

FRONTURI INFORMAȚIONALE ȘI CONVERGENȚĂ MEDIATICĂ: COMUNICAREA STRATEGICĂ A UCRAINEI DE LA SUPRAVIEȚUIRE LA INFLUENȚĂ GLOBALĂ

INFORMATION FRONTS AND MEDIA CONVERGENCE: UKRAINE'S STRATEGIC COMMUNICATION FROM SURVIVAL TO GLOBAL INFLUENCE

Gabriela Cătălina DANCIU,

*doctor, asistent universitar
Universitatea din București*

ORCID: 0000-0003-2902-2759
gabriela.danciu@fjsc.ro

Summary

The paper analyzes how Ukraine used strategic communication during the war with the Russian Federation, exploring the relationship between strategy, media convergence, and the formation of contemporary information fronts. In an interconnected global communication environment, political messages and visual narratives become instruments of power and resilience. The study is based on a qualitative approach, analyzing the content of official messages, speeches by President Volodymyr Zelensky. The research highlights Ukraine's ability to synchronize traditional and digital media channels into a common narrative, transforming the media space into an active information front. This coordination has allowed the Ukrainian state to move from crisis communication—focused on survival and solidarity—to digital public diplomacy geared toward global influence and international legitimacy. The results show that Ukraine's narrative power was built on the convergence of emotion, symbol, and technology, redefining the relationship between military and informational power in contemporary global communication.

Keywords: strategic communication, media convergence, information front, public diplomacy, Ukraine, information warfare.

Introducere

Invazia pe scară largă declanșată de Federația Rusă la 24 februarie 2022 a generat nu doar un conflict militar convențional, ci și o confruntare informațională fără precedent în Europa post-Război Rece. Războaiele contemporane sunt caracterizate de o puternică interdependență între câmpurile de luptă fizice și cele informaționale, între operațiunile militare și fluxurile narrative care modelează percepțiile globale.

În acest context, Ucraina a trebuit să gestioneze simultan: colapsul infrastructurii și atacurile asupra populației; o avalanșă de dezinformări și încercări de destabilizare; necesitatea urgentă de a menține funcționarea instituțiilor; competiția pentru atenția comunității internaționale.

Aceste realități au transformat comunicarea strategică într-o dimensiune vitală a rezilienței naționale — nu ca instrument secundar, ci ca mecanism de supraviețuire. În primele luni, comunicarea a funcționat ca o „coloană vertebrală” a statului, menținând coeziunea socială și legitimitatea conducerii politice. Odată asigurată supraviețuirea comunicațională, Ucraina a reușit să treacă la o etapă proactivă: diplomația publică digitală, orientată spre formarea opiniei publice internaționale.

Acest articol propune o analiză a acestei evoluții, examinând modul în care convergența media a permis transformarea unei comunicări de criză într-o proiecție globală de soft power.

Studiul investighează modul în care discursul oficial al președintelui Zelenski evoluează între 2022 și 2023 de la articularea supraviețuirii statului și a națiunii către o narațiune orientată spre influență globală și consolidarea legitimității internaționale. În urma cercetării, rezultatele preconizate ale studiului sunt:

- Între 2022 și 2023, discursurile oficiale ale lui Volodîmîr Zelenski trec de la o comunicare de criză — centrată pe urgență, reziliență și contracararea agresiunii — la o formulare tot mai coerentă a unor mesaje orientate spre consolidarea legitimității internaționale a Ucrainei.
- Această evoluție discursivă reflectă transformarea de la apeluri imediate pentru sprijin militar și umanitar la un cadru strategic care subliniază rolul Ucrainei ca actor responsabil în ordinea globală, consolidând astfel componentele de soft power ale comunicării oficiale.

Cadru teoretic

Convergența mediatică

Henry Jenkins și Mark Deuze definesc convergența media drept integrarea tehnologică, industrială și culturală dintre media tradiționale și digitale. Mass-media funcționează ca un spațiu socio-cultural privilegiat pentru procesele de căutare a sensului și de articulare a apartenenței. Acest rol nu se manifestă doar prin acte de consum sau prin acumularea de idei care contribuie la configurarea și redefinirea identității de sine, ci și prin activități de producere, creație, asamblare și remixare a unor „serii de simulacre” ce operează ca medii alternative de evadare, imaginar și divertisment [3, p. 138].

Această convergență generează un flux multiplu al informației și creează posibilitatea unor narațiuni transplatformice, în care mesajul se adaptează simultan diferitelor contexte de consum.

Convergența media reprezintă mai mult decât interacțiunea dintre televiziune, social media și jurnalism online; ea presupune: integrarea industrială (colaborarea instituțiilor media tradiționale cu platformele digitale), interconectarea tehnologică (distribuirea simultană a aceluiași mesaj în formate multiple), metamorfoza culturală (consum participativ, viralitate, remixare).

Potrivit lui Jenkins ”în lumea convergenței media, fiecare știre importantă este relată, fiecare marcă este promovată și fiecare consumator este curtat pe mai multe platforme media” [8, p. 3]. Jenkins argumentează faptul că, în ceea ce privește convergența media, nu este vorba despre un simplu proces tehnologic care reunește multiple funcții media în cadrul acelorași dispozitive; convergența reprezintă o schimbare culturală, consumatorii fiind încurajați să caute noi informații și să facă conexiuni între conținutul media dispersat [8, p.3].

În termeni practici, convergența mediatică permite unui mesaj oficial ucrainean să circule: ca discurs video (TV), ca fragment scurt pe TikTok, ca citat preluat pe Twitter/X, ca grafic vizual pe Instagram, ca analiză în presa internațională. Această circulație multiplă amplifică impactul și crește coerența narativă. Referiri și imagini din discursurile oficiale ale președintelui Ucrainei apar în același timp pe site-ul oficial al lui Zelenski dar și pe conturile @ZelenskyyUa (platforma X) [11] și pe zelenskyy_official (Instagram) [12], precum și pe alte site-uri oficiale [14].

Repere privind comunicarea strategică din perspectiva supraviețuirii

În cadrul comunicării politice, strategia desemnează ansamblul orientărilor conceptuale prin care o politică publică este transpusă într-un plan coerent de comunicare, distinct atât de conținutul legislativ al politicii, cât și de acțiunile tactice de nivel operațional. Dacă politica reprezintă o articulare formală a obiectivelor și intereselor actorului guvernamental, comunicarea strategică constituie mecanismul prin care aceste obiective sunt avansate prin instrumente discursive și mediatică. Ea presupune o înțelegere profundă a structurilor sociale relevante — preferințele și comportamentele grupurilor-țintă, logica de funcționare a instituțiilor media și arhitectura actorilor interesați — utilizând aceste cunoștințe pentru a modela percepțiile, acțiunile și deciziile acestora în direcția susținerii intereselor politice [10, p.18].

Conform lui Hallahan, comunicarea strategică presupune utilizarea coerentă și intenționată a proceselor de comunicare pentru atingerea obiectivelor organizaționale sau politice. Astfel, ”accentul se pune pe aplicarea strategică a comunicării și pe modul în care o organizație funcționează ca actor social pentru a-și promova misiunea” [6, p. 7].

În situații de conflict, rolurile comunicării strategice se extind la gestionarea percepțiilor, formarea identității publice și consolidarea legitimității internaționale. Cu alte cuvinte, comunicarea strategică în contextul conflictelor include: comunicare de criză, comunicare militară, diplomatie publică, comunicare politică, gestionarea imaginii naționale.

Pentru Ucraina, comunicarea strategică nu a fost doar o activitate tehnică, ci un sistem de management al percepțiilor la nivel global. Ea a avut roluri diferite în funcție de etapa conflictului: supraviețuire, și influență. În situații de criză, comunicare strategică este asociată cu supraviețuirea [6, p. 13]. În ceea ce privește utilizarea strategiei, din perspectiva lui Jürgen Habermas, aceasta conduce la înțelegerea acțiunilor, în același timp în care „atitudinea strategică” se asociază cu comunicarea „deliberat pseudo-consensuală” [5, p. 210]. Raymon A. Bauer, abordând efectele comunicării, concluzionează că există două modele de comunicare: un model social, de influență unidirecțională, care apare atunci când se vorbește despre publicitate și propagandă unde ”comunicatorului i se atribuie, în general, o libertate și o putere considerabile de a face ceea ce dorește cu publicul” [1, p. 319] și un model științific acesta fiind „un proces tranzacțional în care două părți se așteaptă să ofere și să primească în schimb valori aproximativ echitabile” [1, p. 319].

Supraviețuirea comunicațională reprezintă în acest context un concept amplu care trebuie analizat din perspectiva a cel puțin trei dimensiuni: supraviețuirea fizică, supraviețuirea instituțională și supraviețuirea simbolică. Supraviețuirea comunicațională ancorată în dimensiunea supraviețuirii fizice reprezintă transmiterea de: informații care salvează vieți, mesaje rapide privind evacuări, adăposturi, atacuri aeriene, informații

vitale, comunicări privind coordonarea reacțiilor de urgență, informații privind gestionarea panicii. Dimensiunea supraviețuirii instituționale este reprezentată de mesaje privind continuitatea guvernării, informații care transmit stabilitate, informații privind menținerea autorității politice, continuitatea guvernării, contracararea zvonurilor privind capitularea (februarie 2022 – decembrie 2022 - Zelenski apare regulat în mesaje video autentice, filmate pe telefon). În ceea ce privește supraviețuirea simbolică, observăm mesaje privind protejarea identității colective prin simboluri, narațiuni ale rezistenței, apeluri morale la comunitatea internațională, menținerea moralului social, cultivarea identității naționale, definirea unei cauze morale. Cele trei dimensiuni vizibile în comunicarea ucraineană, cel puțin în primele luni ale conflictului, au transformat comunicarea strategică într-o supraviețuire comunicațională menită să asigure stabilitatea națională.

Fronturile informaționale

Fronturile informaționale reprezintă zone de conflict în care actorii statali sau non-statali concurează pentru producerea, controlul și circulația informațiilor, cu scopul de a modela percepții, atitudini și comportamente. Ele includ atât difuzarea strategică de mesaje, cât și manipularea, filtrarea sau contestarea acestora, transformând informația într-o resursă operațională centrală în dinamica conflictelor contemporane. Manuel Castells afirmă că în societatea rețelilor, puterea este strâns legată de capacitatea actorilor de a modela fluxurile de informații și de a influența infrastructurile simbolice ale spațiului public. În războaiele hibride contemporane, fronturile informaționale devin arene ale competiției strategice, în care statele utilizează comunicarea vizuală și digitală pentru a influența opinia globală. ”Puterea conectării în rețea este ”puterea pe care o au actorii și organizațiile incluse în rețelele care reprezintă miezul societății globale asupra colectivelor sau indivizilor care nu sunt incluși în aceste rețele. Această formă de putere funcționează prin excludere/includere.” [2, p. 42]. Din analiza discursurilor președintelui ucrainean din perioada februarie 2022-decembrie 2023, extrapolând definiția lui Castells, exista premisele analizei includerii altor actori statali în conflictul ruso-ucrainean, din perspectiva supraviețuirii comunicaționale, a sprijinului extern și a influenței globale.

Andrew Hoskins și Ben O’Loughlin vorbesc despre „războiul difuz”, în care media creează o topografie informațională fluidă [7, p.15] . În concepția autorilor, conceptul de „război difuz” descrie o paradigmă emergentă în care mediatizarea conflictelor, relațiile cauzale tot mai opace dintre acțiuni și efecte și creșterea incertitudinii decizionale se constituie în trei axe interdependente. Aceste axe nu reprezintă condiții binare, ci variabile graduale care se modulează reciproc și structurează dinamica contemporană a războiului. Scopul noțiunii nu este de a explica originea conflictelor – adesea ancorată în interese politice și economice– ci de a surprinde transformările profunde ale modului în care războiul este justificat, purtat, gestionat post-conflict și integrat în memoria colectivă. În acest sens, „războiul difuz” oferă un cadru inteligibil pentru înțelegerea conflictului armat [7, pp.15-16].

Mediatizarea conflictului, sau a războiului în cazul de față, este esențială deoarece percepțiile publicului, ale actorilor politici și ale celor militari condiționează atât legitimitatea, cât și desfășurarea conflictului. Mass-media și rețelele sociale devin astfel principalul cadru prin care aceste percepții sunt produse, menținute sau contestate. Războiul se configurează ca o competiție pentru controlul câmpurilor de percepție, în care

victoriile simbolice și modul de organizare a percepției devin la fel de decisive precum câștigurile materiale.

Frontul informațional implică: competiția pentru narațiunea dominantă, mobilizarea comunității internaționale, modelarea percepțiilor globale asupra agresorului și victimei, transformarea simbolurilor în instrumente de război. Pentru Ucraina, frontul informațional a devenit un factor decisiv în obținerea sprijinului militar și financiar din partea Occidentului.

Diplomația publică și soft power. Drumul către influență globală

În logica teoretică formulată de Joseph Nye, soft power-ul desemnează capacitatea unui stat de a exercita influență globală prin atractivitate, valori și legitimitate, mai degrabă decât prin coerciție. În acest sens, Ucraina oferă un exemplu paradigmatic al modului în care resursele simbolice – eroismul civic, angajamentul democratic și reziliența socială – pot fi convertite în capital de influență într-un context geopolitic extrem de volatil. Modul indirect de exercitare a influenței, conceptualizat drept „a doua față a puterii” [9, p.19], descrie capacitatea unui stat de a obține rezultate în relațiile internaționale prin atractivitate și legitimare, mai degrabă decât prin coerciție. Atunci când valorile, modelul politic sau nivelul de prosperitate al unui stat sunt percepute ca demne de urmat, alte țări își aliniază voluntar comportamentele și preferințele, ceea ce conferă statului respectiv o formă de influență agendă-setting. În acest sens, soft power-ul reprezintă abilitatea de a modela preferințele altora astfel încât aceștia să dorească rezultatele urmărite, mecanism care operează prin cooptare și nu prin constrângere militară sau economică. În cadrul diplomației publice contemporane, liderii politici au înțeles că o parte esențială a influenței derivă din capacitatea de a genera atracție, nu doar din exercitarea coerciției. Atunci când un actor politic reușește să determine alte state sau populații să își însușească voluntar preferințele sale, costurile politice, militare și economice scad considerabil — un aspect crucial atât pentru supraviețuirea sistemelor democratice, cât și pentru gestionarea conflictelor. În democrații, unde autoritatea nu se poate impune prin comandă directă, soft power-ul devine un pilon central, fiind alimentat de resurse intangibile precum cultura, valorile, instituțiile credibile și politicile percepute ca legitime sau moralmente autorizate.

În context de război, soft power-ul nu își pierde relevanța, ci capătă o funcție strategică suplimentară: aceea de a transforma reziliența internă și solidaritatea internațională în resurse operaționale. Soft power-ul pe timp de război se manifestă prin capacitatea unui stat de a atrage simpatie, sprijin diplomatic, ajutor militar și economic, precum și prin abilitatea de a construi narațiuni care mobilizează actorii externi fără a recurge la constrângere. Această formă de influență depășește persuasiunea rațională, deoarece se bazează pe atracție, identificare și acceptare voluntară, convertind capitalul simbolic în capital strategic.

Astfel, în termeni comportamentali, soft power-ul reprezintă puterea de atracție, iar în termeni de resurse, el constă în activele — culturale, politice, morale și instituționale — capabile să producă această atracție. În perioade de conflict, aceste resurse devin componente esențiale ale supraviețuirii politice și ale influenței globale, consolidând rolul diplomației publice ca instrument critic de proiectare a puterii într-un mediu internațional marcat de competiție și instabilitate.

Literatura despre diplomație publică, ilustrată de autori precum Eytan Gilboa și James Pamment, subliniază că arena centrală a acestei forme de putere este astăzi spațiul digital. Gilboa distinge între diplomația publică, în care actorii statali și nestatali utilizează mass-media și alte canale de comunicare pentru a influența opinia publică în societățile străine; diplomația mediatică, în care oficialii utilizează mass-media pentru a investiga și promova interese reciproce, negocieri și soluționarea conflictelor; și diplomația mediatică-intermediară, în care jurnaliștii își asumă temporar rolul de diplomați și servesc ca mediatori în negocierile internaționale [4, p.58]. Diplomația publică se centrează pe modul în care atitudinile și percepțiile publice influențează formularea și implementarea politicii externe, fiind întemeiată conceptual pe ideea de influență, înțelegând ca abilitatea de a produce efecte fără recurs explicit la forță sau la comandă directă, operând prin mecanisme indirecte, subtile sau intangibile [10, p. 6].

Ucraina a reușit să exploateze acest mediu pentru a-și proiecta mesajele către o audiență globală diversificată. Transformarea comunicării ucrainene după 2022 evidențiază o tranziție strategică: de la comunicarea de criză – menită să asigure supraviețuirea informațională, mobilizarea internă și contracararea agresiunii cognitive ruse – către o formă maturizată de diplomație publică digitală, orientată spre obținerea influenței internaționale.

În anul 2023, această evoluție devine vizibilă prin intensificarea intervențiilor președintelui Zelenski în parlamente și organizații internaționale, prin profesionalizarea constantă a materialelor vizuale și prin implicarea sistematică a actorilor societății civile, a ONG-urilor și a influencerilor cu vizibilitate globală. Dacă în 2022 discursurile semănau cu un ”strigăt de disperare” menit să alerteze comunitatea internațională, reclamând supraviețuirea și reziliența prin victimizare strategică, în 2023 observăm schimbarea strategiei de comunicare prin universalizarea conflictului, și legitimarea acțiunilor. 2023 reprezintă, de fapt, un apel coerent adresat comunității internaționale de angrenare în luptă. Această mutație de la comunicare reactivă la comunicare strategică instituie un cadru în care Ucraina nu mai urmărește doar supraviețuire, informare și mobilizare, ci își proiectează activ imaginea, valorile și obiectivele ca parte a unei campanii globale de branding național. Prezența continuă pe agenda forumurilor internaționale, consolidarea alianțelor simbolice și colaborările transnaționale indică un grad avansat de profesionalizare comunicativă și o orientare explicită către acumularea de soft power. În ansamblu, Ucraina devine un caz contemporan relevant pentru înțelegerea modului în care diplomația publică digitală poate transforma un stat aflat în conflict într-un actor cu influență globală emergentă.

Metodologie

Designul cercetării. Studiul adoptă o metodologie calitativă, adecvată analizării proceselor narrative și simbolice din comunicarea strategică ucraineană, prin investigarea conținutului discursului președintelui Zelenski. Întrebările de cercetare sunt: Cum articulează Ucraina *supraviețuirea* statului și a națiunii în discursul oficial al președintelui Zelenski între 2022–2023? Cum se transformă această narațiune de la „supraviețuire și solidaritate” la „influență globală și legitimitate internațională”?

Corpus de date. Corpusul analizat cuprinde 35 discursuri oficiale ale președintelui Volodîmîr Zelenski (21 discursuri din 2022 și 14 discursuri din 2023). Discursurile au

fost extrase de pe site-ul oficial al Președintelui Ucrainei [13]. Perioada analizată este februarie 2022-decembrie 2023.

De asemenea, au fost analizat și alte comunicate și mesaje ale instituțiilor statului ucrainean, precum și campanii digitale pro-ucrainiene cu vizibilitate internațională. Tipurile de discurs analizate au fost: discursuri video ale lui Zelenski (nocturne / adresări către națiuni), discursuri în parlamentul SUA, UE, Germania, Franța etc., participări la Forumul Economic Mondial, ONU, NATO, discursuri pentru diaspora și conferințe internaționale. Criteriile de selecție: relevanța, supraviețuirea, securitatea, reziliența, apel către Occident.

Rezultatele cercetării și concluzii

Analiza calitativă a discursurilor oficiale ale lui Volodîmîr Zelenski din 2022–2023 a fost structurată pe patru categorii tematice majore (supraviețuire, front informațional, emoție strategică, diplomatie publică), fiecare cu indicatori măsurabili ai evoluției narative. Creșterea numărului de referiri în 2023 față de 2022 în categoria privind diplomația publică reflectă trecerea de la o comunicare orientată spre criză la o strategie avansată de influență și legitimitate internațională (a se vedea în acest sens Anexa).

Narațiunea supraviețuirii. Analiza discursurilor din 2022 axate pe supraviețuire strategică sunt în număr de 41, pe reziliență - 60 și pe victimizare - 71. Acest număr înregistrează scăderi moderate în 2023, cu doar 14 trimiteri noi la supraviețuire existențială și 12 la victimizare strategică, ceea ce indică trecerea de la retorica urgenței la un registru mai orientat spre stabilitate și reziliență instituțională. Pe tema rezilienței se observă 34 de noi mențiuni în 2023, semn că discursul se deplasează de la frică la capacitatea continuă de a rezista.

Front informațional. Elementele de contra-narațiune înregistrează 68 referiri în 2022 și 27 de noi trimiteri în 2023, indicând persistența luptei împotriva propagandei ruse, dar cu o intensitate mai calibrată. Pentru dimensiunea „armei informaționale” sunt 77 referiri în 2022, numărul de mențiuni noi în 2023 fiind de 31, ceea ce sugerează instituționalizarea comunicării ca instrument strategic. Mobilizarea globală rămâne cea mai frecventă temă din această categorie, având 22 de noi referiri în 2023 (112 în 2022), reflectând accentul tot mai pronunțat pe alianțe și pe plasarea Ucrainei în centrul agendei internaționale.

Emoție strategică și simbol. Discursurile bazate pe emoție tragică în număr de 51 în 2022 se mențin și în 2023 (17 noi mențiuni), indicând o tranziție de la dramatismul inițial la o utilizare mai strategică a empatiei. Discursurile axate pe simboluri naționale păstrează și rolul de ancoră identitară în discursul oficial (48 în 2022 și 15 în 2023). Narațiunea „eroului colectiv” înregistrează 17 mențiuni suplimentare în 2023 (33 în 2022), consolidând imaginea poporului ca agent moral și actor al rezistenței.

Diplomație publică și influență. Tema legitimității internaționale explodează în 2023, adăugând 68 de noi referiri (37 în 2022), un indicator clar al deplasării discursului către poziționare globală și angajamente democratice. Universalizarea suferinței Ucrainei în valori globale crește spectaculos, cu 98 de mențiuni noi (46 în 2022), reflectând integrarea conflictului într-un cadru civilizațional. Leadershipul moral al președintelui Zelenski crește și el substanțial, cu 64 de noi referiri (41 în 2022), confirmând consolidarea imaginii sale ca figură simbolică internațională.

Concluzii

Analiza discursurilor oficiale ale președintelui Volodîmîr Zelenski din perioada februarie 2022-decembrie 2023 evidențiază o evoluție clară de la o retorică orientată spre supraviețuirea statului la o comunicare strategică maturizată, capabilă să opereze simultan pe plan intern și internațional. În perioada analizată cele mai multe referințe sunt axate pe mobilizare globală (în 134 discursuri sunt apeluri către aliați și instituții internaționale) și universalizare (în 144 discursuri apar mențiuni la apărarea democrației globale, dreptul internațional, reforme instituționale). Narațiunea inițială, centrată pe amenințare existențială, reziliență și apeluri la solidaritate urgentă, se transformă treptat într-o structură discursivă axată pe legitimitate democratică, leadership moral și integrarea Ucrainei în arhitectura valorilor occidentale. În paralel, spațiul comunicării devine un front informațional conștientizat și utilizat strategic, unde contra-narațiunile, mobilizarea partenerilor și afirmarea adevărului funcționează ca instrumente de putere. Totodată, dimensiunea emoțional-simbolică rămâne un element central al influenței internaționale, consolidând capacitatea Ucrainei de a transforma experiența traumatică în capital diplomatic. În ansamblu, discursul prezidențial evoluează de la reacție la proiecție, de la apărare la afirmare, indicând tranziția Ucrainei către o poziție activă în ecologia comunicațională globală și confirmând rolul comunicării strategice ca vector esențial al rezilienței și al influenței sale internaționale.

Referințe bibliografice:

1. Bauer, R. A.. (1964) *The obstinate audience: The influence process from the point of view of social communication*. American Psychologist, 19, 319–328.
2. Castells, M., (2015) *Comunicare și putere*. Editura COMUNICARE.RO.
3. Deuze, M. (2011). *Media life*. Polity Press.
4. Gilboa, E. (2008). Searching for a Theory of Public Diplomacy. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616 (1), 55–77.
5. Habermas, J. (1979). *Communication and the evolution of society*. Boston: Beacon Press.
6. Hallahan, K., Holtzhausen, D., van Ruler, B., Vercic, D., Sriramesh, K. (2007). *Defining Strategic Communication*. International Journal of Strategic Communication.
7. Hoskins, A., & O’Loughlin, B. (2010). *War and Media: The Emergence of Diffused War*. Polity Press.
8. Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. NYU Press.
9. Nye, J. S. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. PublicAffairs.
10. Pamment, J. (2013). *New public diplomacy in the 21st century*. Routledge.
11. Pagina oficială a președintelui ucrainean V. Zelenskyy pe rețeaua X. Disponibil: <https://x.com/ZelenskyyUa> (accesat: 29. 11. 2025).
12. Pagina oficială a președintelui ucrainean V. Zelenskyy pe Instagram Disponibil: https://www.instagram.com/zelenskyy_official/related_profiles/ (accesat: 29. 11. 2025).
13. Site-ul oficial al președintelui ucrainean V. Zelenskyy. Disponibil : <https://www.president.gov.ua/en> (accesat: 30. 11. 2025).
14. Pagina oficială a Ministerului Apărării din Ucraina pe rețeaua X Disponibil : <https://x.com/DefenceU> (accesat: 30. 11. 2025).

**Rezultatele referirilor din discursurile oficiale ale lui Volodîmîr Zelenski
(în perioada 2022–2023) pe categorii:**

- A. Supraviețuire (subcoduri: A1 – supraviețuire strategică, A2 – victimizare, A3 – reziliență)
- B. Front informațional (subcoduri: B1 – contra-narațiune, B2 – arma informațională, B3 – mobilizare globală)
- C. Emoție strategică (subcoduri: C1 – emoție tragică, C2 – simboluri naționale, C3 – erou colectiv)
- D. Diplomatie publică (subcoduri: D1- legitimitate internațională, D2 – universalizare, D3 – leadership)

