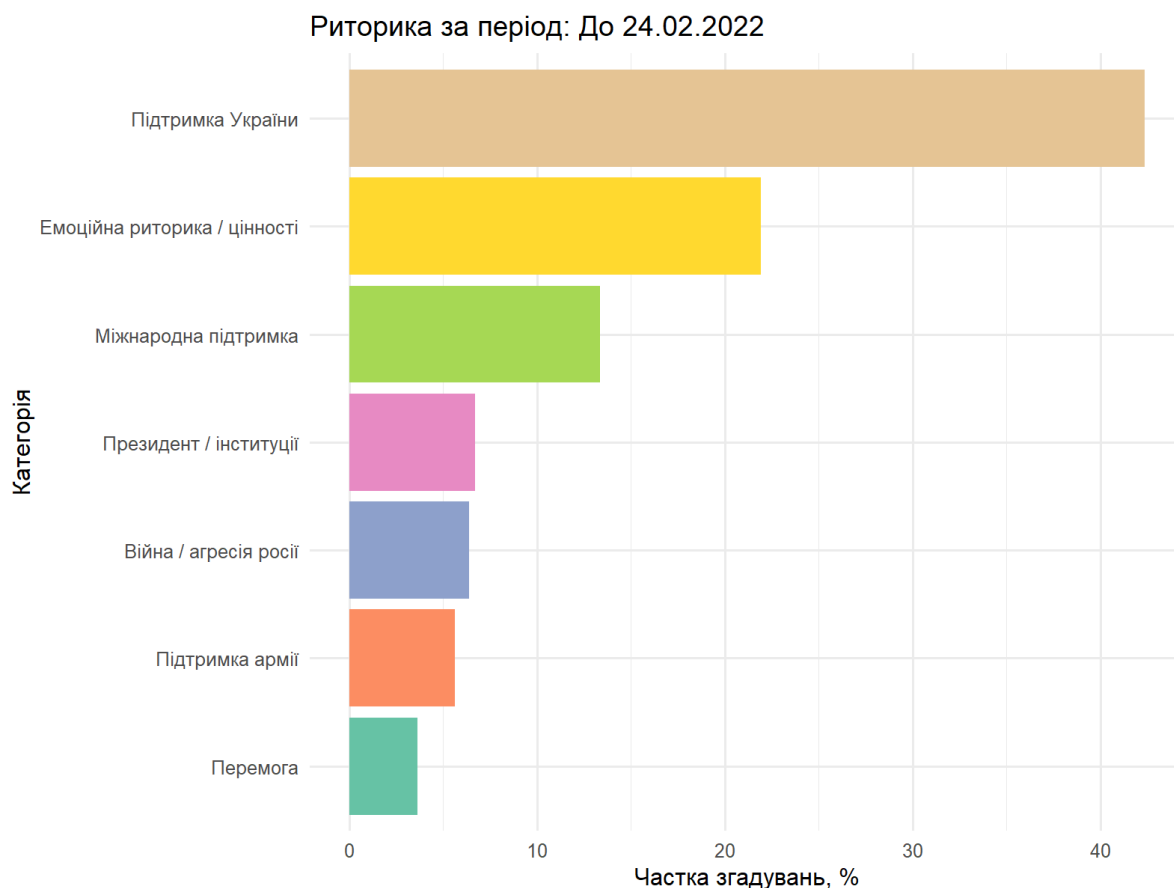


Рис.3.3.1. Риторика за період до 24.02.2024

Такі категорії як «Підтримка армії» чи «Війна/агресії росії», «Перемога» згадувалися у менше як 10% повідомлень. Тут варто зазначити, що й сам Telegram-канал використовувався рідко, як джерело комунікації із українцями. Станом із 1.01.2021 до 23.02.2022 було опубліковано менше як 150 повідомлень(рис.3.3.2.).

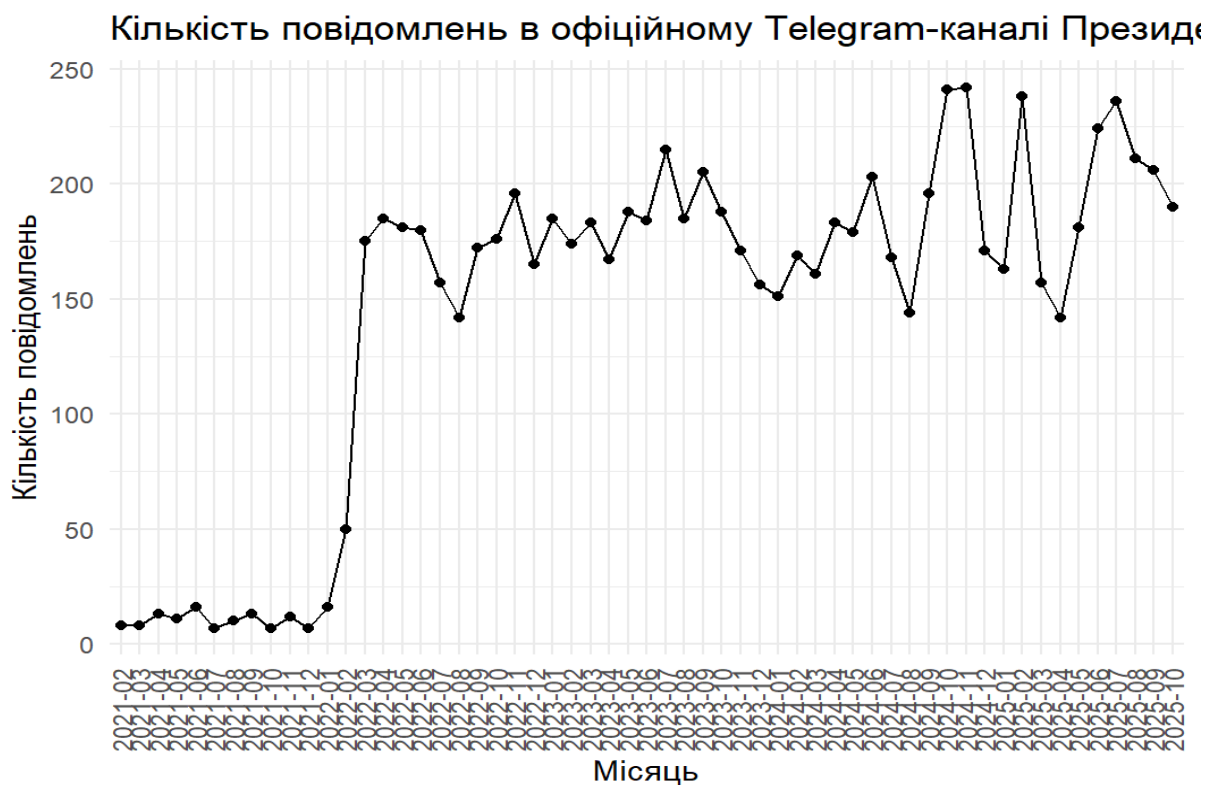


Рис.3.3.2. Кількість повідомлень у Telegram-каналі В. Зеленського.

У топ-10 словах того періоду домінує лексема «України», що підтверджує базову присутність державницької теми навіть у мирний період. Проте інші терміни переважно нейтральні: «час», «день», «року», «життя», «наш», «слова». Вони вказують на переважання загальних, неінтенсивних риторичних конструкцій із фокусом на часових маркерах, оцінних судженнях та референціях до суспільства загалом. Відсутні слова, пов'язані з агресією, війною чи безпекою, що логічно, враховуючи домінування стабільного політичного порядку денного(рис3.3.3).

Хмара слів — До 24.02.2022

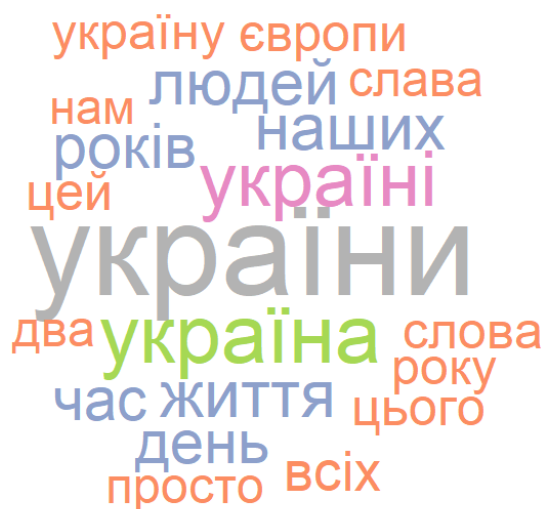


Рис.3.3.3. Хмара слів до 24.02.2022.

Проте після початку повномасштабного вторгнення активність яскраво збільшилася і дозволяє зробити аналіз більш релевантним, адже Telegram-канал Президента став один із найактивніших каналів комунікації із українським народом.

Розглядаючи динаміку риторичної категорії Президента, яку було виділено раніше, можна сказати, що починаючи з 2021 року, бачимо значне зростання всіх категорій у 2022 році - рік початку повномасштабної війни. Зокрема, категорії «Підтримка України», «Емоційна риторика / цінності» та «Війна / агресія росії», «Перемога» мають різкий стрибок. Найбільш уживаною категорією у 2023 році стає «Емоційна риторика / цінності», що свідчить про спроби мобілізувати суспільство через апеляцію до стійкості, надії та перемоги. У 2024-2025 роках кількість згадувань у категорії «Війна / агресія росії» зростає, у відповідь на ескалацію бойових дій та зміни на фронті.

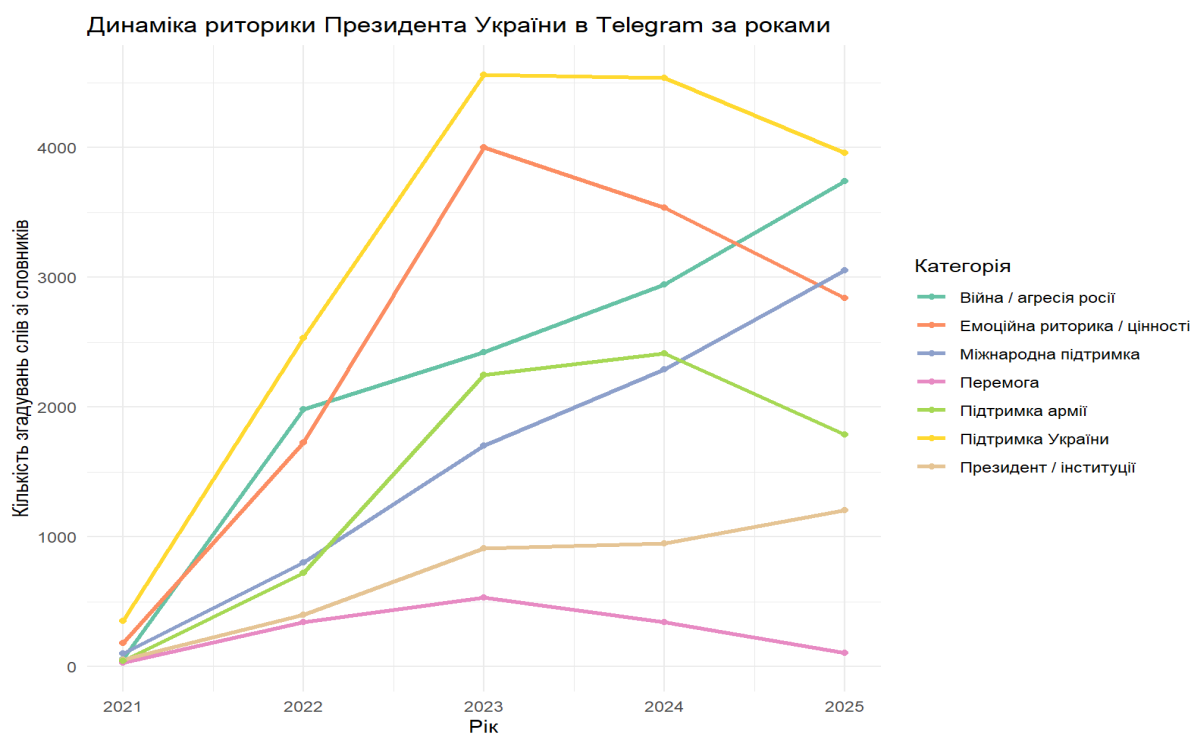


Рис.3.3.4. Динаміка риторики Президента у Telegram за роками.

Водночас «Міжнародна підтримка» демонструє стаке зростання з 2022 по 2025 рік, що відображаючи поступове розширення дипломатичних контактів, обговорення міжнародної допомоги чи очікувань на підтримку від союзників. «Підтримка армії» має пікове значення у 2023-2024 роках, що збігається з активними військовими кампаніями. Категорія «Президент / інституції», хоча й має найнижчі абсолютні значення, поступово зростає, вказуючи на посилення легітимації інституцій та зростання ролі державного управління у воєнних умовах.

Рис.3.3.5 зображає відносну частку (%) згадувань слів у кожній категорії від загального обсягу лексики в рік. Це дозволяє оцінити не лише

частоту, а й вагу тем у загальному дискурсі.

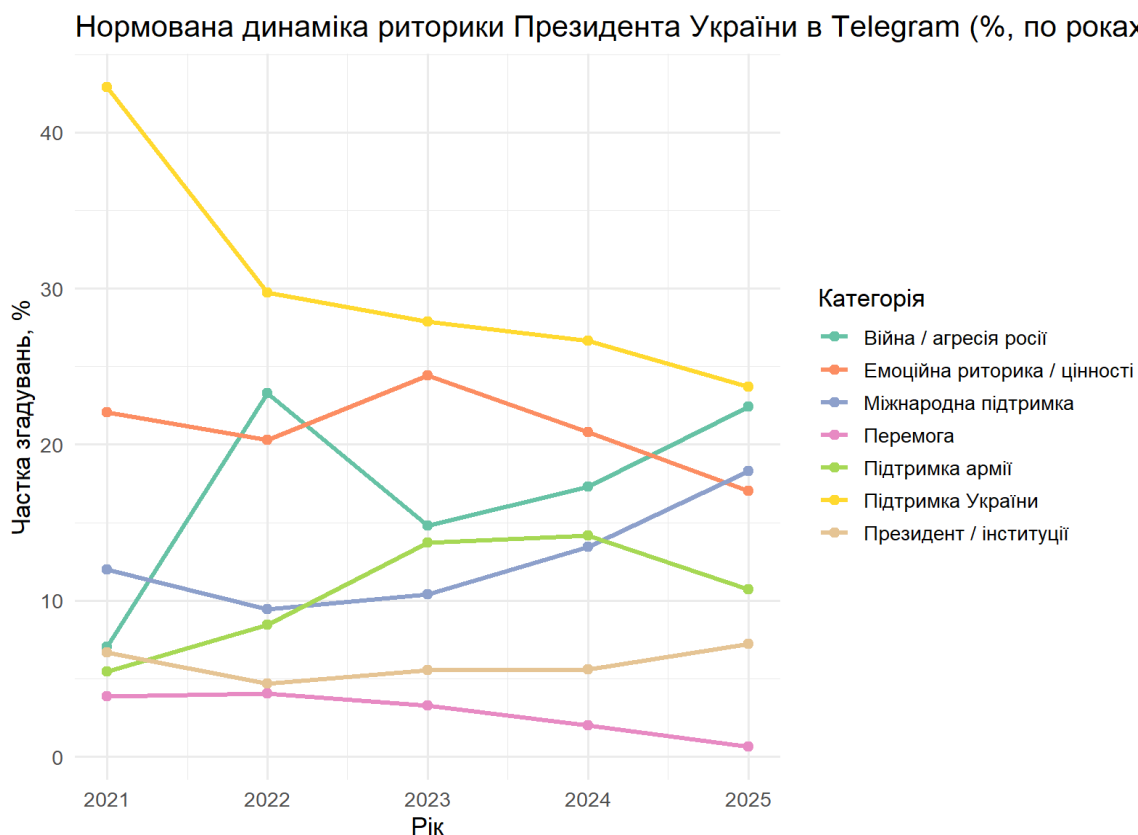


Рис.3.3.5. Нормована динаміка риторики Президента у Telegram за роками.

У 2022 році - першому повному році війни - домінують теми «Підтримка України» та «Війна / агресія росії». Однак у 2023 році риторика зсувається: частка емоційної лексики досягає піку, тоді як згадки про війну зменшуються відносно. Це може бути проявом адаптації дискурсу до нової соціально-політичної реальності: посилення потреби у внутрішній мобілізації, мотивації, візуалізації перемоги, а не лише у фіксації подій війни.

У 2024-2025 роках тренд змінюється: «Війна / агресія росії» повертає домінування у структурі лексики, водночас помітно зростає «Міжнародна підтримка», що є наслідком активізації переговорних процесів, звернень до партнерів на тлі змін у міжнародній політичній арені. Поступове зростання частки категорії «Президент / інституції» вказує на структурну важливість посилення управлінського та адміністративного елементу в риторичній діяльності, що

відповідає етапу стабілізації та переосмислення після інтенсивної фази бойових дій.

У періоди 2023-2024 років, відбувається зростання риторики міжнародної підтримки, що корелює з підписанням безпекових угод, постачанням озброєнь, а також міжнародними самітами (зокрема, Вільнюським і самітом G7).

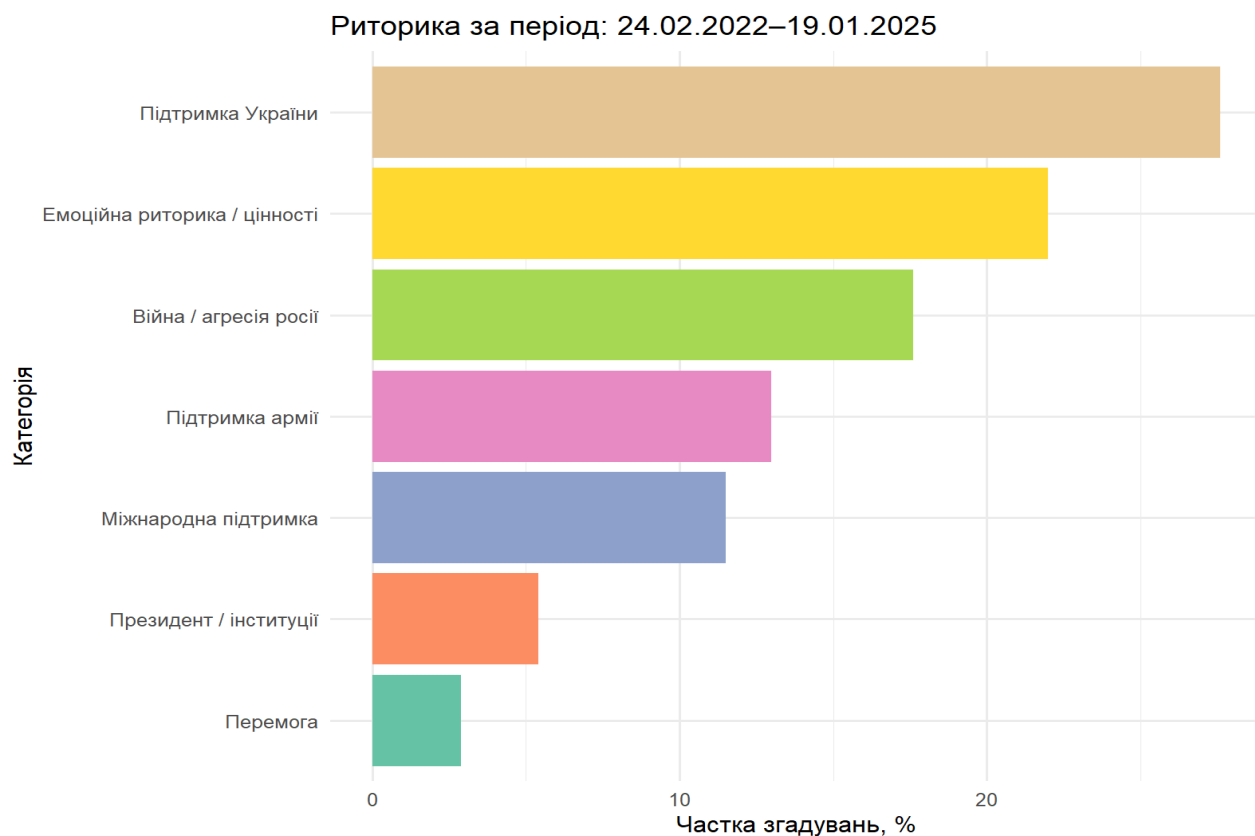


Рис. 3.3.6. Риторика за період із 24.02.2022 по 19.01.2025.

На це також вказують слова, які найчастіше використовуються у повідомлення Президента до громадськості (рис.3.3.7).

Хмара слів — 24.02.2022–19.01.2025

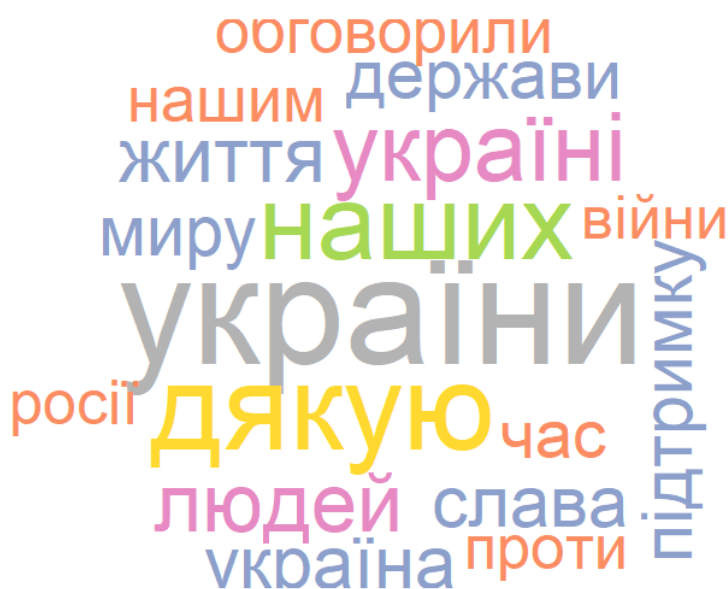


Рис.3.3.7. Хмара слів за період із 24.02.2022 по 19.01.2025.

Слово «України» зберігає першість, з'являються слова: «дякую», «слава», «людей», «наших», «життя», «підтримку», «миру». Такі лексеми вказують на домінування риторики, що частково скерована на підтримку суспільного духу, солідарності та подяки ключового меседжу лідера в умовах кризи. Але й при цьому зорієнтована на міжнародне суспільство, яке підтримує український народ. Присутні також терміни, пов'язані з війною: «росії», «війни», що тема аресії росії не знижує свій показник у меседжах В. Зеленського.

Після 20 січня 2025 року структура президентської риторики зазнала якісних змін, що свідчать про появу нової комунікативної фази. Хоча у дискурсі вперше відчутно посилюються лексеми з позитивною емотивністю - такі як *перемога*, *майбутнє*, *подяка*, *єдність*, - їхня загальна частка залишається порівняно невисокою. Це вказує на обережне формування конструктивного наративу, спрямованого на окреслення

перспектив відновлення, поствоєнного розвитку та національного тріумфу. Категорія «Перемога» у цей період зберігає радше символічний, ніж домінувальний характер, проте її присутність забезпечує важливий стратегічний акцент у риторичі.

Водночас можна спостерігати істотне переважання лексем, що належать до категорії **«Війна / агресія росії»**, частка яких перевищує **22%**, що значно більше, ніж у попередньому періоді. Така динаміка є індикатором ескалації бойових дій та зростання потреби в оперативних воєнних комунікаціях. У риторичі чітко посилюються згадки про удари, дрони, обстріли, російські атаки та дії агресора - тобто лексеми, пов'язані з безпосередньою ситуаційною реакцією на загрози(рис.3.3. 8).

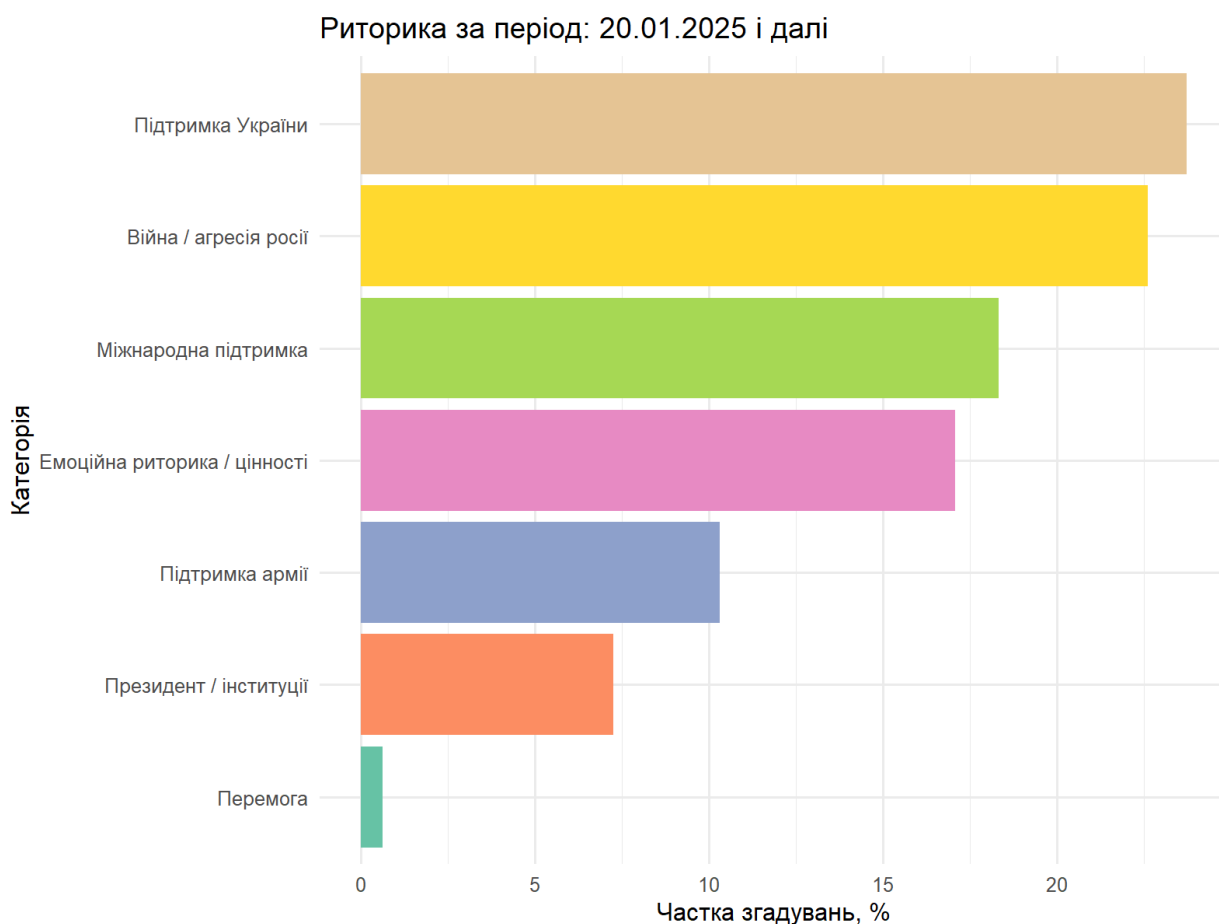


Рис.3.3.8. Риторика із 20.01.2025

Лексеми «війни», «дронів», «росія», «проти» набувають більшої ваги, що є наслідком ескалації бойових дій та нових етапів військового протистояння. Водночас зберігаються слова з попереднього періоду - «дякую», «життя», «важливо», «підтримку», що вказує на безперервність мобілізаційного емоційного меседжу.

Хмара слів — 20.01.2025-31.10.2025



3.4. Інтерпретація результатів: риторичні стратегії, емоційні режими та політичні меседжі

Результати аналізу демонструють цілісну стратегічну комунікацію, яку вибудував В. Зеленський упродовж війни, і її еволюцію. Риторичні стратегії президента можна охарактеризувати тріадою: **мобілізація, моральна легітимація, міжнародна адвокація**. Мобілізаційна функція проявляється у кожному зверненні, адресованому співгромадянам: В. Зеленський прагне згуртувати українців навколо спільної мети - перемоги. Для цього він використовує прийоми **національної єдності** (постійне «ми»: *«ми всі - це Україна»*), **звеличення героїв** (*«кожен наш воїн – герой»*), **нормалізації подвигу** (буденне вживання слова «герой» щодо військових і волонтерів) і **апеляції до історичної пам'яті** (порівняння нинішніх захисників з героями минулих епох). Це створює ефект спадкоємності боротьби і додає моральної глибини поточним зусиллям. Важливо, що В. Зеленський уникає тріумфалізму у стилі пропаганди - навпаки, його тон щирий і людяний, він говорить про втрати і біль без цензури, чим заслужив високий кредит довіри. Але, описавши втрати, він завжди переводить акцент на смисл жертви: *«ми платимо ціну, але заради свободи й життя»*. Ця **риторика жертвності** легітимує складнощі й закликає народ витримати, бо мета свята. Емоційний режим таких звернень балансує між скорботою і гордістю: як свідчить аналіз лексики, негативно марковані слова (*«біль», «сльози», «важко»*) майже завжди врівноважені позитивними (*«мужність», «дякую», «гордість», «переможемо»*) в межах одного тексту.

Моральна легітимація війни - центральний політичний меседж В. Зеленського для внутрішнього і зовнішнього споживача. Він систематично наголошує, що ця війна - **вимушена і справедлива** для України. Дискурсивно це підкріплюється через протиставлення: українці воюють *«за свободу, за своїх дітей, за право бути серед вільних націй»*, тоді як росіяни *«воювати не вміють - єдине, що можуть, це тероризувати»*. Така

опозиція відображена навіть у синтаксисі і градаціях: багато звернень містять анафоричні конструкції типу «*Вони руйнують - ми відбудовуємо. Вони вбивають - ми рятуємо*». В. Зеленський формує чіткий наратив: **Україна - невинна жертва, що стала воїном з необхідності, а Росія - агресор, що деградував до рівня терориста**. Цей наратив виконує декілька задач. Внутрішньо він знімає питання «чому ми воюємо» - війна постає як моральний імператив і національна місія (захист свого народу, свого права на існування). На зовнішній арені цей меседж виправдовує прохання України про допомогу: якщо українці на передовій захищають спільні цінності, то західні партнери мають моральний обов'язок допомогти. Не випадково В. Зеленський постійно апелює до теми свободи, демократії, спільної безпеки. У зверненні до Конгресу США (грудень 2022) він прямо сказав: «*Your support is not charity, it's an investment in global security and democracy*» - тобто вписав війну в парадигму світової боротьби за демократію. Цей прийом підсилюється згадками про міжнародні інституції: він дорікає таким організаціям, як ООН чи ОБСЄ, якщо ті бездіють (напр., «*чому досі держава-терорист залишається членом ОБСЄ?*» - риторичне питання, що ставить під сумнів моральність бездіяльності). Водночас він хвалить і дякує тим, хто проявляє лідерство - таким чином, фактично розподіляючи ролі «good guys» і «bad guys» на міжнародній сцені, що є тонкою дипломатичною грою: ніхто не хоче опинитися в його промовах серед згаданих як співучасник бездіяльності.

Міжнародна адвокація України - чи не найважливіша частина комунікації В. Зеленського. Аналіз показав, що категорії «партнери» і «союзники» займають значне місце у його лексиконі, а імена іноземних лідерів та назви країн згадуються щоденно. Це безпрецедентний випадок, коли глава держави майже кожного дня веде дипломатичний діалог через публічні звернення. Він створив образ України як **центр коаліції**, що об'єднала світ проти тиранії. Для цього В. Зеленський застосовує **стратегію персоналізації** міжнародної підтримки: розповідає про розмови

з лідерами (як зі Шольцом, Макроном, Дудою, Байденом тощо), висловлює їм подяку поіменно, згадує конкретну допомогу (такі-то гаубиці, такі-то «HIMARS»). Це не тільки визнає заслуги партнерів, а й публічно зобов'язує їх продовжувати підтримку - адже припинення чи зменшення допомоги також одразу стане помітним, коли пропаде з риторики. Цікаво, що після обрання Дональда Трампа президентом США (період 2025 р.) В. Зеленський оперативно скоригував свої меседжі, щоб утримати американську підтримку. Він почав комунікувати через медіа, наближені до аудиторії Трампа (наприклад, дав інтерв'ю каналу Newsmax), де наголосив: *«Трамп може зупинити Путіна. ... Треба вводити санкції... Найголовніше - важливість продовження підтримки нашого народу й тиску на Росію»*. Ця заява - політичний сигнал новій адміністрації США про готовність співпрацювати і про те, що для перемоги потрібні рішучі економічні заходи проти РФ. Таким чином, навіть зміна міжнародної кон'юнктури не змінила головного посилу В. Зеленського за кордон: **«Stand with Ukraine»**. Він лише шукає нові аргументи під конкретну аудиторію - для республіканців апелює до образу сили та вигоди (санкції, бізнес витрати Росії), для європейців - до цінностей і безпеки (генератори, біженці, тиск на агресора), для глобального Півдня - до тем продовольства і справедливості (ініціативи на кшталт Grain from Ukraine).

Емоційні режими звернень варіюються від максимально трагічних до надихаючих, але ніколи - байдужих чи нейтральних. В. Зеленський уміло керує колективними емоціями: коли потрібно - шокує світ фотографіями і описами трагедій (Буча, Ізюм), коли потрібно - розчулює (історії окремих людей, як-от шестимісячна дитина, що два місяці прожила в бомбосховищі Маріуполя), в інший момент - підбадьорює гумором чи оптимізмом (як-от у День вишиванки жартував про силу української культури). Ця емоційна різноголосиця є частиною стратегії: підтримувати високий рівень уваги і співпереживання. Особливо важливо, що **емоційність В. Зеленського завжди виглядає щирою, без штучного**

пафосу. Наприклад, у новорічному зверненні 2023 він зізнався: *«2022 рік поранив нас у серце. Ми виплакали всі сльози. Прокричали всі молитви...»*, визнаючи глибину загальнонаціонального болю, після чого одразу формулював спільну мрію: *«Я хочу побажати всім нам одного - перемоги»*. Цей перехід від скорботи до надії - характеристична емоційна динаміка його промов.

Гнів і обурення адресуються лише ворогу та абстрактній несправедливості (він свідомо не показує гніву на союзників навіть, коли є підстави, - лише докірливе здивування, як у випадку з ОБСЄ). **Співчуття і емпатія** - до своїх громадян; **вдячність** - до своїх і чужих, хто допомагає; **гордість** - за народ і армію. Таким чином, В. Зеленський моделює проєктивні емоції: громадяни мають перейняти його тон - злитися на ворога, сумувати за загиблими, пишатися героями, бути вдячними партнерам і вірити в перемогу. Аналіз частоти використання слів із емоційним забарвленням підтверджує цей баланс. Наприклад, слова на кшталт *«гордість/пишаємось»* і *«вдячні»* трапляються майже так само часто, як і *«біль»* чи *«смерть»*. А ключове слово *«перемога»* (у різних формах) ужито сотні разів, майже завжди в контексті впевненості (колокації *«буде перемога»*, *«одержимо перемогу»*, *«рік перемоги»*). Отже, **емоційний режим спрямований на підтримання стійкості та оптимізму**, навіть у найтяжчі моменти.

Політичні меседжі В. Зеленського у зверненнях чіткі та послідовні. Головний з них - *«Україна не лише вистійть, але й переможе, відновить свою цілісність і покарає агресора»*. В різних формах цей меседж присутній з першого дня війни і донині: від заяви *«Нашу землю ми звільнимо. Ми переможемо в цій війні - я впевнений у цьому»* до недавніх слів *«Росія так і не знайшла способу нас зламати. І не знайде»*. Така риторична впевненість виконує функцію самонавмилення нації і демонстрації твердості для союзників (і сигналу Москві про марність спроб змусити Україну здатися). Другий ключовий меседж - *«Світ має*

об'єднатися навколо України, бо ми боремося за спільні цінності». Він верифікується багатьма прикладами: В. Зеленський постійно згадує, що Україна захищає Європу від варварства, що українці - щит, який стримує російську агресію від поширення далі. Цей меседж виправдовує зовнішню допомогу і перетворює її на інвестицію у міжнародний порядок. Третій меседж - *«Ніяких компромісів ціною суверенітету».* В. Зеленський послідовно відкидає ідею поступок агресору: у його промовах немає і згадки про можливість віддати території чи погодитися на «мир» за рахунок капітуляції. Навпаки, він підкреслює: *«Тільки звільнення нашої землі та надійні гарантії безпеки можуть захистити наш народ».* Таким чином він наперед формує рамки будь-яких переговорів: лише на умовах України. Цей меседж особливо важливий після 2024 року, коли з'явилися зовнішні заклики до перемовин - В. Зеленський своїм дискурсом фактично нейтралізує їх, постійно наголошуючи на принципі територіальної цілісності і справедливості.

Підсумовуючи, критичний аналіз і тематичне моделювання звернень В. Зеленського дозволяють розгледіти **гармонійну єдність риторичних стратегій**. Він говорить мовою фактів (щоденні звіти про ситуацію), мовою цінностей (демократія vs. тиранія), мовою емоцій (сльози і гордість) і мовою символів (слава Україні). Через це його комунікація резонує з дуже широкою аудиторією - від простого солдата в окопі до президента далекої країни. В. Зеленський створив дискурс, який водночас **мобілізує внутрішньо, легітимує морально і адвокує зовнішньо**. Ефективність цього дискурсу відображена і в тих реакціях, які фіксувалися в Telegram (десятки тисяч «♥» під постами), і в реальних діях союзників (постачання зброї, санкції), і в збереженні високого морального духу українців.

Як показало дослідження, за різких змін обставин (трагічні удари, затяжна війна, політичні зрушення на Заході) В. Зеленський гнучко змінює акценти, але не відхиляється від обраної лінії. Його меседжі лишаються переконливими, бо підкріплені як раціональними аргументами (фактами

агресії, закликами до інституцій), так і щирими емоціями та етичними принципами.

У підсумку, риторика В. Зеленського стала однією з потужних нематеріальних «видів зброї» України у цій війні - зброєю, що надихає воювати, цементує міжнародну підтримку і наближає перемогу морально ще до того, як вона буде здобута фізично.

3.5. Семантичний аналіз публічної риторики

Для аналізу емоційного забарвлення повідомлень, опублікованих Президентом України в офіційному Telegram-каналі під час російсько-української війни, було застосовано два основних підходи: емоційне лексичне кодування та тематичне моделювання.

Одним з інструментів аналізу став **емоційний лексикон NRC**⁴⁹, розроблений Саїфом. Він дозволяє класифікувати слова за вісьмома базовими емоціями - гнів (anger), передчуття (anticipation), огида (disgust), страх (fear), радість (joy), смуток (sadness), подив (surprise), довіра (trust) - а також за двома полярностями: позитивною (positive) та негативною (negative). Це дає змогу здійснювати якісну оцінку емоційної складової політичного дискурсу, відстежуючи частоту емоцій у різних часових періодах.

Окрім NRC, до аналізу був залучений також **лексикон Loughran-McDonald**, першочергово створений для інтерпретації фінансових текстів. Він містить категорії позитивних, негативних, нейтральних, невизначених та модальних термінів. Водночас слід зауважити, що через свою галузеву специфіку цей лексикон має обмеження в контексті політичного дискурсу: він може пропускати важливу політичну лексику або інтерпретувати її некоректно, оскільки першопочатково не враховував соціально-політичних конотацій. Таким чином, результати, отримані за допомогою цього

⁴⁹ Sentiment Analysis: Analyzing Lexicon Quality and Estimation Errors.
URL: <https://paulvanderlaken.com/2017/12/27/sentiment-analysis-lexicon-quality/>

словника, слід інтерпретувати з урахуванням можливої зміщеності до економічно орієнтованих смислів.

Додатково було використано **тематичне моделювання** методом *Latent Dirichlet Allocation (LDA)*⁵⁰. Це статистичний підхід, який дозволяє виявити приховані тематичні структури у великих текстових корпусах. Кожна тема представлена у вигляді сукупності ключових слів, що дозволяє встановити семантичні домінанти повідомлень та виявити еволюцію змістових акцентів у комунікації глави держави.

Метою є визначення динаміки емоційної тональності, її трансформації в різні часові періоди та виявлення ключових тематичних акцентів президентської комунікації.

У повідомленнях, опублікованих до початку повномасштабної війни, емоційна тональність була загалом стриманою та нейтральною. На графіку, який відображає Sentiment Score для цього періоду (рис.3.5.1), спостерігаються незначні коливання навколо нульової позначки, з помірними позитивними та негативними відхиленнями. Такі характеристики свідчать про переважно інституційний характер комунікації: повідомлення були зосереджені на державних ініціативах, міжнародних зустрічах та внутрішньополітичних питаннях і не містили різких емоційних акцентів.

⁵⁰ Ria Kulshrestha. A Beginner's Guide to Latent Dirichlet Allocation (LDA). 19.07.2019. URL: <https://towardsdatascience.com/latent-dirichlet-allocation-lda-9d1cd064ffa2>



Рис.3.5.1.Динаміка настрою в офіційному Telegram-каналі Президента України (лексикон Loughran) за трьома часовими періодами

З початком повномасштабної російсько-української війни зміст і тональність повідомлень зазнали радикальних змін. Як показано на рис. 3.5.2, у цей період значно зростає частота негативних значень Sentiment Score, що відображено численними червоними стовпчиками великої амплітуди. Пік негативної тональності співвідноситься з ключовими подіями воєнного характеру: масованими обстрілами українських міст,

активізацією фронтових дій, загальнонаціональними кризами.

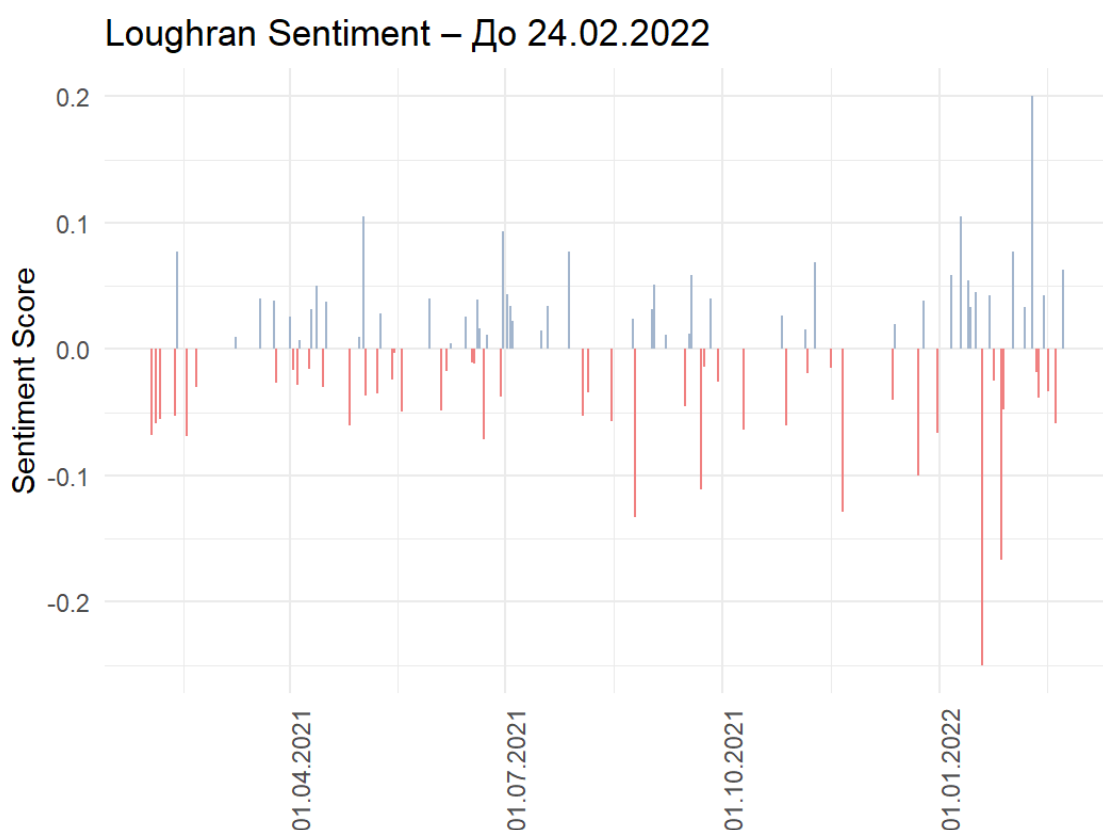


Рис. 3.5.2. Сентимент повідомлень в офіційному Telegram-каналі Президента України до початку повномасштабного вторгнення (до 24.02.2022)

Попри домінування негативних показників, графік демонструє й регулярні позитивні піки, які, як правило, пов'язані з повідомленнями про успіхи Збройних Сил України, підтримку міжнародних партнерів, дипломатичні рішення на користь України та звільнення українських територій.

Таким чином, для цього періоду характерна висока емоційна насиченість, що відповідає інформаційним потребам суспільства в умовах війни та мобілізаційній функції президентської комунікації.

У третьому часовому відрізку (див. рис.3.5.3) зберігається домінування негативних значень, хоча амплітуда їхніх коливань поступово зменшується. Це може вказувати на часткову стабілізацію риторики та адаптацію комунікаційної стратегії до нових політичних реалій. Позитивні

показники присутні, однак їхня інтенсивність нижча, ніж у перші роки війни.

Узагалі динаміка цього періоду засвідчує перехід від різко емоційної, кризової риторики до більш структурованих, інформативних повідомлень, у яких все ще переважають теми оборони, безпеки та міжнародного партнерства.

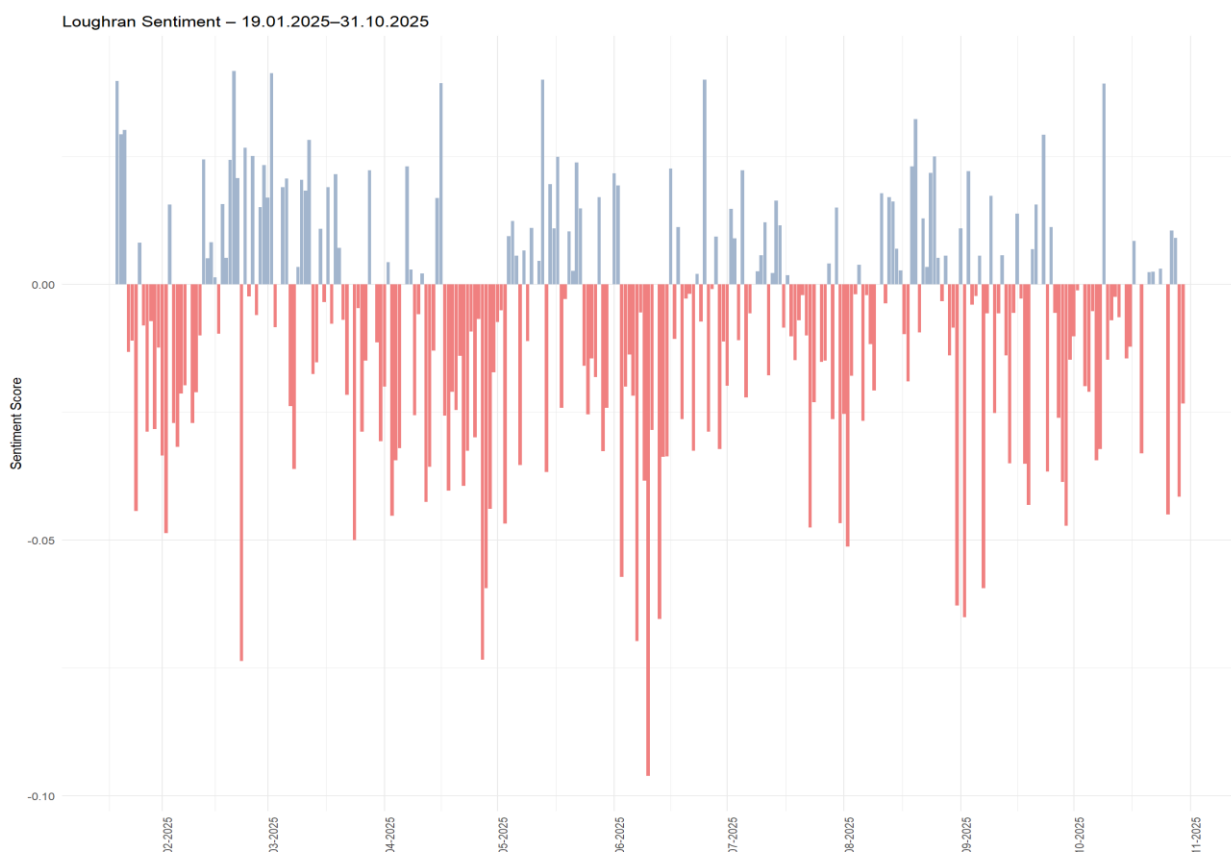


Рис. 3.5.3. Сентимент офіційних звернень Президента України в Telegram у період повномасштабної війни (24.02.2022-19.01.2025)

Лексикон NRC уможливорює диференційоване відстеження емоційних вимірів президентської комунікації, класифікуючи слова за чотирма ключовими категоріями - *fear*, *negative*, *positive* та *trust*. Такий підхід дозволяє оцінити не лише зміст повідомлень, а й їхню **емоційно-прагматичну спрямованість**, що є особливо важливим у контексті комунікації глави держави під час війни (див. рис. 3.5.4).

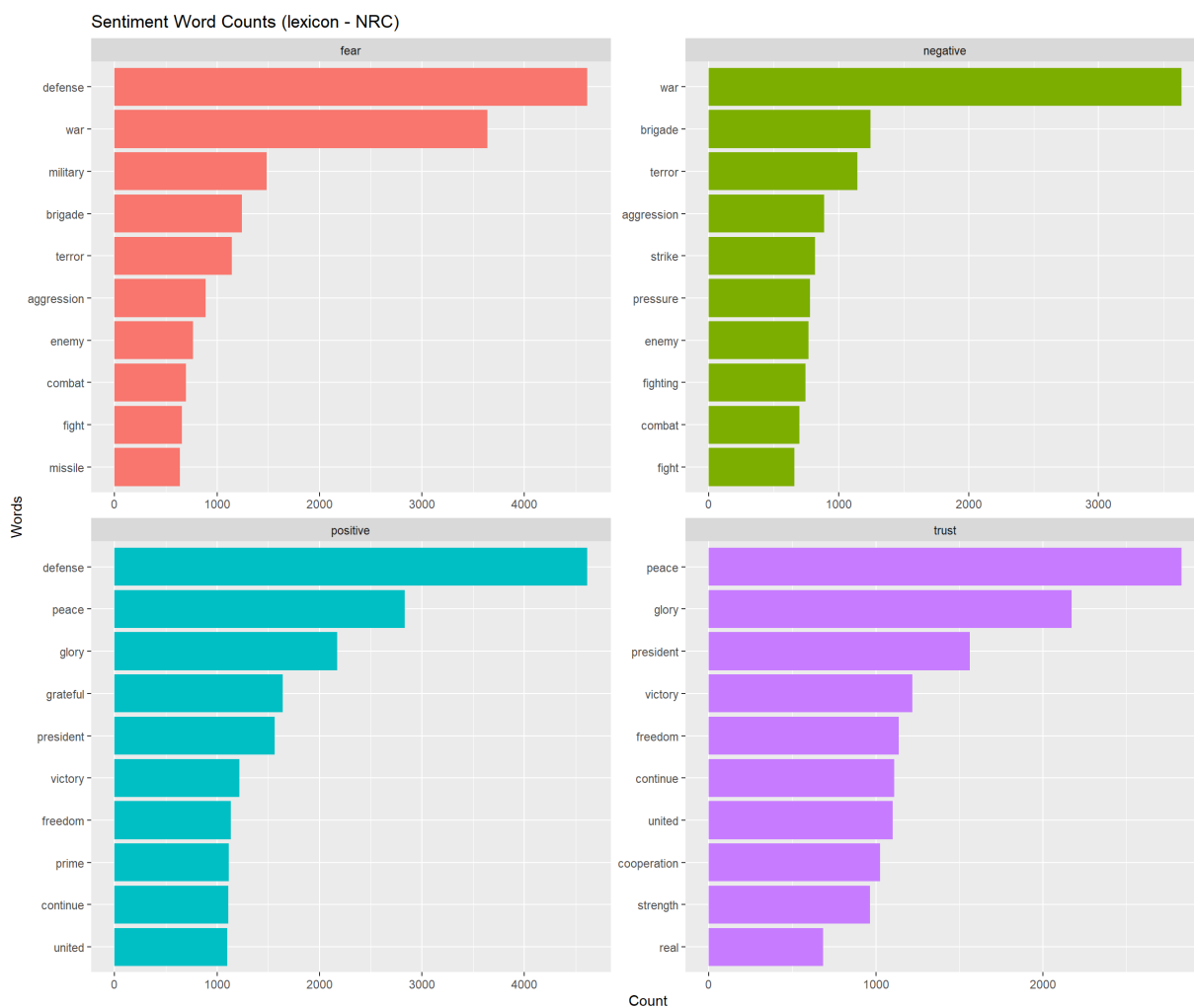


Рис. 3.5.4. Розподіл найчастотніших лексем за емоційними категоріями (*fear*, *negative*, *positive*, *trust*) у повідомленнях офіційного Telegram-каналу Президента України (лексикон NRC)

У категорії *fear* домінують лексеми *war*, *defense*, *military*, *terror*, *aggression*. Уже сам набір цих слів свідчить про те, що страх у президентському дискурсі не є емоцією паніки - він постає як

раціоналізований страх, пов'язаний із реальними загрозами, які потребують від суспільства мобілізації, а не розпачу.

Саме тому поруч із *war* регулярно з'являється *defense*: страх супроводжується рамкою безпеки, що унеможлиблює його неконтрольовану ескалацію.

Категорія *negative* включає слова *terror*, *aggression*, *strike*, *enemy*. Це лексика, яка фіксує **жорстку реальність війни**, демонструючи масштаб насильства та руйнувань. Водночас, негатив у цьому контексті не спрямований на формування песимізму - він виконує функцію **номінації та маркування загрози**, необхідної для мобілізації міжнародної та внутрішньої підтримки.

Важливо, що *fear* і *negative* не є випадковими емоційними реакціями текстів - вони системно вибудовують картину російської агресії, підкреслюючи її масштаб і безперервність.

У категоріях *positive* та *trust* спостерігається інша емоційна логіка. Найчастотнішими є слова *peace*, *glory*, *grateful*, *victory*, *president*.

На перший погляд, такі лексеми протистоять риториці страху та негативу, але у воєнних текстах вони виконують **комплементарну функцію**. Вони є не «пом'якшенням» дискурсу, а інструментом:

- **підтримання суспільної стійкості,**
- **формування колективної надії,**
- **утвердження перспективи перемоги,**
- **побудови довірчих стосунків між владою та громадянами.**

Особливо показовим є поєднання *victory* / *peace* - це концептуальна пара, що структурує бачення майбутнього: мир у комунікації не сприймається як компроміс, а як **наслідок перемоги**, що має суттєве значення у формуванні політичної суб'єктності України на міжнародній арені.

Емоційні категорії NRC особливо виразно проявляються при аналізі їхньої часової динаміки (див. рис. 3.5.5).



Рис. 3.5.5. Динаміка емоційних категорій (fear, negative, positive, trust) у зверненнях Президента України за трьома часовими періодами (лексикон NRC)

У довоєнний період частотність усіх емоційних маркерів є низькою. Це відповідає функції каналу як інструменту інституційної комунікації: інформаційні повідомлення, протокольні записи, звіти про зустрічі. Емоційність тут мінімальна, що є типовим для політичної комунікації в умовах стабільності.

Початок повномасштабної війни супроводжується **різким зростанням frequency у категоріях *fear*, *negative*, але також *positive* та *trust*.**

Це важливий момент: у кризових умовах президентська комунікація не зводиться тільки до опису загроз. Навпаки, риторика набуває **двоїстої структури:**

- *fear* та *negative* позначають ворога і загрозу,

- *positive* та *trust* формують контур майбутнього і зміцнюють віру в перемогу.

Така конструкція є типовою для дискурсів національної стійкості: страх не паралізує, бо його постійно компенсує довіра й надія.

У 2025 році спостерігається зменшення екстремальних значень *fear* і *negative* та домінування більш помірних сигналів у *positive* і *trust*.

Це може вказувати на:

- адаптацію суспільства до воєнної реальності,
- професіоналізацію президентської комунікації,
- переорієнтацію дискурсу з емоційного виживання на дипломатію, безпеку й стратегічний розвиток.

Саме в цей період *trust* виразно виконує функцію підтримання політичної суб'єктності країни: Президент постає не лише як воєнний лідер, але як суб'єкт міжнародних переговорів, що визначає майбутній порядок безпеки.

Динаміка найчастіше вживаних слів у президентському Telegram-каналі за 2021-2025 роки (див. рис. 3.5.6) дозволяє відтворити не лише тематичну структуру повідомлень, а й ширший політичний та безпековий контекст, у якому формувалася публічна комунікація глави держави. Частотність лексем відображає риторику часу: від відносно спокійного періоду до повномасштабної війни, дипломатичних перегонів, криз і спроб стабілізації.

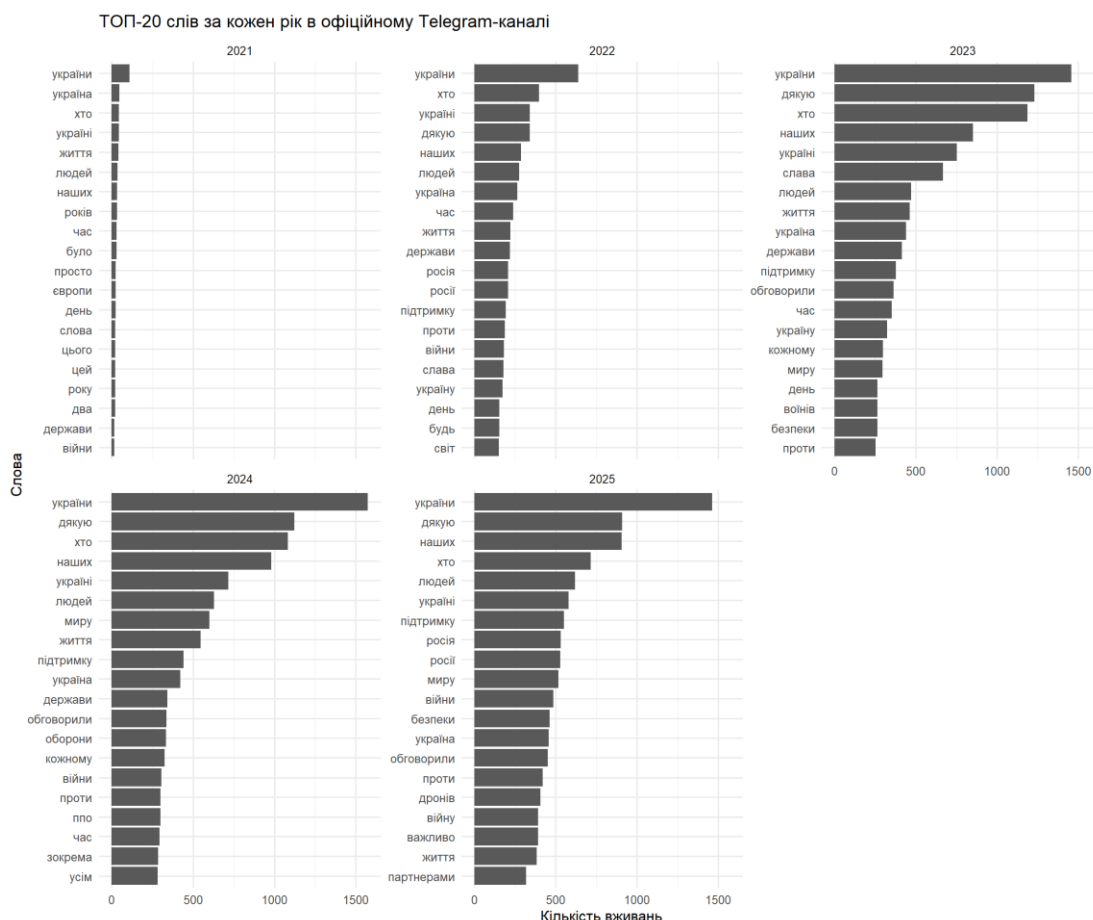


Рис. 3.5.6. Топ-20 найчастотніших лексем у повідомленнях офіційного Telegram-каналу Президента України за роками (2021-2025)

У 2021 році серед найуживаніших слів домінують «України», «людей», «життя», «наш», що відповідає логіці довоєнної комунікації Президента. У цей час Україна перебувала в умовно стабільній, хоча й напруженій безпековій ситуації, на тлі нарощування російських військ біля кордонів. Риторика В. Зеленського була зосереджена на внутрішньодержавних темах: соціальній політиці, економічному відновленні після пандемії, інфраструктурних проєктах, а також зміцненні державності.

Лексеми цього періоду не містять воєнних маркерів, що показує: офіційна комунікація намагалася підтримувати в суспільстві відчуття впевненості та передбачуваності, уникаючи панічних настроїв. Telegram-канал виконував функцію пояснення рішень і підкреслення зв'язку між Президентом та громадянами.

2022 рік ознаменував собою докорінну зміну змісту президентської комунікації. Після початку повномасштабного російського вторгнення ключові слова на кшталт «росії», «війни», «підтримку», «проти», «наших» виходять на перший план. Це відображає нову реальність України, у якій інформація стала не лише інструментом об'єктивного інформування, а й засобом виживання, мобілізації та міжнародної дипломатії.

Часте використання слів, пов'язаних із протистоянням («проти»), вдячністю партнерам («дякую»), національною ідентичністю («україн»), створює картину комунікації, що одночасно:

- мобілізує суспільство;
- формує вектор спільного опору;
- консолідує міжнародну коаліцію підтримки.

2022 рік - це рік жорстких боїв, оборони Києва, деокупації півночі України, драматичних подій у Маріуполі, активізації дипломатії. І ця динаміка чітко відбивається в лексиці: тексти стають коротшими, емоційнішими, спрямованими на підтримку морального духу.

У 2023 році спостерігається збереження воєнної риторики, проте водночас посилюється тема вдячності («дякую»), менш емоційної, але стабільної підтримки («підтримую», «кожному»), безпеки та державності. Така зміна пов'язана з тим, що 2023 рік став роком:

- продовження міжнародних переговорів про озброєння,
- активної роботи з партнерами у форматі «Рамштайн»,
- обговорення питань гарантій безпеки,
- підготовки та реалізації контрнаступних операцій,
- відбудови інфраструктури після масованих обстрілів 2022 року.

У лексиці цього року менше шоківих та кризових емоцій, але більше системної, дипломатичної риторики. Фокус зміщується з опису бойових подій до стратегічних питань розвитку, підтримки партнерства, зміцнення міжнародної суб'єктності України.

У 2024 році серед найуживаніших слів виокремлюються «миру», «обороні», «держави», «зустрілися», «обговорили». Це відображає інтенсивність міжнародної дипломатії, роботу над реалізацією «української формули миру», участь у міжнародних самітах і перемовинах щодо гарантій безпеки.

Також у лексиці з'являється більше згадок про партнерство («партнерами»), відбудову, внутрішню стабільність. Попри те, що війна триває, комунікація Президента прагне збалансувати наголоси: водночас підкреслюється необхідність оборони та окреслюється бачення майбутнього миру.

Початок 2025 року демонструє ще більшу стабілізацію й поглиблення дипломатичної тематики. У ТОП-лексемах домінують «партнерами», «обговорили», «безпеки», «людей», «життя». Це свідчить про повернення до більш довгострокових, стратегічних питань:

- укладання безпекових угод,
- планування післявоєнної відбудови,
- формування нових коаліцій підтримки,
- підготовки до політичних процесів у Європі та США.

Риторика стає менш емоційною, але більш системною та дипломатичною. Це відображає етап, на якому Президент не лише реагує на воєнні події, а й активно працює над міжнародною архітектурою безпеки та внутрішньою стабільністю країни.

Тематичне моделювання на основі Latent Dirichlet Allocation (LDA) із трьома темами ($k = 3$) дозволяє виявити приховані смислові кластери в повідомленнях Telegram-каналу Президента України. На рисунку (див. рис. 3.5.7.) представлено домінантні терміни для кожної з трьох тем, що

дозволяє інтерпретувати їх як **три стійкі напрямки президентського дискурсу у 2021-2025 роках.**

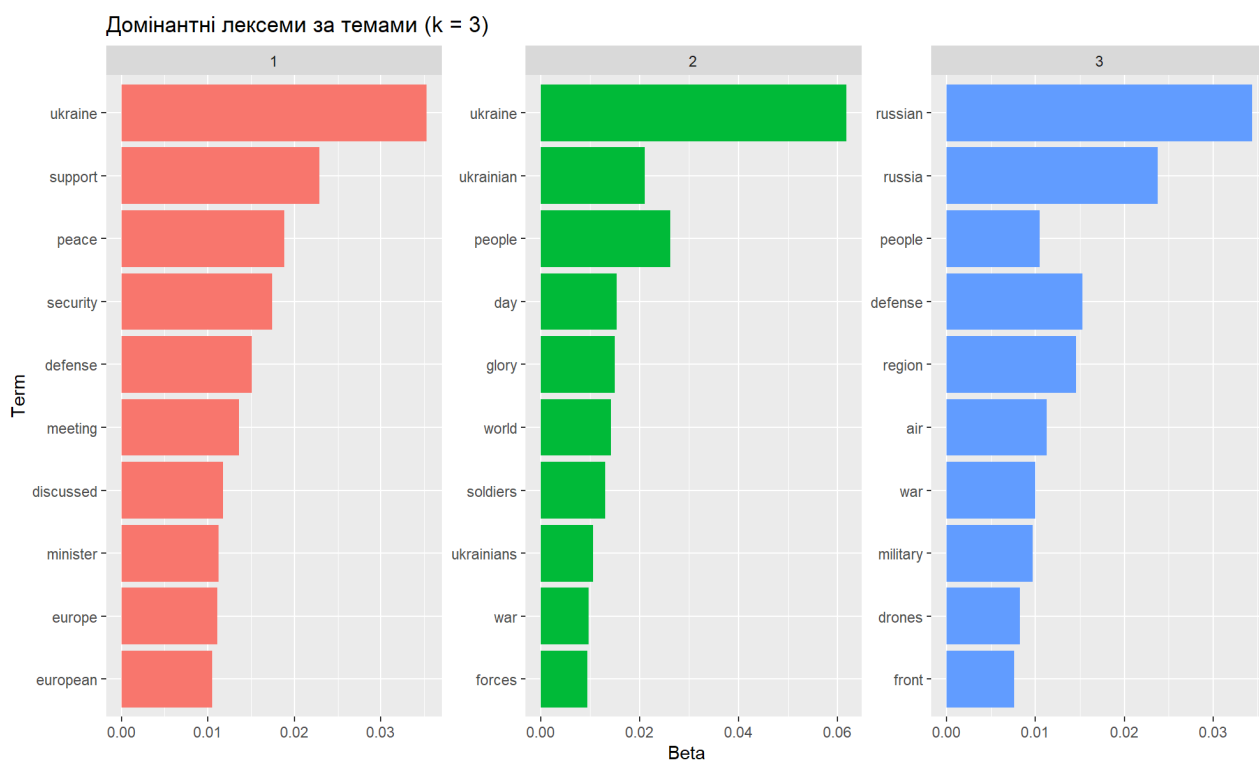


Рис. 3.5.7. Домінантні лексеми тематичних кластерів у повідомленнях офіційного Telegram-каналу Президента України (LDA, k = 3)

Тема 1: Національна ідентичність та воєнна мобілізація

(«ukraine», «ukrainian», «defense», «glory», «soldiers», «forces», «military», «brigade»)

Перша тема демонструє найвищу концентрацію слів, що формують **вісь національної ідентичності та воєнної боротьби**. Вона зосереджена навколо ключового терміна *ukraine*, який виступає смисловим ядром. Поруч із ним - лексеми *ukrainian*, *soldiers*, *forces*, *brigade*, *military* - тобто лексичні маркери, що позначають збройний спротив, захист територіальної цілісності та героїзм українців.

Значущість слів *glory* та *day* відображає підкреслену увагу до **риторики пам'яті, подвигу та символічної єдності суспільства**. У сукупності ця тема є ідеологічним підґрунтям комунікації Президента:

вона описує війну не лише як військову подію, а як **національний спільний досвід**, формуючи наратив про стійкість, жертовність і непохитність українських громадян.

Таким чином, Тема 1 - це **дискурс ідентичності та спротиву**, що забезпечує основу для емоційних категорій *fear*, *negative*, *trust* та *positive*, описаних у попередніх підрозділах.

Тема 2: Дипломатія, підтримка і безпековий порядок денний

(«support», «peace», «security», «defense», «meeting», «discussed», «minister», «european», «president»)

Друга тема має виразний **дипломатичний та міжнародний** характер. Вона фіксує комунікацію, що описує:

- співпрацю з партнерами (*support, european*),
- переговори та зустрічі (*meeting, discussed, minister*),
- питання безпеки (*security, defense*),
- стратегічне бачення миру (*peace*).

Наявність слова *peace* у цій темі у поєднанні з *security* та *support* демонструє важливу рису президентського дискурсу: **мир розглядається не як компроміс, а як результат активної дипломатії та зміцнення оборонних можливостей України.**

Ця тема формує наратив суб'єктності: Україна постає не як держава-жертва, а як держава-учасник міжнародних процесів, що веде переговори, укладає угоди, отримує підтримку й визначає майбутню архітектуру безпеки.

Таким чином, Тема 2 виконує функцію **раціонального ядра дискурсу**, яке врівноважує емоційну напруженість теми спротиву.

Тема 3: Опис агресора, загроз та гуманітарного виміру війни

(«russian», «people», «russia», «war», «world», «air», «life», «drones», «terror», «region»)

Третя тема представляє **опис російської агресії та її наслідків**. Вона має найбільшу концентрацію лексем, що позначають:

- агресора (*russian, russia*),
- характер війни (*war, terror, drones*),
- гуманітарний вимір (*people, life, region*),
- глобальний контекст (*world*).

Ця тема відтворює інформаційний вимір війни: **факти обстрілів, терору, руйнувань, атак дронами, жертв серед цивільного населення.**

Слово *people* посідає помітне місце, що відображає постійний акцент Президента на цивільних, які стали мішенями російських ударів. Це демонструє зсув дискурсу від вузько-військового до гуманітарного, де люди та їхнє життя є центральними.

Тема 3 виконує функцію **моральної рамки**, у якій російська агресія постає не лише як військовий злочин, але як системне порушення прав людини. Вона також інформаційно обґрунтовує необхідність партнерської підтримки (Тема 2) та оборонної стійкості (Тема 1).

ВИСНОВКИ

Політична комунікація в умовах повномасштабної війни набула принципово нових форм і значень. Нові медіа, зокрема Telegram, стали ключовим інструментом оперативного інформування, мобілізації населення та формування національного дискурсу. У центрі цієї комунікації - Президент України В. Зеленський, чий публічний дискурс у Telegram відображає як стратегічні настанови держави, так і емоційно забарвлені меседжі, спрямовані на підтримку морального духу суспільства.

Дослідження дозволило комплексно розглянути публічні повідомлення В. Зеленського в Telegram-каналі «Zelenskiy / Official» у період з 24 лютого 2022 року до початку 2024 року. Було сформовано емпіричну базу з понад тисячі повідомлень, яка лягла в основу подальшого критичного дискурс-аналізу, аналізу емоційної тональності (sentiment analysis) та тематичного моделювання (topic modeling).

Застосування критичного дискурс-аналізу дало змогу виокремити домінантні наративи президентської комунікації. Зокрема, чітко простежуються теми національної єдності, оборони, вдячності союзникам, героїзації ЗСУ, а також фрейми «Україна - жертва» і «Україна - герой». Президентський дискурс вибудовується як драматургічне протиставлення добра і зла, у якому Україна - сторона, що бореться за свободу, а Росія - агресор, відповідальний за воєнні злочини.

Аналіз емоційної тональності показав, що в більшості повідомлень переважають позитивні емоції - надія, довіра, гордість. При цьому негативна лексика (страх, гнів) з'являється переважно у зв'язку з повідомленнями про трагедії, жертви або воєнні злочини. Такий баланс емоцій дозволяє підтримувати громадянський оптимізм навіть у найважчі періоди.

Тематичне моделювання дозволило виокремити п'ять ключових змістових кластерів: оборонно-бойовий (повідомлення про дії ЗСУ), дипломатичний (зустрічі, звернення до міжнародної спільноти), соціально-гуманітарний (допомога, підтримка постраждалих), ідеологічний (цінності, єдність, перемога) та ритуально-символічний (державні свята, вшанування героїв). Ці теми системно переплітаються у щоденній комунікації та відображають стратегічні цілі України.

У процесі дослідження було перевірено сформульовані дослідницькі тези. Перша теза, згідно з якою основна конотація повідомлень у Telegram-каналі В. Зеленського протягом перших двох років війни пов'язана з риторикою перемоги, тоді як у наступні роки її інтенсивність зменшується, **частково підтвердилася**. Аналіз лексичних і тематичних маркерів засвідчив, що у 2022-2023 роках домінували наративи героїзму, неминучої перемоги та моральної переваги України, які виконували виразну мобілізаційну функцію. Водночас у 2024-2025 роках риторика перемоги не зникає, проте трансформується: вона стає менш емоційно експресивною та поступається місцем прагматичним меседжам, пов'язаним із довгостроковою безпекою, стійкістю держави, відновленням інфраструктури та майбутнім після війни. Таким чином, зменшення емоційної інтенсивності не означає спростування наративу перемоги, а свідчить про його адаптацію до нового етапу війни.

Друга теза, відповідно до якої у Telegram-дискурсі В. Зеленського домінують повідомлення, пов'язані з безпекою та зовнішньополітичною діяльністю, тоді як внутрішньополітична тематика є другорядною, **повністю підтвердилася**. Тематичний аналіз показав стабільну перевагу наративів оборони, військової ситуації, міжнародної допомоги, подяки союзникам та викриття злочинів агресора. Внутрішньополітичні питання соціально-економічного або інституційного характеру практично не представлені у порядку денному Telegram-каналу, що свідчить про свідоме

звуження дискурсивного поля до екзистенційно важливих тем війни та виживання.

Загалом результати дослідження дають підстави стверджувати, що політичний дискурс В. Зеленського в Telegram є адаптивним, контекстуально зумовленим і стратегічно вивіреном. Він змінюється відповідно до етапів війни, поєднуючи емоційні та раціональні компоненти, і виконує функцію символічного управління кризою. Через цей дискурс конструюється образ колективного «ми», легітимується тривала боротьба з агресором та поступово формується наратив майбутнього відновлення України.

У цілому, дискурс В. Зеленського в Telegram став унікальним прикладом цифрового лідерства під час війни. Його стиль поєднує щирість, рішучість та емоційну насиченість, що формує глибокий емоційний зв'язок із аудиторією. Платформа Telegram виявилася не лише каналом інформування, а й простором колективного переживання війни, де політичне лідерство набуває нових, людяніших форм.

Таким чином, можна зробити висновок, що комунікація Президента України у Telegram - це ефективна стратегія формування публічного дискурсу в умовах війни. Вона дозволяє оперативно реагувати на виклики, підтримувати довіру суспільства та доносити позицію України на міжнародному рівні. Досвід В. Зеленського може стати цінним прикладом для вивчення цифрового політичного лідерства в умовах конфліктів і криз.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Баловсяк Надія. Інтернет, соцмережі, стримінги та відео. Найцікавіше зі звіту Digital 2025. Медіамейкер.2025. URL: <https://mediamaker.me/najczikavishe-zi-zvitu-digital-2025-pro-vzayemodiyu-z-czyfrovy-my-tehnologiyamy-16257/>
2. Вібла А. І. Критичний дискурс-аналіз як напрям дослідження політичного дискурсу // Людина, суспільство, політика: актуальні виклики сучасності. 2017. URL: <https://dspace.onua.edu.ua/server/api/core/bitstreams/c92ea6cd-45d2-4fd2-82c4-f6af71d1f2e4/content>
3. Лукіна Л.В. Політичний дискурс: сутність та особливості застосування. 2021. URL: http://politicus.od.ua/2_2021/13.pdf
4. Полікот Олександр. Популярний Telegram — «шпигун у кишені кожного українця»? Радіо Свобода. 01.05.2024. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/telegram-ukrayina-rosiya-shpyhun/32929484.html>
5. Результати Всеукраїнського опитування для Консультативної місії Європейського Союзу в Україні. КМІС, 2023. URL: <https://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1307&page=1>
6. Семенець О. О. Дискурсивні практики проукраїнських телеграм-каналів періоду Великої війни (2022–2023 рр.). Вчені записки ТНУ ім. В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. 2023. URL: https://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2023/5_2023/35.pdf
7. Солодка Анжеліка, Мороз Тетяна. Оцінна лексика як характеристика сучасного політичного дискурсу. International Science Journal of Education and Linguistics. 2024. URL: <https://isg-journal.com/isjel/article/download/668/383>
8. Apaar Bawa. Telegram as a Battlefield: Kremlin-Related Communications During the Russia–Ukraine Conflict. 2025. URL:

- https://www.researchgate.net/publication/Telegram_as_a_Battlefield_Kremlin-Related_Communications_During_the_Russia-Ukraine_Conflict
9. Butyrina M., Temchenko L. Телеграм як середовище просування російських дезінформаційних наративів: канали, методи, фрейми. *Communications and Communicative Technologies*. 2023. URL: <https://cct.dp.ua/index.php/journal/article/view/227>
 10. Chadwick A. *The Hybrid Media System: Politics and Power*. Oxford. Oxford University Press, 2017. URL: <https://global.oup.com/academic/product/the-hybrid-media-system-9780190696726>
 11. Chilton P.. *Analysing Political Discourse: Theory and Practice*. London. Routledge. 2004. URL: <https://voidnetwork.gr/wp-content/uploads/2016/10/Analysing-political-discourse-Theory-and-Practice-by-Paul-Chilton.pdf>
 12. Detector Media. Користування Telegram в Україні за часи війни збільшилось у 8 разів. 17.06.2022. URL: <https://ms.detector.media/sotsmerezhi/post/29684/2022-06-17-korystuvannya-telegram-v-ukraini-za-chasy-viyny-zbilshylos-u-8-raziv/>
 13. Fairclough, Norman. *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. London. Longman. 1995. URL: <https://www.felsemiotica.com/descargas/Fairclough-Norman-Critical-Discourse-Analysis.-The-Critical-Study-of-Language.pdf>
 14. Fillmore, Charles J. *Frame Semantics* // Geeraerts, Dirk (ed.). *Cognitive Linguistics: Basic Readings*. Berlin: Mouton de Gruyter, 2006. URL: <https://arkitekturadellenguaje.wordpress.com/wp-content/uploads/2013/11/cognitive-linguistics-basics-readings-dirk-geeraerts.pdf>
 15. Ghasiya, P., Sasahara, K. Messaging strategies of Ukraine and Russia on Telegram during the 2022 Russian invasion of Ukraine. *First Monday*. URL: <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/12873>

16. Glinka N., Voloshchuk I. Digital communication in the wartime. 2023. URL: https://www.researchgate.net/publication/375149637_DIGITAL_COMMUNICATION_IN_THE_WARTIME
17. Hagen, Loni, Keller, Thomas E., Neely, Stephen R., DePaula, Nic. Crisis Communications in the Age of Social Media. 2018. URL: https://www.researchgate.net/publication/319209020_Crisis_Communications_in_the_Age_of_Social_Media
18. Hoskins, A., O'Loughlin B. War and Media: The Emergence of Diffused War. Cambridge. Polity, 2022. URL: https://www.researchgate.net/publication/271014446_War_and_Media_The_Emergence_of_Diffused_War
19. Hu, Degen, Wang, Chenyang. Hybrid media warfare: Discourse analysis of Russian and Ukrainian MFA websites on the Bucha Incident. 2025. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2772503025000702>
20. Hu, H., Wang, P. Competing narratives in wartime communication: A critical discourse analysis of official statements on the Bucha massacre from Russia and Ukraine . Journal of Language and Politics. 2023. URL: https://www.researchgate.net/publication/396087233_Hybrid_Media_Warfare_Discourse_Analysis_of_Russian_and_Ukrainian_MFA_Websites_on_the_Bucha_Incident
21. Istratie-Macarov A-L. Analysis of Volodymyr Zelenskyy's Telegram Posts by Means of Text Mining // Analele Universității „Ovidius” Constanța. Seria Filologie. 2023. URL: <https://litere.univ-ovidius.ro/Anale/2023-volumul-1/I.%20Linguistics%20and%20translation%20studies/3.pdf>
22. Kulshrestha R. A Beginner's Guide to Latent Dirichlet Allocation (LDA). 2019. URL: <https://towardsdatascience.com/latent-dirichlet-allocation-lda-9d1cd064ffa2>
23. Moutzouridis A. A war beyond the war: The use of propaganda in social media in the 2022 Russo-Ukrainian conflict. Black Sea and Eastern Mediterranean

- Review. 2023. URL:
<https://lawjournals.unic.ac.cy/index.php/bsemr/article/view/60/36>
- 24.Omelchenko M. Narrative aspects of strategic communication of President Zelenskyi on Twitter social network during the Russo-Ukrainian war. 2025. URL:
https://www.researchgate.net/publication/393302623_Narrative_aspects_of_strategic_communication_of_President_Zelenskyi_on_Twitter_social_network_during_the_Russo-Ukrainian_war
- 25.van Dijk, Teun A. Discourse and manipulation // Discourse & Society. 2006. URL: <https://discourses.org/wp-content/uploads/2022/07/Teun-A.-van-Dijk-2006-Discourse-and-manipulation.pdf>
- 26.van Dijk, Teun A. Discourse and Power. London. Palgrave Macmillan, 2016. URL: <https://www.palgrave.com/gp/book/9781137260425>
- 27.van Dijk, Teun A. What is political discourse? Belgian Journal of Linguistics. 1997.URL: https://e-l.unifi.it/pluginfile.php/909651/mod_resource/content/1/Van%20Dijk%20Waht%20is%20political%20discourse%20analysis.pdf
- 28.Wahl-Jorgensen K. Emotions, Media and Politics. Cambridge: Polity, 2019. URL: https://www.politybooks.com/bookdetail?book_slug=emotions-media-and-politics--9780745661049
- 29.Wodak R. The Politics of Fear: The Shameless Normalization of Far-Right Discourse. 2021. URL:
https://www.researchgate.net/publication/350994220_The_Politics_of_Fear_The_Shameless_Normalisation_of_Far-right_Discourse
- 30.Yanchenko, Oksana, Hampfrecht, Markus. Strategic Narratives of the Russia–Ukraine War in European Social Media. Information, Communication & Society.2025. URL:
https://www.researchgate.net/publication/395055339_Strategic_Narratives_on_Social_Media_How_Information_Environments_Shape_the_Russian-Ukrainian_War_Discourse_in_Seven_European_Countries