
ПРИКЛАДНІ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

УДК 659.13/.16:005.35:615.1

DOI 10.32840/cpu2219-8741/2024.4(60).11

В. В. Березенко

доктор наук із соціальних комунікацій, професор
завідувачка кафедри соціальних комунікацій та інформаційної діяльності
e-mail: berezenkovita2017@gmail.com, ORCID: 0000-0002-6657-5451
Запорізький національний університет
вул. Інститутська, 66 б, м. Запоріжжя, Україна, 69600

Н. Д. Санакоєва

кандидат філологічних наук
доцент кафедри соціальних комунікацій та інформаційної діяльності
e-mail: n_sanakojeva@ukr.net, ORCID: 0000-0003-2977-7676
Запорізький національний університет
вул. Інститутська, 66 б, м. Запоріжжя, Україна, 69600

Т. О. Іванець

кандидат філологічних наук
доцент кафедри соціальних комунікацій та інформаційної діяльності
e-mail: iwanez@meta.ua, ORCID: 0000-0001-7374-1297
Запорізький національний університет
вул. Інститутська, 66 б, м. Запоріжжя, Україна, 69600

ЕКСПЕРТНА ДУМКА ЯК ТРЕНД ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ ПІД ЧАС КРИЗОВОГО СТАНУ

Метою статті є дослідження експертної думки як тренду зв'язків з громадськістю під час кризового стану, який спричинило повномасштабне вторгнення Росії в Україну 24 лютого 2022 р., її ролі в інформуванні населення країни про причини і наслідки подій під час війни та впливу на формування громадської думки.

Методологія дослідження. Для з'ясування головної мети використання експертної думки в межах здійснення PR-комунікації під час війни, яка представлена в інформаційному просторі України як репрезентація реалізації інформаційної моделі зв'язків з громадськістю, використано такі методи: аналізу, узагальнення та описовий.

Результати. У статті основну увагу приділено розгляду ролі експертної думки в інформуванні населення та формування громадської думки щодо причин, сутності та наслідків військових дій в Україні періоду повномасштабного вторгнення.

Акцентовано увагу на тому, що експертна думка є дієвим та ефективним інструментом зв'язків із цільовими аудиторіями або референтними групами, особливо під час кризових станів, коли громадськість чекає від осіб, які розуміють проблему, пояснень і показу шляхів виходу з кризового стану.

Розкрито поняття кризи та кризового стану, яким є війна, оскільки під час кризових станів населення країни, яка потерпає від агресії іншої держави, перебуває в стресовому стані, адже є невизначеність ситуації, власна небезпека та небезпека близького оточення, відповідно до цього, потребує інформації, яка б розкрила сутність подій та їх наслідки й дозволила сформулювати адекватну модель поведінки в кризових умовах.

Зазначено причини актуальності експертної думки для сфери публік рилейшнз: експертна думка реалізує основні функції публік рилейшнз, а саме комунікативну, інформаційну, прогностичну та посередницьку; спирається на головні принципи публік рилейшнз – етичність, правдивість у наданні інформації, обґрунтованість висновків та прогнозів, доступність і неупередженість викладення аналітичного матеріалу експертами; є однією з

форм реалізації інформаційної моделі паблік рилейшнз, коли йдеться про інформування населення та викладання власних прогнозів і аналізу ситуації.

Новизна. Наукова новизна дослідження полягає у визначенні експертної думки як тренду сучасної PR-комунікації періоду воєнного часу, які представлені в інформаційному просторі України в період з 24 лютого 2022 р. по теперішній час та репрезентації її мети, ролі й значення під час кризового стану.

Практичне значення. Практичне значення результатів дослідження полягає в можливості їх використання під час підготовки освітніх програм з паблік рилейшнз, підготовки фахівців у галузі зв'язків з громадськістю та при розробці навчальних і наукових курсів із зазначеної проблеми.

Ключові слова: експертна думка, громадська думка, PR, PR-комунікація, моделі PR-комунікації, тренд соціально-комунікаційної діяльності, криза, війна.

I. Вступ

Зв'язки з громадськістю є одним із найважливіших видів соціальної комунікації, оскільки потреба в підтримці суспільства, особливо під час кризових станів, в якому час від часу опиняються держави світу, є одним із пріоритетів діяльності як з боку держави, так і з боку громадянських інституцій.

Повномасштабне вторгнення Росії в Україну є найбільшою кризою, яку переживає наша держава після поновлення своєї незалежності у 1991 р. З лютого 2022 р. державні, бізнесові, владні та політичні структури, інституції громадянського суспільства зосередили всі свої зусилля не тільки на боротьбі з ворогом, а й на підтримці та консолідації громадян України, що неможливо зробити без постійного, відкритого діалогу з населенням країни, що воює, та встановлення ефективних зв'язків з її громадськістю. Під час кризових станів, а війна є найбільшою кризою людства, населення країни, яка потерпає від агресії іншої держави, перебуває в стресовому стані, оскільки є невизначеність ситуації, власна небезпека та небезпека близького оточення, і, відповідно до цього, потребує інформації, яка б розкрила сутність подій та їх наслідки й дозволила сформувати адекватну модель поведінки в кризових умовах.

Інформування населення відбувається з різних джерел, здійснюється різними інституціями, передається різними каналами комунікації. Незважаючи на те, що журналістські кола постійно інформують про перебіг подій і надають населенню найсвіжішу інформацію, важливим завданням є консолідація суспільства проти навали агресора, підтримка віри в перемогу справедливості, у міць і силу нашої держави. Розуміючи, що просто констатація фактів і подій, пов'язаних з війною, не може задовольнити інформаційні потреби населення й дати відповідь на більшість питань про те, що, чому відбувається і як буде далі, працівники інформаційно-комунікаційного фронту активізували роботу в межах встановлення зв'язків з громадськістю задля формування громадської думки, здатної об'єднати населення країни й пережити всі ті виклики, з якими стикається людина під час війни.

У зв'язку з тим, що люди схильні формувати свою думку під впливом висловлювань тих, кому вони можуть (на різних підставах) довіряти або вже довіряють, то трендом зв'язків з громадськістю в кризових станах стає експертна думка.

Ми спостерігаємо суттєве підвищення ролі експертів різного фаху (військових, представників політичних кіл, аналітиків економістів, психологів тощо), які, маючи справу з формуванням громадської думки та ставленням громадян до найбільш актуальних подій, у змозі дати пояснення стану речей та, і це найголовніше, прогнозувати їх наслідки, передбачити подальший сценарій розвитку подій. Безумовно, експерти мають брати на себе відповідальність за надання актуальної та достовірної інформації про основні події, оскільки їх коментарі та прогнози здатні впливати на життя як окремого індивіда, так і цілих спільнот.

Саме тому експертна думка як важливий інструмент PR-комунікації періоду воєнного часу заслуговує на розгляд з боку дослідників у сфері соціальних комунікацій і паблік рилейшнз зокрема.

Наша наукова розвідка спирається на наукові дослідження таких вітчизняних і закордонних науковців та практиків, як Дж. Грунінг та Т. Хант (використання класичних моделей комунікації під час кризових станів), Т. Крюгер, Т. Пейдж (дослідження ролі експертної думки в моделюванні ситуації), С. Подзігун (вивчення стратегії кризових комунікацій під час війни), А. Панченко (характеристика експертної думки, її ідентифікаційні ознаки в громадській думці), В. Мойсеев (визначення паблік рилейшнз як різновиду соціально-психологічного менеджменту комунікаціями), А. Чупріна (розгляд соціальних мереж у кризовій комунікації в умовах війни) та ін.

Війна в Україні вивела експертів у перший ряд модераторів медійного простору, які у своїй комунікаційній діяльності мають спиратися на закони України, що регламентують інформаційну діяльність та процеси, які відбуваються в медійному просторі країни, що воює, дотримуватися принципів транспарентності та доступності інформації для всіх суб'єктів медіавідносин, мати відповідальне ставлення до тієї інформації, яку вони продукують. Фахова експертиза під час

військових дій є необхідною умовою усвідомлення суб'єктами, що опинилися під тиском військової агресії та можуть перебувати у важкому не лише фізичному, а й морально-психологічному стані, причин, сутності та подальшого впливу подій на їх життєдіяльність і життєздатність. Це вимагає від наукової спільноти нових наукових розвідок щодо її вивчення, удосконалення й підвищення ефективності. Цей факт і змусив нас звернутися до розгляду ролі експертної думки як однієї з форм здійснення PR-комунікації періоду повномасштабного вторгнення на територію України країни-агресорки, які представлені в медійному просторі України в період з 24 лютого 2022 р. по теперішній час.

II. Постановка завдання та методи дослідження

Метою статті є дослідження експертної думки як тренду зв'язків з громадськістю під час кризового стану, який спричинило повномасштабне вторгнення Росії в Україну 24 лютого 2022 р., її ролі в інформуванні населення країни про причини і наслідки подій під час війни та впливу на формування громадської думки.

Для з'ясування головної мети використання експертної думки в межах здійснення PR-комунікації під час війни, яка представлена в інформаційному просторі України як репрезентація реалізації інформаційної моделі зв'язків з громадськістю, використано такі методи: аналізу, узагальнення та описовий.

III. Результати

Сьогодні, на наш погляд, варто актуалізувати питання розгляду використання експертної думки як важливого напрямку зв'язків з громадськістю в період кризи.

У великому тлумачному словнику сучасної української мови подано таке визначення поняття «криза»: «різка зміна звичайного стану речей; злам; загострення» [3, с. 594]. Сьогодні сучасні публік рилейшнз виконують комунікативну функцію менеджменту, за допомогою якої відбувається адаптація громадськості до різкої зміни стану речей, спричинених війною в країні, задля досягнення цілей її виживання та існування.

Розуміючи, що публік рилейшнз – це, перш за все, про формування громадської думки, увага з боку усіх інституцій була спрямована на використання будь-яких форм і каналів інформування населення про поточний перебіг справ як на фронті, так і в тилу. Класично публік рилейшнз розглядають як «різновид соціально-психологічного менеджменту, заснованого на точній і вичерпній інформації, що стала результатом аналізу тенденцій розвитку країни (або регіону чи галузі діяльності) у політичній, економічній, соціальній і психологічній сферах. Їх завдання – планомірна реалізація інформаційних та соціально-технологічних заходів із встановленням усвідомлених, гармонійних і взаємовигідних зв'язків між суб'єктами і об'єктами соціальної діяльності, між ними і громадськістю (її групами), владою заради впливу на громадську думку і прийняття рішень у процесі соціального управління і досягнення обопільної довіри і вигоди» [10, с. 16]. Кризові стани потребують уточнення завдань зв'язків з громадськістю, і тому кризовий PR як складний процес є динамічним в управлінні кризовою комунікацією, коли надаються оптимальні інтерпретації подій, що спричинила криза, з метою контролю за подальшим інформаційним впливом на сприйняття цих подій громадськістю. Популярність експертної думки засвідчують багато науковців [5; 6; 11; 12; 13; 16; 17; 18; 19] і практиками [1; 2; 4; 7; 8; 9; 14; 15]. Наведемо деякі висловлювання: «Сьогодні українці як ніколи залучені в інформаційний простір – у пошуках об'єктивних, достовірних і неупереджених даних про ситуацію на фронтах. Новинні стрічки, соціальні мережі, Telegram-канали – те, що тримає біля екранів. Однак у такому перенасиченому інформпросторі неважко загубитися. Тому насамперед їм радять довіряти даним з офіційних джерел: Генеральний штаб ЗСУ, Офіс президента, пресслужба Міноборони, сторінки головнокомандувача, оперативних командувань тощо. Глибший аналіз, прогнози щодо перебігу війни РФ проти України дають військові експерти, оглядачі, блогери. За час повномасштабного вторгнення багато хто завоював довіру аудиторії, а дехто навпаки – втратив» [4]; «Під час повномасштабної війни український інформаційний сегмент ютуба розвивається галопом. Нові події щодня потребують нових експертних оцінок з різних сторін. Телебачення, яке загнали в телемарафон, стає прісним. Попит на роз'яснення того, що відбувається, лише зростає. Тож аудиторія «тлумачів», кількість переглядів і кількість відео, які вони випускають, ростуть як на дріжджах» [15]. І тут дійсно варто засвідчити той факт, що після повномасштабного вторгнення одним із найпоширеніших форматів інформування населення про перебіг подій на фронті стало залучення експертів (більшості військових), які коментують стан справ, використовуючи різні канали комунікації: від «Єдиних новин» на центральному телебаченні до телеграм-каналів та ютуб-каналів.

Зрозуміло, що «ідеальний тип експерта – це експерт, який об'єктивно оцінює ситуацію чи проблему, яка потребує розв'язання та інформує суспільство чи певних суб'єктів громадської думки. У суспільному житті експертна думка формується крізь призму стереотипів, уподобань та схильностей, як побутового, так й ідеологічного, політичного плану. Тож експерт має дотримуватися неупередженості в поясненні проблематики, яку від нього вимагають» [12, с. 41]; «експертом може бути будь-хто, хто має відповідний та великий чи глибокий досвід у сфері

зазначених інтересів та проблем» [19, с. 16], хоча «попри теоретичну незаангажованість експертів та вимог щодо об'єктивності їхніх суджень, вони також є живими людьми, які теж мають власні ціннісні судження, стереотипи, уподобання» [12, с. 42]. Це означає, що сприйняття експертної інформації все ж вимагає від реципієнтів урахування суб'єктивності оцінки подій з боку експерта та критичного ставлення до її інтерпретації. Рівень довіри до висловлених експертом думок залежить і від рівня довіри до самої особи експерта, від знань про його фаховий та практичний рівень досвідченості, освіти, ефективності аналізу та прогнозів, які хоча б частково були підтверджені в дійсності.

Експертка з інформаційної гігієни, авторка просвітницької ініціативи «Як не стати овочем» Оксана Мороз надала і прокоментувала «список експертів, справді обізнаних на своїй тематичі: Тарас Чмут – голова фонду “Повернись живим”, учасник АТО, засновник Мілітарного порталу, головний експерт подкасту “Фронтowa поплава” Антон Муравейник – керівник аналітичного відділу фонду “Повернись живим”, учасник АТО, “начальник розвідки” в подкасті “Фронтowa поплава”; Євген Дикий – політичний і військовий аналітик, ветеран АТО, колишній командир роти в батальйоні “Айдар” (2014), керівник НАНЦ; Костянтин Машовець – координатор групи “Інформаційний спротив”, експерт ЦВПД, учасник АТО, полковник запасу ЗСУ; Віктор Кевлюк – експерт Центру оборонних стратегій, полковник запасу ЗСУ, колишній Начальник цивільно-військового співробітництва об'єднаного Оперативного штабу ЗСУ; Олександр Коваленко – воєнно-політичний оглядач групи “Інформаційний спротив”; Кирило Данильченко “Ронін” – військовий оглядач; Микола Белесков – аналітик Національного інституту стратегічних досліджень; Сергій Грабський – військовий коментатор, полковник у запасі ЗСУ, співзасновник ГО “Союз учасників миротворчих операцій”; Андрій Риженко – експерт Центру оборонних стратегій, капітан 1-го рангу запасу ЗСУ, заступник начальника штабу ВМС України; Сергій Згурець – експерт з питань озброєнь і військової техніки, редактор Defense express; Юрій Бутусов – журналіст» [1]. Хоча вона й зазначила, що «цей перелік невичерпний і суб'єктивний, але допомагає відкривати для себе тему війни та армії з різних експертних сторін (підкреслюю – різних). І так, це не рейтинг, а саме список. І так, тут є різні люди, з різною експертизою, аналітикою й поінформованістю, проте разом вони дають досить повну картину» [1]. Або, наприклад, соціологія дає нам дані, що до топ-10 рейтингу впливових воєнних блогерів увійшли: Анатолій Штефан (Штірліц): блогер, що висвітлює події війни, полковник Збройних сил України; Тарас Березовець: політтехнолог, журналіст, телеведучий, політичний коментатор, офіцер ЗСУ; Роберт Бровді (Мадяр: у минулому бізнесмен, зараз командир окремого полку безпілотних систем; Валерій Прозапас: у минулому бізнесмен, зараз – політик та офіцер ЗСУ; Олександр Коваленко: письменник, військово-політичний оглядач групи «Інформаційний спротив» [6]. Адекватність коментарів, досвідченість експертів та їх фаховість не є зараз предметом нашої розвідки, ми лише засвідчуємо той факт, що думка багатьох з вищезазначених експертів користується попитом та стає впливовим інструментом формування громадської думки щодо поточного стану речей у нашій країні в цілому.

Експертна думка, яка є дієвим та ефективним інструментом зв'язків із цільовими аудиторіями або референтними групами, завжди була в полі уваги фахівців з роботи з громадськістю, особливо це стосується періодів кризових станів, коли громадськість чекає від осіб, які розуміють проблему, пояснюють і показують шляхів виходу з кризового стану. І це зумовлено, на наш погляд, такими причинами.

По-перше, експертна думка здатна виконати основні функції публік рилейшнз: комунікативну, інформаційну, прогностичну та посередницьку.

З погляду комунікації експертна думка здатна забезпечити соціальних суб'єктів актуальною інформацією, а потреба в інформації в кризовий період зростає в десятки й сотні разів порівняно зі звичайною ситуацією, оскільки перебіг подій відбувається дуже швидко, і самі події під час військових дій є незвичними, такими, у мирного населення не було досвіду їх опанування.

Інформаційна функція реалізується шляхом надання інформації для задоволення інформаційних потреб громадськості, під час її реалізації відбуваються процеси отримання, перетворення, накопичення та обробки інформаційних повідомлень з актуальних тем і ситуацій, їх передача інформаційними каналами цільовим аудиторіям.

Прогностична функція експертної думки полягає в можливості прогнозування перебігу подій та тенденцій їх розвитку. Надана експертами інформація прогнозує й зміни настрою та очікувань груп населення, формуючи громадську думку, а іноді навіть сприяє переорієнтації в усвідомленні фактів, подій і їх наслідків.

Посередницька функція експертної думки реалізується в забезпеченні актуальною інформацією громадськість, коли експерти стають посередниками між громадськістю та, наприклад, військовим керівництвом країни, пояснюючи й обґрунтовуючи їх рішення та дії.

По-друге, експертна думка є однією з форм реалізації інформаційної моделі публік рилейшнз, коли йдеться про інформування населення та викладання власних прогнозів і аналізу ситуації. Таку модель PR-комунікації, про яку свого часу писали Дж. Грюніг та Т. Хант [10], активно

застосовують під час кризових станів і надзвичайних ситуацій, вона передбачає викладення матеріалу експертом без застосування діалогових форм. У ситуації, коли громадськість не є обізнаною, не володіє певним обсягом інформації, не здатна здійснити аналіз даних або усвідомити сутність аналітичної експертизи, експертна думка допомагає усвідомити сутність та наслідки подій, які відбуваються. Довіра до особи експерта, його авторитетність частіше за все є достатніми умовами для сприйняття інформації, яку він представляє.

По-третє, експерти у своїй діяльності, як правило, реалізують основні принципи публік рилейшнз. Ідеться про етику власної поведінки, яка стосується розповсюдження правдивої й неупередженої інформації, здійснення комунікації на постійній основі з метою досягнення розуміння проблеми та її наслідків, спірання на дані наукових досліджень у різних сферах (наприклад, військовій, управлінській, психологічній, історичній, політичній, соціологічній тощо), аргументації власних суджень на підставі використання правдивої, об'єктивної, перевіреної інформації.

IV. Висновки

Отже, аналіз експертної думки як актуального інструменту соціально-комунікаційної діяльності, який особливо актуалізувався під час повномасштабного вторгнення Росії в Україну, надає змогу зарахувати її до найбільш популярних і поширених практик встановлення зв'язків з громадськістю й впливу на формування громадської думки. Кризовий стан, яким є війна, активізує потребу населення в аналізі причин і наслідків тих подій, які характеризують військові дії та інші важливі процеси, з якими стикаються країни, що перебувають у стані війни. Ситуація невизначеності підвищує попит на пояснення фактів, дій та окреслення тенденцій розвитку подій. Експертна думка як тренд сучасної PR-комунікації й далі буде привертати увагу громадськості, впливати на її уявлення та переконання, що свідчить про необхідність її подальшого дослідження в нових наукових розвідках.

Список використаної літератури

1. «А хто ж, якщо не Жданов?». Список експертів здорової людини. URL: <http://texty.org.ua/fragments/110319/hto-zh-yaksho-ne-zhdanov-spysok-ekspertiv-zdorovoyi-lyudyny/> (дата звернення: 06.11.2024).
2. Вежа – центр громадської аналітики. URL: <https://vezha.com.ua/categories/mediaratings/> (дата звернення: 06.11.2024).
3. Великий тлумачний словник сучасної української мови (з дод. і допов.). Київ : Ірпінь : ВТО «Перун», 2005. 1728 с.
4. Військові експерти та оглядачі: хто допомагає українцям розібратися в подіях на фронті. URL: <https://novosti.dn.ua/article/8454-vijskovi-eksperty-ta-oglyadachi-hto-dopomagaye-ukrayintsyam-rozibratysya-v-podiyah-na-fronti> (дата звернення: 06.11.2024)
5. Гусак О. П. Криза та кризовий менеджмент у сфері публік рилейшнз: конкретизація понять. *Інформація і право*. 2011. № 3 (3). С. 124–127.
6. Іванова К. Оприлюднено рейтинг впливових воєнних блогерів. URL: <https://glavcom.ua/country/society/oprijudneno-rejtin-h-vplivovikh-vojennikh-bloheriv-khto-v-pershij-pjartirsi-1021557.html> (дата звернення: 06.11.2024).
7. Медіа рейтинг військових експертів – топ-20 за серпень 2022 року. URL: <https://promo.semantrum.net/uk/military-experts-2022/> (дата звернення: 06.11.2024).
8. Медіа рейтинг військових експертів у ЗМІ та соціальних мережах за серпень (11 вересня 2023 р.). URL: <https://www.promo.semantrum.net/post/media-rate-military-experts> (дата звернення: 06.11.2024).
9. Медіарейтинг політиків та експертів за вересень 2024 року (жовтень 2024 р.). URL: <https://vezha.com.ua/mediaratings/mediarejtyng-politykiv-ta-ekspertiv-za-veresen-2024-roku/> (дата звернення: 06.11.2024).
10. Моисеев В. А. Публік рилейшнз: теорія і практика. Київ : ВИРА-Р, 1999. 376 с.
11. Набожняк О., Дукач Ю. Топ найпопулярніших «експертів» у Ютубі: від всюдисущого Жданова до «хороших росіян». URL: <https://texty.org.ua/articles/110296/top-najpopulyarnishyh-ekspertiv-v-informacijnomu-youtube-vid-vsyudysushoho-zhdanova-do-horoshyh-rosiyan/> (дата звернення: 06.11.2024).
12. Панченко А. С. Експертна думка, її ідентифікація в думці громадській. *Наукові записки НАУКМА*. 2009. Т. 96. С. 40–43.
13. Подзігун С. Стратегії кризових комунікацій під час війни. *Економічні горизонти*. 2024. № 1 (27). С. 139–148. URL: <http://eh.udpu.edu.ua/article/view/305969> (дата звернення: 15.10.2024).
14. Рейтинг найпопулярніших військових експертів в ютубі. Хто там і чи варто цьому вірити? URL: <https://nzi.theukrainians.org/rejtyng-najpopulyarnishyh-vijskovyh-ekspertiv-v-yutubi-hto-tam-i-chy-varto-czomu-viryty.html> (дата звернення: 06.11.2024).
15. Топ найпопулярніших «експертів» у Ютубі: від всюдисущого Жданова до «хороших росіян». URL: <https://texty.org.ua/articles/110296/top-najpopulyarnishyh-ekspertiv-v-informacijnomu->

youtube-vid-vsyudysushoho-zhdanova-do-horoshyh-rosiyan/?src=main (дата звернення: 06.11.2024).

16. Чуприна А. Роль соціальних мереж у кризовій комунікації в умовах війни. URL: <https://eba.com.ua/rol-sotsialnyh-merezh-u-kryzovij-komunikatsiyi-v-umovah-vijny/> (дата звернення: 23.10.2024).
17. Шторгін І. Якою має бути інформаційна політика України в умовах війни? URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/28338927.html> (дата звернення: 23.10.2024).
18. Grunig J., Hunt T. Managing public relations. New York : Holt, Rinehart and Winston, 1984. 550 p.
19. Krueger T., Page T., Hubacek, K., Smith, L., Hiscoc, K. The role of expert opinion in environmental modelling. *Environmental Modelling & Software*. 2012. Vol. 36. P. 4–18.

References

1. «A khto zh, yakshcho ne Zhdanov?». Spysok ekspertiv zdorovoi liudyny [«And who, if not Zhdanov?» List of experts of a healthy person]. Retrieved from [//texty.org.ua/fragments/110319/hto-zh-yaksho-ne-zhdanov-spysok-ekspertiv-zdorovoyi-lyudyny/](http://texty.org.ua/fragments/110319/hto-zh-yaksho-ne-zhdanov-spysok-ekspertiv-zdorovoyi-lyudyny/) [in Ukrainian].
2. Vezha – tsentr hromadskoi analityky [Vezha – a center for public analytics]. Retrieved from <https://vezha.com.ua/categories/mediaratings/> [in Ukrainian].
3. *Velykyi tumachnyi slovnyk suchasnoi ukrainskoi movy (z dod. i dopov.)* [Large explanatory dictionary of the modern Ukrainian language (with additions and additions)]. (2005). Kyiv: Irpin: VTO «Perun» [in Ukrainian].
4. Viiskovi eksperty ta ohliadachi: khto dopomahaie ukraintsiam rozibratysia v podiakh na fronti [Military experts and observers: who helps Ukrainians understand events at the front]. Retrieved from <https://novosti.dn.ua/article/8454-vijskovi-eksperty-ta-oglyadachi-hto-dopomagaye-ukrayintsyam-rozibratysya-v-podiyah-na-fronti> [in Ukrainian].
5. Husak, O. P. (2011). Kryza ta kryzovyi menedzhment u sferi pablik ryleishnz: konkretyzatsiia poniat [Crisis and crisis management in public relations: Specifying concepts]. *Informatsiia i pravo*, 3 (3), 124–127 [in Ukrainian].
6. Ivanova, K. (2024). Opryliudneno reitynh vplyvovykh voienykh bloheriv [Ranking of influential military bloggers published]. Retrieved from <https://glavcom.ua/country/society/oprijudneno-rejtinhvplyvovykh-vojennikh-bloheriv-khto-v-pershij-pjati-tsi-1021557.html> [in Ukrainian].
7. Media reitynh viiskovykh ekspertiv – top-20 za serpen 2022 roku [Media rating of military experts – top 20 for August 2022]. Retrieved from <https://promo.semantrum.net/uk/military-experts-2022/> [in Ukrainian].
8. Media reitynh viiskovykh ekspertiv u ZMI ta sotsialnykh merezhakh za serpen (11 veresnia 2023 r.) [Media rating of military experts in the media and social networks for August (September 11, 2023)]. Retrieved from <https://www.promo.semantrum.net/post/media-rate-military-experts> [in Ukrainian].
9. Mediareitynh politykiv ta ekspertiv za veresen 2024 roku (zhovten 2024 r.) [Media rating of politicians and experts for September 2024 (October 2024)]. Retrieved from [//vezha.com.ua/mediaratings/mediarejtyng-politykiv-ta-ekspertiv-za-veresen-2024-roku/](https://vezha.com.ua/mediaratings/mediarejtyng-politykiv-ta-ekspertiv-za-veresen-2024-roku/) [in Ukrainian].
10. Moyseev, V. A. (1999). *Pablyk ryleishnz: teoriya y praktyka* [Public relations: Theory and practice]. Kyiv: VYRA-R [in Ukrainian].
11. Nabozhniak, O., & Dukach, Yu. (2023). Top naipopuliarnishykh «ekspertiv» u Yutubi: vid vsiudysushchoho Zhdanova do «khoroshykh rosiian» [Top of the most popular «experts» on YouTube: From the ubiquitous Zhdanov to «good Russians»]. Retrieved from <https://texty.org.ua/articles/110296/top-najpopulyarnishykh-ekspertiv-v-informacijnomu-youtube-vid-vsyudysushoho-zhdanova-do-horoshyh-rosiyan/> [in Ukrainian].
12. Panchenko, A. S. (2009). Ekspertna dumka, yii identyfikatsiia v dumtsi hromadskii [Expert opinion, its identification in public opinion]. *Naukovi zapysky NaUKMA*, 96, 40–43 [in Ukrainian].
13. Podzihun, S. (2024). Stratehii kryzovykh komunikatsii pid chas viiny [Crisis communications strategies during war]. *Ekonomichni horizonty*, 1 (27), 139–148. Retrieved from <http://eh.udpu.edu.ua/article/view/305969> [in Ukrainian].
14. Reitynh naipopuliarnishykh viiskovykh ekspertiv v yutubi. Khto tam i chy varto tsomu viryty? [Rating of the most popular military experts on YouTube. Who is there and should you believe it?]. Retrieved from <https://nzl.theukrainians.org/rejtyng-najpopulyarnishykh-vijskovykh-ekspertiv-v-yutubi-hto-tam-i-chy-varto-czomu-viryty.html> [in Ukrainian].
15. Top naipopuliarnishykh «ekspertiv» u Yutubi: vid vsiudysushchoho Zhdanova do «khoroshykh rosiyan» [Top of the most popular «experts» on YouTube: from the ubiquitous Zhdanov to «good Russians»]. Retrieved from <https://texty.org.ua/articles/110296/top-najpopulyarnishykh-ekspertiv-v-informacijnomu-youtube-vid-vsyudysushoho-zhdanova-do-horoshyh-rosiyan/?src=main> [in Ukrainian].
16. Chupryna, A. (2022). Rol sotsialnykh merezh u kryzovii komunikatsii v umovakh viiny [The role of social networks in crisis communication in wartime]. Retrieved from <https://eba.com.ua/rol-sotsialnyh-merezh-u-kryzovij-komunikatsiyi-v-umovah-vijny/> [in Ukrainian].

17. Shtorhin, I. (2017). Yakoiu maie buty informatsiina polityka Ukrainy v umovakh viiny? [What should be Ukraine's information policy in times of war?]. Retrieved from <https://www.radiosvoboda.org/a/28338927.html> [in Ukrainian].
18. Grunig, J., & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. New York: Holt, Rinehart and Winston [in English].
19. Krueger, T., Page, T., Hubacek, K., Smith, L., & Hiscoc, K. (2012). The role of expert opinion in environmental modelling. *Environmental Modelling & Software*, 36, 4–18 [in English].

Стаття надійшла до редакції 24.11.2024.

Received 24.11.2024.

Berezenko V., Sanakoieva N., Iwanez T. Expert Opinion as a Public Relations Trend During a Crisis State

The purpose of the article is to investigate expert opinion as a trend in public relations during the state of crisis caused by Russia's full-scale invasion of Ukraine on February 24, 2022, its role in informing the country's population about the causes and consequences of events during the war, and its influence on the formation of public opinion.

Research methodology. To find out the main purpose of using expert opinion within the framework of PR communication during the war, which is presented in the information space of Ukraine as a representation of the implementation of the information model of public relations, we used the following methods: analysis, generalization and descriptive.

Results. In the article, the main attention is paid to the consideration of the role of expert opinion in informing the population and forming public opinion regarding the causes, essence and consequences of the events taking place during the military operations in Ukraine. A period of full-scale invasion.

Attention is focused on the fact that expert opinion is an effective and efficient tool for communication with target audiences or reference groups, especially during crisis situations, when the public expects explanations from people who understand the problem and showing ways out of the crisis situation.

The concept of a crisis and a state of crisis, which is a war, is revealed, because during a state of crisis, the population of a country that falls under the aggression of another state is in a state of stress, because there is uncertainty of the situation, its own danger and the danger of the immediate environment, and, accordingly, it needs information that would reveal the essence of events and their consequences and allow to form an adequate model of behavior in crisis conditions.

The reasons that determine the relevance of expert opinion for the field of public relations are indicated, namely: expert opinion implements the main functions of public relations, namely communicative, informational, prognostic and mediating; relies on the main principles of public relations – ethics, truthfulness in providing information, validity of conclusions and forecasts, accessibility and impartiality of presentation of analytical material by experts; is one of the forms of implementation of the information model of public relations when it comes to informing the population and teaching one's own forecasts and analysis of the situation.

Novelty. The scientific novelty of the study consists in the determination of expert opinion as a trend of modern PR communication of the wartime period, which is presented in the information space of Ukraine in the period from February 24, 2022 to the present time and the representation of its purpose, role and significance during the crisis.

Practical significance. The practical significance of the research results lies in the possibility of their use during the preparation of educational programs in public relations, training of specialists in the field and public relations, and in the development of educational and scientific courses on the specified problem.

Key words: expert opinion, public opinion, PR, PR communication, PR communication models, trend of social communication activity, crisis, war.