

Кошелюк О. В.

Волинський національний університет імені Лесі Українки

Благовірна Н. Б.

Волинський національний університет імені Лесі Українки

НОВІ КАНАЛИ СТРАТЕГІЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ТА ПРОТИДІЯ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ: ВИКЛИКИ ЄС ТА УКРАЇНИ

Статтю присвячено дослідженню офіційних українських мобільних застосунків як каналів стратегічної комунікації та протидії дезінформації. Аналіз здійснено на основі мобільних застосунків «Дія», «Резерв+», «Армія+», «Г'т Ukrainian». Попри те, що і в ЄС, і в Україні залишаються незмінно важливими традиційні медіа (друковані, радіо- чи телевізійні), стратегічна функція переходить до соцмереж і мобільних застосунків.

Роль мобільних застосунків у підтримці діалогу між владою та громадянами визначає сферу та цільову аудиторію цих комунікацій. Мобільний додаток «Дія» стратегічно розрахований на загальну багаторівневу аудиторію, яку складно охопити через її різномірність, продовжувані воєнні дії, постійні міграції населення в межах країни чи закордон. Для інших українських мобільних застосунків стратегічного значення («Резерв+», «Армія+», «Г'т Ukrainian», додатків повітряної тривоги «Мапа тривоги», «Повітряна тривога») звуження їх функціонального призначення та сегментація аудиторії визначає логіку та структуру інформаційної взаємодії, як-от: укладання новинних рубрик, набір доступних дій, послуг, залучення інших каналів комунікації, наприклад, чатботів, електронних / ШІ-помічників, функціонування системи сповіщень, інформаційно-довідкових рубрик, можливості онлайн-взаємодії, розбудову екосистеми сумісних мобільних застосунків та соціальних медіа.

Особливу увагу у статті зосереджено на тому, що стратегічна комунікація держави та публічна дипломатія за кордоном із виключно політичної переходить у громадську дипломатію, що вирішує одразу два виклики в Україні та країнах ЄС: 1) підвищує довіру до демократичних інституцій і влади, 2) розширює систему протидії дезінформації у цифровій площині.

Дослідження виявило, що мобільні застосунки є водночас і цифровими майданчиками розгортання кампаній з протидії дезінформації, стратегічною системою для об'єднання громадянського суспільства в кризові періоди, комунікації та громадської дипломатії.

Ключові слова: стратегічні комунікації, незалежні ЗМІ, протидія дезінформації, медіаграмотність, канали комунікації, новини, суспільна думка, мобільні додатки, громадська дипломатія.

Постановка проблеми. Останнім часом із появою нових загроз (російсько-українська війна, розхитування безпекової ситуації в ЄС, збільшення дезінформації та інформаційного маніпулювання в українському та європейському медіапросторі) цілком виправдано зросла увага до стратегічних комунікацій на внутрішньому та зовнішньому рівнях. Українська держава опинилася в ситуації, коли стратегічні комунікації, що включають в себе цілий комплекс меседжів, заходів, дій і формування візій майбутнього, стикаються з потребою швидкої протидії дезінформації, моніторингу стану інформаційних загроз та операцій, ведення ефективної антикризової комунікаційної та інформаційної діяльності тощо. І цей список мультизавдань стратегічного значення можна продовжувати

довго. Якщо додати до цього зовнішній політичний тиск, інформаційні війни та ускладнену на рівні суспільної довіри внутрішню комунікацію, а також постійний запит від медій та громадянського суспільства щодо інформаційної відкритості влади, то важливість розбудови правильної та ефективної стратегічної комунікації є першочерговим завданням.

Велика частина цієї стратегічної комунікаційної роботи в Україні знаходиться в підзвітній діяльності різних міністерств, профільних департаментів і центрів (наприклад, Міністерства культури та стратегічних комунікацій України, Департаменту публічної дипломатії та стратегічної комунікації при Міністерстві закордонних справ України, Центру стратегічних комунікацій, Центру проти-

дії дезінформації при РНБО України, Офісу Президента України та ін.). Попри таке розпорошення їх об'єднує робота з розвінчення дезінформації та спростування неправдивих інформаційних повідомлень, в такий спосіб сприяючи поширенню довіри до інституцій та підвищенню медійної грамотності серед населення. Адже протидія дезінформації та розбудова нових доступних каналів інформування – найбільші виклики, з якими стикнулася не тільки Україна, а й держави ЄС. За даними Європарламенту за жовтень 2025 року, 66% жителів Європи стикалися з дезінформацією та фейковими новинами протягом останніх семи днів. Розпізнати дезінформацію при цьому не може кожен третій європейець [12]. В Україні ці показники теж високі, саме тому на часі вивчення нових каналів протидії дезінформації та розбудови стратегічних комунікацій в Україні та ЄС.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню стратегічних комунікацій під час російсько-української війни присвячено розвідки таких вітчизняних науковців, як Н. Карпчук, В. Ліпкан, Л. Макаренко [4], Є. Тихомирова, С. Федонюк [7] та ін. Медіаграмотність та протидія дезінформації в контексті використання мобільних застосунків під час війни є предметом досліджень у розвідках Н. Благовірної, О. Кошелюк [3], [9]. Загалом компетентностям роботи в інформаційному просторі, цифровій грамотності присвячено працю Х. Тінмаз, Й. Лі, М. Фане-Івановічі, Х. Бабер [13].

Постановка завдання. Мета нашої розвідки – розглянути потенціал нових каналів стратегічних комунікацій та протидії дезінформації у контексті викликів в Україні та ЄС.

Виклад основного матеріалу. Стратегічний діалог між державою і громадянським суспільством будується завдяки різноманітним каналам. Попри те, що і в ЄС, і в Україні залишаються незмінно важливими традиційні медіа (друковані, радіо- чи телевізійні), дедалі частіше стратегічними каналами комунікації стають соціальні мережі і мобільні застосунки. Швидкість контакту з потенційною аудиторією, легкість, доступність у користуванні, можливість оперативної взаємодії та зворотного зв'язку (а отже, і побудови якісного діалогу, демократичної співучасті суспільства у політичних процесах та більш «якісних урядових комунікаціях» [1]). Разом із тим соціальні медіа, як свідчать численні дослідження [1], [3], [9], [12], [13], є також і найбільшими каналами поширення дезінформації. «Інформаційні загрози, такі як дезінформація, розривають тканину, яка

об'єднує суспільства. Вони підривають довіру людей до урядів та інших державних інституцій» [10], тож на часі пошук справді ефективних каналів комунікацій та поширення верифікованих фактів в умовах війни для забезпечення від маніпуляцій та дезінформації.

В Україні після повномасштабного вторгнення у 2022 році активними і новими каналами поширення новин та урядової інформації стали мобільні застосунки. Епоха розвитку мобільних додатків як стратегічних каналів комунікації розпочалася після презентації Президентом України В. Зеленським ідеї «держави у смартфоні» 23 травня 2019 року. Цифрову платформу було розроблено для якісної комунікації з державою та участі громадського сектору в її управлінні. Офіційний запуск українського мобільного застосунку «Дія» та веб-порталу «Дія. Цифрова грамотність» (пізніше «Дія. Цифрова освіта», тепер «Дія. Освіта») відбувся 6 лютого 2020 року. Нарощення цифрового функціоналу «Дії» відбувалося поступово, починаючи з 2 квітня 2020 року, доєднуючи все більше можливостей комунікації та урядових послуг для користувачів. Сьогодні на порталі «Дія» доступними є не лише основні послуги та інформація про впровадження державних програм, доступних для громадян України. У застосунку «Дія» представлено інформування про 1) захист та безпекову діяльність держави (розділи «Допомога армії», «Незламність», «Військові облігації», «Лінія дронів», чатбот «Ворог»), 2) державну підтримку для різних категорій населення, в тому числі й тих, які постраждали від війни або опинилися в складних життєвих ситуаціях (розділи «Допомога від держави», «Допомога по безробіттю», «Послуги для ВПО», «Міжнародний реєстр збитків»), 3) опитування, 4) розваги («Дія. TV», «Дія. Радіо»).

Розглянемо з позиції стратегічних комунікацій два останні розділи, адже саме вони передбачають безпосередній зворотній зв'язок і впливають на те, як відбувається комунікація у додатку. Так, у розділі «Опитування» маємо активні та завершені взаємодії. Аналіз опитувань, у яких взяло участь найбільше користувачів, показує важливість тих чи інших тем для суспільства: наприклад, найбільшими за рівнем взаємодії і кількістю голосів респондентів, а також подальшими публічними урядовими рішеннями на основі цієї взаємодії є опитування, у яких загалом взяло участь понад 5 млн українців: «Чи залишити вихідним 8 березня» (2 138 838 осіб), «Як ви ставитеся до володіння українцями зброєю» (1 726 542 осіб) та «Якій

даті святкування Різдва ви віддаєте перевагу» (1 531 253 осіб).

Мобільний застосунок «Дія» дає можливість прямої комунікації уряду щодо стратегічних програм діяльності, наприклад, опитування щодо назви нового президентського проєкту («Смартфон»), обрання членів Антикорупційної експертної групи при PlayCity (найбільшу кількість голосів отримала Анастасія Шевченко від організації «Антикорупційна сокира»), опитування щодо найкориснішої нової цифрової послуги (послуга зі зміни місця реєстрації). Так відбувається взаємодія та побудова діалогу між суспільством і державою. Що прикметно, вперше 7 серпня 2025 було застосовано додаток «Дія» для виборів представників громадянського суспільства до консультативно-дорадчого органу при Державному агентстві з контролю грального та лотерейного бізнесу в Україні – Антикорупційної експертної групи. Сторінка застосунку містила коротку інформацію про вибори, пояснення для громадян, чому їх голос важливий, а також електронні «бюлетені» з активним списком кандидатів, інформаційну довідку та їх мотивацію участі при відкритті вкладки. Це значно розширює можливості мобільного застосунку «Дія» для стратегічних комунікацій держави, зокрема надання вичерпної та достовірної інформації громадянам, залучення їх до взаємодії з владою та контролю за владними інституціями, а також створює можливості для проведення цифрових виборів будь-якого рівня в Україні, як тільки війна завершиться.

Аналізуючи розділ «Розваги» у застосунку «Дія», звертаємо увагу, що його присвячено українським (переважно) телевізійним та радійним ЗМІ. Інтеграція медійних каналів в урядовий мобільний застосунок «Дія.TV» та «Дія.Радіо» передбачає взаємодію у таких напрямках:

1) у рубриці «Новини» уряд пропонує користувачам мобільного додатку дізнаватися про новини з телеканалів «Рада», «CNN», «Армія ТБ». Це означає, що держава впливає на формування порядку денного, основними темами якого визначено суспільно-політичне життя країни (телеканал «Рада» з телемарафоном «Єдині новини»), новини війни та оборони («Армія ТБ»), а також закордонні новини від провідної телерадіокомпанії CNN (США).

2) рубрика музичних телеканалів пропонує для аудиторії телеканал «Megogo Music»,

3) для перегляду усією родиною у застосунку можна знайти контент для дорослих та дітей суспільно-політичного характеру (телеканал «Сус-

пільне. Київ»), новини культури («Суспільне Культура»), спорту (телеканал «XSPORT+»), дитячий контент («ПлюсПлюс», «Піксель»).

4) «Дія.Радіо» передбачає включення ефіру Українського радіо до прослуховування.

Стратегічна роль мобільних застосунків у підтримці діалогу між владою та громадянами визначає сферу та цільову аудиторію цих комунікацій. Якщо стратегічно мобільний додаток «Дія» був розрахований на загальну багаторівневу аудиторію, яку складно охопити через її різномірність, продовжувані воєнні дії, постійні міграції населення в межах країни чи закордон, то, наприклад, для інших українських мобільних застосунків стратегічного значення звуження їх функціонального призначення та сегментація аудиторії визначає логіку та структуру інформаційної взаємодії, як-от: укладання новинних рубрик, набір доступних дій / послуг, залучення інших каналів комунікації, наприклад, чатботів, електронних / ШІ-помічників, функціонування системи сповіщень, інформаційно-довідкових рубрик, можливості онлайн-взаємодій, розбудову екосистеми сумісних мобільних застосунків та соціальних медіа тощо.

Стратегічна комунікація в умовах воєнного стану часто передбачає активний та постійний обмін інформацією з конкретними групами цільової аудиторії. Цифрові мобільні платформи, зокрема, для військовозобов'язаних, призовників, резервістів, чинних військових розроблені Міністерством оборони України спільно з Генштабом ЗСУ та представлені мобільними застосунками «Резерв+» (2024), «Армія+» (2024). Перший застосунок обов'язковий для усіх військовозобов'язаних, відображає дані Єдиного державного реєстру призовників, військовозобов'язаних та резервістів «Оберіг». Додаток «Резерв+» [5] крім функціоналу даних реєстру покликаний активно взаємодіяти з ТЦК, Міністерством оборони України через можливість отримати військово-обліковий документ, виправити дані онлайн, знайти потрібну інформацію у рубриці «Питання-відповіді». Мобільний застосунок також має сповіщення та пропонує вакансії у ЗСУ, чим підтверджує свою стратегічну місію.

На відміну від «Резерв+» офіційний мобільний додаток «Армія+» [2] виконує комунікаційну та стратегічну роль у взаємодії чинних військовослужбовців ЗСУ, службовців Держспецслужби транспорту та влади. Комунікація відбувається швидко, максимально спрощено (слоган платформи – «Займайтесь службою, а не паперами»),

передбачає, наприклад, заповнення офіційних шаблонів еРепортів чи документів на переведення в місце служби, а також комунікацію через анонімні опитування з відкритими та закритими результатами або ж професійні опитування для різних груп військових. Цей зворотний зв'язок допомагає зробити армію дієздатнішою, з ефективним управлінням і швидким вирішенням питань. Стратегічною основою для військових є процес навчання, який теж забезпечено у мобільному застосунку «Армія+»: доступні курси з аеророзвідки, БЗВП та керування БПЛА. Розробники зауважують, що застосунок – це «перша державна платформа з комплексним онлайн-навчанням військовій справі» [2].

Мобільні застосунки, які є офіційними каналами комунікації влади та громадянського суспільства, тренують навички цифрової і медіаграмотності [13], а відкритість комунікації та доступ до верифікованих даних унеможливує викривлення фактів, зміцнює довіру до влади, щоб нарешті навчитися «довіряти один одному» [4, с. 80]. Суспільство, отримуючи своєчасну інформаційну взаємодію, «висвітлення урядової діяльності, /.../ комунікаційну підтримку інструментів публічної політики, комунікативний супровід її формування та реалізації» [1, с. 32], здатне чинити опір інформаційним викривленням та дезінформації через доступ до офіційних новин у мобільних платформах.

Продовжуючи аналіз мобільних застосунків для сегментованих аудиторій і не вдаючись в детальний опис в цьому контексті офіційних мобільних застосунків повітряних тривог «Мапа тривога», «Повітряна тривога» (цьому присвячено кілька розлогих наших досліджень із протидії дезінформації [3], [9]), вважаємо доречним зупинитися на ще одному офіційному мобільному застосунку «I'm Ukrainian» [8].

Оскільки українська цільова аудиторія тепер поділяється на тих, хто продовжує жити в Україні, і тих, які опинилися в еміграції, стратегічна комунікація держави потребує трансформацій, особливих підходів у залученні цих громадян України. Зв'язок з українською владою став можливим через створений у 2023 році мобільний застосунок, інтегрований з мобільним застосунком «Дія», що «згуртовує українців, які вимушено покинули свою Батьківщину та виїхали за кордон через збройну військову агресію російської федерації проти України» [8]. Він охоплює 32 країни світу – найбільших за кількістю українських шукачів притулку: Австралія, Австрія, Бельгія, Велика Британія, Греція, Грузія, Данія, Естонія, Ізраїль,

Ірландія, Іспанія, Італія, Канада, Кіпр, Латвія, Литва, Нідерланди, Німеччина, Польща, Португалія, Румунія, Сінгапур, Словаччина, США, Туреччина, Фінляндія, Франція, Хорватія, Чехія, Швейцарія, Швеція.

Рубрики цього мобільного застосунку охоплюють інформування українців про культурні події, неформальні зустрічі, підтримку і допомогу у пошуку роботи. Сюди інтегровано освітні можливості, зокрема українці за кордоном зможуть пройти професійні курси через додаток. Також завданням мобільного додатку «I'm Ukrainian» уряд бачить і протидію дезінформації у ЄС, адже «у застосунку розмішуватимуть інформацію із розвінчування російських фейків щодо подій в Україні, інформаційних маніпуляцій і кампаній в першу чергу тих, що стосується українських біженців» [6]. Стратегічна комунікація держави та публічна дипломатія за кордоном із виключно політичної переходить у громадську дипломатію, коли кожен українець має достатньо офіційних фактів від української влади, а також офіційних спростувань дезінформації для поширення у своїх спільнотах та в інших державах. Така громадська дипломатія вирішує одразу два виклики в Україні та країнах ЄС: підвищує довіру до демократичних інституцій і влади, «протидіє маніпуляціям іноземною інформацією, втручанням і дезінформації» [11].

Висновки. Підсумовуючи наше дослідження, вкажемо, що стратегічні комунікації в Україні та країнах ЄС все частіше опиняються перед викликами, які пов'язані з недовірою до державних інституцій, рівнем відкритості і незалежності медій, проникненню маніпуляцій та дезінформації в медіапростір, що прямо впливає на політичні процеси, обороноздатність та побудову ефективного діалогу з громадськістю. Російсько-українська війна поглибила ці виклики для багатьох країн, змушуючи шукати нових каналів стратегічної комунікації в кризових умовах. У цьому контексті новими каналами стратегічних комунікацій в Україні стали окрім традиційних ЗМІ і соцмереж офіційні мобільні застосунки для комунікації з усіма групами української аудиторії. Мобільні додатки є водночас і цифровим майданчиком для розгортання кампаній із протидії дезінформації, стратегічною системою для об'єднання українців у всьому світі та громадської дипломатії.

Подальше вивчення теми стратегічних комунікацій у контексті аналізу урядових мобільних застосунків та їх комунікаційного потенціалу може значно поглибити знання про нові канали

побудови стратегічного діалогу між державною та громадянським суспільством в часи кризи, а також бути корисним досвідом упровадження цифрових практик у стратегічному вимірі країн ЄС для активного просування демократії, незалежних медій та державних інституцій.

Список літератури:

1. Андрійчук Т. Урядові комунікації: питання забезпечення і координації на регіональному рівні. *Регіональні студії*. 2022. № 30. С. 29–34.
2. Армія+. URL: <https://aplus.mod.gov.ua/> (дата звернення: 23.11.2025).
3. Благовірна Н., Кошелюк О. Мобільні застосунки сповіщень про повітряні тривоги як новий тренд кризових комунікацій та протидії дезінформації. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. Вернадського. Серія філологія. Журналістика*. 2025. Том 36 (75). № 2. С. 165–172.
4. Макаренко Л. Стратегічні комунікації як засіб запобігання та протидії інформаційним війнам. *Регіональні студії*. 2022. № 30. С. 75–81.
5. Резерв+. URL: <https://reserveplus.mod.gov.ua/> (дата звернення: 23.11.2025).
6. Українці за кордоном отримуватимуть достовірну інформацію про події в Україні у застосунку I'm Ukrainian. URL: <https://spravdi.gov.ua/ukrayinczi-za-kordonom-otrymuvatymut-dostovirnu-informacziyu-pro-podiyi-v-ukraini-u-zastosunku-im-ukrainian-mobile-app/> (дата звернення: 23.11.2025).
7. Федонюк С., Карпук І. Розвиток концепції стратегічних комунікацій ЄС. *Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії*. 2022. № 2 (13). С. 44–65.
8. I'm Ukrainian. URL: <https://iamukrainian.app/> (дата звернення: 23.11.2025).
9. Kosheliuk O., Blahovirna N. News in mobile air raid alert apps and media literacy in Ukraine during the war time. *Media literacy and academic research*. 2025. Vol. 8. № 1. Pp. 178–193.
10. NATO's approach to counter information threats. URL: <https://www.nato.int/en/what-we-do/wider-activities/natos-approach-to-counter-information-threats> (дата звернення: 23.11.2025).
11. Protecting and Promoting Democracy. European Union. URL: <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/3383> (дата звернення: 23.11.2025).
12. Social Media Survey 2025. European Union. URL: <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/3592> (дата звернення: 23.11.2025).
13. Tinmaz H., Lee Y.-T., Fanea-Ivanovici M., Baber H. A systematic review on digital literacy. *Smart Learning Environments*. 2022. № 9 (21). URL: <https://doi.org/10.1186/s40561-022-00204-y> (дата звернення: 23.11.2025).

Kosheliuk O. V., Blahovirna N. B. NEW CHANNELS OF STRATEGIC COMMUNICATION AND COUNTERACTING DISINFORMATION: CHALLENGES FOR THE EU AND UKRAINE

The article is devoted to the study of official Ukrainian mobile applications as channels for strategic communication and countering disinformation. The analysis is based on the mobile applications Diia, Reserve+, Army+ and I'm Ukrainian. Despite the fact that traditional media (print, radio and television) remain as important as ever in both the EU and Ukraine, social media and mobile applications are taking over the strategic function.

The role of mobile applications in supporting dialogue between the authorities and citizens determines the scope and target audience of these communications. The mobile application Diia is strategically designed for a general multi-level audience, which is difficult to reach due to its heterogeneity, ongoing military operations, and constant migration of the population within the country or abroad. For other Ukrainian mobile applications of strategic importance (Reserve+, Army+, I'm Ukrainian, air raid alert applications such as Map of Alerts, Air Alarm), the narrowing of their functional purpose and audience segmentation determines the logic and structure of information interaction, such as: compiling news sections, a set of available actions, services, involving other communication channels, such as chatbots, electronic / AI assistants, the functioning of the notification system, information and reference sections, online interaction opportunities, the development of an ecosystem of compatible mobile applications and social media.

Special attention in the article is focused on the fact that strategic communication of the state and public diplomacy abroad is shifting from exclusively political to public diplomacy, which addresses two challenges in Ukraine and EU countries at once: 1) increasing trust in democratic institutions and authorities, 2) expanding the system for countering disinformation in the digital sphere.

The research revealed that mobile applications are both digital platforms for launching campaigns to counter disinformation and a strategic system for uniting civil society in times of crisis, communication and public diplomacy.

Key words: *strategic communications, independent media, countering disinformation, media literacy, communication channels, news, public opinion, mobile applications, public diplomacy.*

Дата надходження статті: 25.11.2025

Дата прийняття статті: 22.12.2025

Опубліковано: 30.12.2025