

Шихутський Роман Степанович

# Трансформація політичного PR України в умовах гібридних загроз

УДК 32:004.738.5:659.4(477)

DOI <https://doi.org/10.24195/2414-9616.2025-4.17>

Стаття поширюється на умовах ліцензії  
CC BY 4.0

Шихутський Роман Степанович  
аспірант  
Українського державного університету  
імені Михайла Драгоманова  
вул. Пирогова, 9, Київ, Україна  
ORCID: 0009-0008-5840-8232

*Актуальність проблеми визначається тим, що в умовах гібридних загроз і високої інформаційної турбулентності політичний PR трансформується з інструмента рутинної агітації у систему кризового управління. Сучасні виклики, зокрема війна, інформаційні атаки та криза довіри до інституцій, вимагають від політичних акторів швидких і зважених комунікаційних рішень. Дослідження цієї проблеми дозволяє зрозуміти механізми ефективного впливу на суспільну свідомість і формування стабільності у кризових ситуаціях.*

*Метою дослідження є комплексний аналіз теоретичних підходів та практичних інструментів кризового політичного PR у контексті сучасних українських реалій. Основний акцент зроблено на вивченні ролі емоційних і наративних стратегій, а також на оцінці ефективності поєднання внутрішньополітичних та зовнішньополітичних комунікацій під час кризових подій.*

*Методи дослідження ґрунтуються на поєднанні контент-аналізу, порівняльного аналізу та теоретичного узагальнення. Використано концепції ситуаційної кризової комунікації Т. Кумбса та теорію відновлення іміджу В. Бено, що дозволило оцінити різні моделі реагування на інформаційні виклики. Додатково проведено аналіз прикладів українських та міжнародних комунікаційних практик, що надало дослідженню прикладної цінності.*

*Результати дослідження показують, що ефективність кризового політичного PR залежить від синхронного використання емоційних меседжів, чітких наративів та стратегічної координації між владними структурами. Український досвід, зокрема під час повномасштабної війни, демонструє високу ефективність персоналізованої комунікації, яка поєднує щоденні звернення лідерів, мобілізаційні меседжі та активну присутність у міжнародному медіапросторі.*

*Аналіз також виявив, що сучасні технології, включаючи алгоритми штучного інтелекту та big data, відкривають нові можливості для прогнозування суспільних настроїв і швидкого реагування на інформаційні атаки. Водночас надмірна алгоритмізація може призвести до втрати автентичності комунікацій і посилення суспільного скепсису, що потребує балансу між технологічними рішеннями та емоційною складовою.*

*Дослідження доводить, що розвиток глобальних стандартів кризових комунікацій, заснованих на принципах прозорості, достовірності та відповідальності, здатен підвищити довіру до політичних інституцій і сприяти зміцненню демократичної стійкості. Український досвід може стати основою для вироблення універсальних моделей кризового PR, які будуть релевантними не лише в умовах війни, а й у мирний час.*

**Ключові слова:** кризовий PR, політичні комунікації, інформаційна війна, державні наративи, емоційний вплив, гібридні загрози,

**Вступ.** У сучасній політичній науці особливої гостроти набуває тема навичок, пов'язаних з комунікацією: вміння забезпечувати зворотний зв'язок, делегувати певні повноваження, навички вирішувати конфлікти та вести переговори. Сьогодні політичне спілкування є одним зі стовпів формування політики загалом. Ця сфера включатиме дослідження якості процедур та інструментів політичного спілкування. До них, серед іншого, належать такі поняття, як: процеси формування політичних уподобань, політичний маркетинг, політичні опитування, а також явища двостороннього спілкування за допомогою сучасних електронних засобів масової інформації [9].

**Мета та завдання.** Метою дослідження є аналіз теоретичних основ і практичних підходів до кризового політичного PR у сучасних умовах. Завдання полягають у вивченні ролі емоцій і наративів, оцінці персоналізованих комунікаційних стратегій та визначенні можливостей використання цифрових технологій у кризових комунікаціях.

**Методи дослідження.** Для досягнення поставленої мети застосовано комплексний підхід, що поєднує контент-аналіз і порівняльний аналіз,

а також методи систематизації та теоретичного узагальнення. Теоретичну основу склали концепція ситуаційної кризової комунікації Т. Кумбса та теорія відновлення іміджу В. Бено, які дозволили визначити ефективні моделі реагування на кризові інформаційні виклики. Додатково проведено аналіз практичних кейсів українського та міжнародного досвіду, що дало можливість виявити універсальні та унікальні риси кризових комунікацій.

Результати. У кризовому середовищі PR виходить за рамки рутинної агітації й набуває рис системи кризового управління, де інформаційна складова виступає одним з основних елементів політичного контролю. Підвищене значення набуває прозорість і достовірність повідомлень, оскільки спроби маніпуляцій або приховування фактів лише посилюють кризовий ефект і підривають довіру.

Як зазначає Г. Дзяна, політичний PR у кризових умовах визначається як системно організований процес управління інформаційними потоками й громадською думкою з метою відновлення балансу між владними інститутами та суспільством. Це не обмежується захистом іміджу, а охоплює створення

комунікаційних передумов для зниження соціальної напруги, утримання довіри до інституцій та формування образу відповідальної влади [3].

Серед ключових теоретичних підходів, що формують основу кризового PR, вагоме місце посідає теорія ситуаційної кризової комунікації (SCCT), розроблена Тімом Кумбсом. Вона базується на положенні, що характер реакції організації чи політичного актора залежить від специфіки кризи та рівня відповідальності, який суспільство покладає на цей суб'єкт [14].

У політичному контексті SCCT пропонує гнучкий набір стратегій для вибору оптимальної моделі реагування на скандали, помилки чи зовнішні інформаційні атаки, що допомагає зменшити їхні деструктивні наслідки. Завдяки своїй універсальності цей підхід вважається одним із найефективніших інструментів кризового політичного PR, оскільки легко адаптується до різних умов і ситуацій.

Не менш значущою є теорія відновлення іміджу (Image Repair Theory), розроблена Вільямом Бено. Вона концентрується на риториці та стратегічних комунікаційних діях, що дозволяють зберегти або відновити репутацію після кризи. Серед її базових стратегій виокремлюють заперечення, мінімізацію шкоди, виправдання, зсув провини, вибачення та компенсацію, які застосовуються залежно від обставин [13].

У сфері політичного PR теорія відновлення іміджу Вільяма Бено вирізняється прикладною цінністю, адже значна частина кризових ситуацій пов'язана з особистими скандалами, моральними звинуваченнями або цілеспрямованими атаками на репутацію політичних діячів. Якісно підібрана риторична стратегія дозволяє не лише мінімізувати негативний резонанс, а й використати кризу як шанс зміцнити свій публічний образ, демонструючи відкритість, відповідальність та здатність ефективно реагувати на виклики.

У сфері кризових комунікацій політичний PR постає як багатовимірний інструмент, у якому раціональні аргументи тісно переплітаються з емоційними та поведінковими чинниками. Таке поєднання дає змогу не просто інформувати аудиторію, а й формувати її ставлення, коригувати суспільні настрої та стимулювати колективну активність у потрібному напрямі.

Емоційний вимір у кризових комунікаціях посідає ключове місце, оскільки саме емоції визначають, наскільки швидко й інтенсивно суспільство реагуватиме на інформаційні імпульси. Політичні лідери у таких умовах цілеспрямовано апелюють до страху, співчуття або надії, використовуючи їх як механізми мобілізації колективної підтримки та відновлення довіри. Емоційна насиченість повідомлень робить їх більш доступними для широких аудиторій, сприяє глибшому засвоєнню та забезпечує довготривалий ефект впливу на масову свідомість.

Наратив у кризових комунікаціях виконує функцію смислової інтеграції, адже він формує логіку подій, окреслює ключових акторів як героїв або антагоністів і водночас пропонує вихід із кризової ситуації. Конструювання наративу дозволяє суспільству не лише зрозуміти послідовність подій, але й віднайти у них сенс, що забезпечує психологічну стійкість і формує перспективу майбутнього розвитку. Політичний PR через наративи створює спільну мову для суспільної інтерпретації криз, пропонує бачення, яке водночас пояснює минуле і визначає напрямок подальших дій [6].

Синхронне поєднання емоційних меседжів і продуманих наративів формує комплексну систему кризових комунікацій, де всі елементи працюють узгоджено та взаємно підсилюють один одного. Такий підхід дає політичним акторам змогу результативніше впливати на громадську свідомість, пом'якшувати рівень соціальної напруги та водночас посилювати власну легітимність у періоди нестабільності.

У такому середовищі важливим стає усвідомлення взаємозв'язку між глобальними тенденціями та локальними особливостями, що формують унікальну конфігурацію кризових комунікацій. Національні стратегії, спираючись на специфіку політичної культури та соціальних практик, змушені адаптувати універсальні моделі кризового PR до реалій українського інформаційного простору.

Інституційна архітектура комунікаційної сфери в Україні сформувалася на стику державних органів, незалежних медіа, громадянського суспільства та цифрових платформ, але визначальною рисою залишився персоніфікований стиль політичних лідерів, які часто замінюють собою формальні механізми інституційної комунікації. Такий підхід надає гнучкості й оперативності, проте створює ризик залежності від особистих характеристик та харизми конкретних акторів, що знижує стабільність у довгостроковій перспективі [5].

Війна, розв'язана Росією у 2022 році, стала потужним каталізатором трансформації комунікаційних стратегій української влади, внаслідок чого президентська комунікація перетворилася на центральний інструмент кризового PR. Щоденні звернення до громадян, виступи перед парламентами іноземних держав та постійна присутність у міжнародному медіапросторі створили образ лідера, який поєднує функції верховного головнокомандувача та символу національної єдності.

Ця стратегія поєднала емоційні наративи, історичні паралелі та мобілізаційні меседжі з активним дипломатичним діалогом, що дало змогу не лише утримати міжнародний фокус на українському питанні, а й заручитися широкою підтримкою світової спільноти. Такий підхід став прикладом ефективної синергії внутрішнього PR і зовніш-

ньоуполітичної комунікації, зробивши українську модель кризових комунікацій феноменом глобального рівня.

Специфіка українського кризового PR полягає у фокусі на персоналізації меседжів, мобілізаційних мотивах та високій емоційній інтенсивності комунікацій. Політичні лідери активно використовують власний образ як центральний елемент інформаційної стратегії, що створює ефект щирості та наближеності до суспільства.

Заклики до єдності та колективної відповідальності, особливо в умовах війни, формують відчуття спільної мети та сприяють консолідації суспільства. Емоційний вимір, акцентований на патріотизмі, жертвах та героїзмі, стає центральним у формуванні суспільної стійкості, проте потребує обережного балансу між емоціями та раціональними аргументами, щоб уникнути домінування популізму й збереження довгострокової довіри.

У такій моделі швидке реагування та гнучкість мають поєднуватися зі збереженням стратегічної цілісності меседжів, аби уникнути враження хаосу в комунікаціях. Розпорошеність інституцій вимагає тісної координації між різними рівнями влади, а конкуренція медіа змушує політичних гравців одночасно працювати з різними аудиторіями та каналами. У результаті формується складний баланс між інформуванням, емоційним менеджментом суспільства та підтриманням довіри, що робить американський досвід особливо цінним прикладом ефективної побудови кризових комунікацій у демократичних умовах.

Разом з тим, ступінь інституційної зрілості суттєво впливає на формат кризових комунікацій. У розвинених демократіях вони спираються на професійні комунікаційні служби, усталені протоколи та прозорі процедури, тоді як у менш стабільних політичних системах комунікація персоналізується і залежить від авторитету окремих політиків. Міжнародні організації, попри складну структуру, забезпечують системність і довгостроковість, що підвищує їхню стійкість у кризових умовах [7].

Сучасний етап розвитку кризового політичного PR засвідчує, що класичні комунікаційні інструменти поступово відходять на другий план, натомість провідними стають цифрові інновації та соціальні медіа. Інформаційна турбулентність, швидкоплинність новинних циклів і постійна невідомість змушують політичних акторів проявляти стратегічну гнучкість, швидко адаптувати повідомлення й водночас дотримуватися етичних стандартів.

Водночас криза довіри до державних і міжнародних інституцій стала одним із найсерйозніших викликів сучасних комунікацій. Політична поляризація, корупційні скандали та систематичне невиконання обіцянок посилюють суспільний скепсис і знижують легітимність влади навіть у періоди гострих криз. Досвід війни в Україні показав, що навіть достовірна інформація може сприйматися з упередженням, якщо фундамент довіри до інституцій уже похитнутий.

Ще одним серйозним викликом стали інформаційні війни та дезінформаційні кампанії, що перетворилися на невід'ємний елемент гібридних конфліктів. Масове тиражування фейків, діяльність бот-мереж і прицільні інформаційні атаки підривають довіру до офіційних джерел, ускладнюючи реалізацію навіть добре спланованих стратегій кризового PR. Ефективною відповіддю може бути поєднання превентивних і реактивних дій: розвиток системи фактчекінгу, підвищення рівня медіаграмотності населення та безперервний моніторинг інформаційного середовища в режимі реального часу.

Перспективи розвитку кризових комунікацій безпосередньо пов'язані з технологічними інноваціями. Алгоритми, штучний інтелект і big data відкривають нові можливості для прогнозування суспільних настроїв, раннього виявлення інформаційних атак і гнучкого коригування меседжів. Водночас надмірна алгоритмізація створює ризик втрати автентичності та гуманітарного виміру, адже комунікація, позбавлена емоційної складової, не здатна формувати довіру [2].

Нагальною проблемою залишається формування глобальних стандартів кризових комунікацій, які б унормували принципи прозорості, достовірності та відповідальності. Їхнє впровадження на національному й міжнародному рівнях створило б основу для стабільності та передбачуваності комунікаційних практик у світі безмежних інформаційних потоків. Такі універсальні підходи могли б стати фундаментом глобальної культури відповідальної політичної комунікації, підвищуючи рівень суспільної довіри та зміцнюючи стійкість демократичних інституцій.

**Висновки.** Дослідження показало, що кризовий політичний PR у сучасних умовах гібридних загроз виконує функцію не лише інструмента інформування, а й комплексної системи управління суспільними настроями. Ефективність таких комунікацій залежить від збалансованого поєднання емоційних меседжів, чітких наративів і стратегічної координації між владними структурами та суспільством. Український досвід, зокрема в умовах війни, довів важливість персоналізованого підходу та активної присутності політичних лідерів у медіапросторі, що сприяло збереженню довіри та мобілізації громадської підтримки.

Крім того, дослідження виявило значний потенціал цифрових технологій, штучного інтелекту та big data у прогнозуванні кризових сценаріїв та оперативному реагуванні на інформаційні атаки.



Водночас надмірна технологізація комунікацій несе ризик втрати автентичності, що потребує збереження балансу між технологічними рішеннями та гуманітарним аспектом політичного PR.

Подальші наукові розвідки доцільно спрямувати на вивчення механізмів інтеграції цифрових інновацій у кризові комунікації, розробку універсальних стандартів етичного PR і формування моделей довготривалої суспільної довіри до інституцій. Особливу увагу варто приділити аналізу порівняльного досвіду демократичних країн, щоб адаптувати найкращі практики до українського інформаційного середовища.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Була С. Соціальні мережі як інструмент політичної маніпуляції. НЖ «Політикус». 2020. Вип. 4. 21–25. URL: [http://politicus.od.ua/4\\_2020/5.pdf](http://politicus.od.ua/4_2020/5.pdf)
2. Гринчак Н., Синяков А. Цифрові комунікації в публічному управлінні: сутність, роль та вимоги до формування. *Статистика України*. 2023. Т. 102, № 3–4. С. 112–119. URL: [https://doi.org/10.31767/10.31767/su.3-4\(102-103\)2023.03-04.09](https://doi.org/10.31767/10.31767/su.3-4(102-103)2023.03-04.09)
3. Дзяна Г. Комунікації у публічному управлінні : навч. посіб. Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2024. 224 с. URL: <https://lpnu.ua/sites/default/files/2025/1/28/paragraphs/65921/posibnikdzyana-go.pdf>
4. Дунаєва Л.М. Дезінформаційні виклики під час російсько-української війни: політологічний аналіз. *Політикус*. 2022. Вип. 5. С. 73–78. DOI: <https://doi.org/10.24195/2414-9616.2022-5.11>.
5. Кравець А. Ю. Роль соціальних мереж у політичному процесі: позитивні та негативні наслідки. *Політичне життя*. 2024. № 4. С. 55–60. URL: <https://doi.org/10.31558/2519-2949.2024.4.7>
6. Ліпкан В. А., Мартиненко Д. Б. Стратегічні комунікації і державна безпека в контексті реалізації геостратегії української держави. *Juridical scientific and electronic journal*. 2024. № 8. С. 533–538. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0374/2024-8/127>
7. Ломакіна Т. Механізм комунікаційної взаємодії суб'єктів державного та недержавного секторів у системі публічного управління в Україні : дис. ... д-ра філософії в галузі держ. упр. Київ, 2023. 232 с. URL: <https://mu.edu.ua/storage/MSU/pages/specrady/ДФ%2012.093.011%20Ломакіна/Дисертація.pdf>
8. Почепцов Г. Г. Стратегічні комунікації: стратегічні комунікації в політиці, бізнесі та державному управлінні : навч. посіб. для студ. і аспір. Київ : Альтерпрес, 2008. 216 с
9. Проноза І. Роль політичних комунікацій у сучасному інформаційному просторі. *Політикус: наук. журнал*. 2021 № 3. С. 75–81. URL: <http://dspace.pdpu.edu.ua/bitstream/123456789/12406/1/Prnaza.pdf>
10. Сивак Т. В. Стратегічні комунікації у системі публічного управління України : монографія. Київ : НАДУ, 2019. 338 с
11. Стратегічні комунікації в умовах гібридної війни: погляд від волонтера до науковця : монографія / [В. Азарова та ін. ; за заг. ред. Л. Компанцевої]. Київ : НА СБУ, 2021. 500 с.

12. Чеканова П. Social networks as a tool of political manipulation and propaganda. *Polit. challenges of science today. International relation. Abstracts of XXI International conference of higher education students and young scientists*, Kiev, 2021, 103–105. URL: <http://fmv.nau.edu.ua/wpcontent/uploads/2021/04/%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D1%96%D1%82-2021.pdf#page=103>

13. Benoit W. L. Image repair discourse and crisis communication. *Public relations review*. 1997. Т. 23, № 2. С. 177–186. URL: [https://doi.org/10.1016/s0363-8111\(97\)90023-0](https://doi.org/10.1016/s0363-8111(97)90023-0)

14. Coombs W. T. Protecting organization reputations during a crisis: the development and application of situational crisis communication theory. *Corporate reputation review*. 2007. Т. 10, № 3. С. 163–176. URL: <https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1550049>

#### REFERENCES:

1. Bula, S. (2020). Sotsialni merezhi yak instrument politychnoi manipuliatsii [Social networks as a tool of political manipulation]. *Nauk. zhurnal "Politikus"*, vol. 4, pp. 21–25. Retrieved from [http://politicus.od.ua/4\\_2020/5.pdf](http://politicus.od.ua/4_2020/5.pdf) [in Ukrainian].
2. Hrynchak, N., Syniakov, A. (2023). Tsyfrovii komunikatsii u publichnomu upravlinni: sutnist, rol ta vymohy do formuvannia [Digital communications in public administration: essence, role and requirements for formation]. *Statystyka Ukrainy*, vol. 102, no. 3–4, pp. 112–119. [https://doi.org/10.31767/10.31767/su.3-4\(102-103\)2023.03-04.09](https://doi.org/10.31767/10.31767/su.3-4(102-103)2023.03-04.09) [in Ukrainian].
3. Dzyana, H. (2024). Komunikatsii u publichnomu upravlinni: navch. posib. [Communications in public administration: a textbook]. Lviv: Vyd-vo Lviv. politekhniki. Retrieved from <https://lpnu.ua/sites/default/files/2025/1/28/paragraphs/65921/posibnikdzyana-go.pdf> [in Ukrainian].
4. Dunaieva, L.M. (2022). Dezinformatsiini vyklyky pid chas rosiisko-ukrainskoi viiny: politolohichniy analiz [Disinformation challenges during the Russian-Ukrainian war: a political analysis]. *Politikus*, vol. 5, pp. 73–78. <https://doi.org/10.24195/2414-9616.2022-5.11> [in Ukrainian].
5. Kravets, A.Yu. (2024). Rol sotsialnykh merezh u politychnomu protsesi: pozytyvni ta nehatyvni naslidky [The role of social networks in the political process: positive and negative consequences]. *Politychne zhyttia*, no. 4, pp. 55–60. <https://doi.org/10.31558/2519-2949.2024.4.7> [in Ukrainian].
6. Lipkan, V.A., Martynenko, D.B. (2024). Stratehichni komunikatsii i derzhavna bezpeka v konteksti realizatsii heostrategii ukrainskoi derzhavy [Strategic communications and state security in the context of implementing the geostrategy of the Ukrainian state]. *Juridical scientific and electronic journal*, no. 8, pp. 533–538. <https://doi.org/10.32782/2524-0374/2024-8/127> [in Ukrainian].
7. Lomakina, T. (2023). Mekhanizm komunikatsiinoi vzaiemodii subiektiv derzhavnoho ta nederzhavnoho sektoriv u systemi publichnoho upravlinnia v Ukraini: dys. d-ra filosofii v haluzi derzh. upr. [Mechanism of communication interaction of public and non-public actors in the system of public administration in Ukraine: PhD thesis]. Kyiv. Retrieved from <https://mu.edu.ua/storage/MSU/pages/specrady/ДФ%2012.093.011%20Ломакіна/Дисертація.pdf> [in Ukrainian].

8. Pocheptsov, H.H. (2008). *Stratehichni komunikatsii: stratehichni komunikatsii v politytsi, biznesi ta derzhavnomu upravlinni: navch. posib.* [Strategic communications: strategic communications in politics, business and public administration: textbook]. Kyiv: Alterpres [in Ukrainian].

9. Pronoza, I. (2021). Rol politychnykh komunikatsii u suchasnomu informatsiinomu prostori [The role of political communications in the modern information space]. *Politikus: nauk. zhurnal*, no. 3, pp. 75–81. Retrieved from <http://dspace.pdpu.edu.ua/bitstream/123456789/12406/1/Pronoza.pdf> [in Ukrainian].

10. Syvak, T.V. (2019). *Stratehichni komunikatsii u systemi publichnoho upravlinnia Ukrainy: monohrafiia* [Strategic communications in the system of public administration of Ukraine: monograph]. Kyiv: NADU [in Ukrainian].

11. Azarova, V., et al. (2021). *Stratehichni komunikatsii v umovakh hibrydnoi viiny: pohliad vid volontera do naukovtsia: monohrafiia* [Strategic communications

in hybrid war conditions: from volunteer to researcher: monograph]. Kyiv: NA SBU [in Ukrainian].

12. Chekanova, P. (2021). Social networks as a tool of political manipulation and propaganda. *Polit. challenges of science today. International relation. Abstracts of XXI International conference of higher education students and young scientists*, Kiev, pp. 103–105. Retrieved from <http://fmv.nau.edu.ua/wpcontent/uploads/2021/04/%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D1%96%D1%82-2021.pdf#page=103>.

13. Benoit, W.L. (1997). Image repair discourse and crisis communication. *Public relations review*, vol. 23, no. 2, pp. 177–186. [https://doi.org/10.1016/s0363-8111\(97\)90023-0](https://doi.org/10.1016/s0363-8111(97)90023-0).

14. Coombs, W.T. (2007). Protecting organization reputations during a crisis: the development and application of situational crisis communication theory. *Corporate reputation review*, vol. 10, no. 3, pp. 163–176. <https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1550049>.

## Transformation of Ukraine's political PR under hybrid threats

Shykhutskyi Roman Stepanovych

Postgraduate Student  
Ukrainian State University  
named after Mykhailo Drahomanov  
Pyrohova str., 9, Kyiv, Ukraine  
ORCID: 0009-0008-5840-8232

*The relevance of the problem lies in the fact that, under hybrid threats and high information turbulence, political PR is transforming from a tool of routine campaigning into a system of crisis management. Contemporary challenges, including war, information attacks, and a crisis of trust in institutions, require political actors to make swift and well-balanced communication decisions. Studying this issue makes it possible to understand the mechanisms of effective influence on public consciousness and the formation of stability in crisis situations.*

*The purpose of the study is a comprehensive analysis of theoretical approaches and practical tools of crisis political PR in the context of modern Ukrainian realities. The main focus is on examining the role of emotional and narrative strategies, as well as assessing the effectiveness of combining domestic and foreign policy communications during crisis events.*

*The research methods are based on a combination of content analysis, comparative analysis, and theoretical generalization. The study utilizes T. Coombs's Situational Crisis Communication Theory (SCCT) and W. Benoit's Image Repair Theory, which made it possible to evaluate different models of responding to information challenges. Additionally, examples of Ukrainian and international communication practices were analyzed, giving the research practical value.*

*The results of the study demonstrate that the effectiveness of crisis political PR depends on the synchronous use of emotional messaging, clear narratives, and strategic coordination between government institutions. The Ukrainian experience, particularly during the full-scale war, shows the high efficiency of personalized communication that combines daily addresses by leaders, mobilization messages, and an active presence in the international media space. The analysis also revealed that modern technologies, including artificial intelligence algorithms and big data, open up new opportunities for predicting public sentiment and responding promptly to information attacks. At the same time, excessive algorithmization may lead to a loss of authenticity in communications and increased public skepticism, highlighting the need for a balance between technological solutions and the emotional dimension.*

*The study concludes that the development of global standards for crisis communications, based on transparency, accuracy, and accountability, can enhance trust in political institutions and contribute to the resilience of democracy. The Ukrainian experience can serve as a foundation for creating universal models of crisis PR that are relevant not only in times of war but also in peacetime.*

**Key words:** crisis PR, political communications, information warfare, state narratives, emotional impact, hybrid threats.

Дата першого надходження рукопису до видання: 26.08.2025  
Дата прийнятого до друку рукопису після рецензування: 22.09.2025  
Дата публікації: 10.10.2025