

Літвінчук І. С.

Національний університет «Одеська юридична академія»

ЕФЕКТИВНІСТЬ КОМУНІКАЦІЇ В МЕДІА ПІД ЧАС КРИЗИ

Вивчення ролі медіа в поширенні актуальної та достовірної інформації під час кризи включає детальний аналіз впливу засобів масової інформації на формування громадської думки та визначення характеристик ефективності цього процесу.

Однією з ключових аспектів є визначення того, наскільки ефективно медіа вдаються до розповсюдження актуальної інформації, яка відповідає потребам та очікуванням громадськості. Вивчення реакції аудиторії на подану інформацію дозволяє визначити, наскільки вона відповідає вимогам громадської безпеки та інших факторів.

Також, важливим є аналіз достовірності інформації, яку медіа поширюють під час кризи. Ідентифікація та оцінка джерел, використовуваних медіа, а також ступінь їхньої достовірності, дозволяє визначити, наскільки інформація відповідає стандартам журналістики та може впливати на сприйняття ситуації громадськістю.

Важливим аспектом дослідження є також вивчення ролі медіа у формуванні образу кризової ситуації. Якщо медіа акцентують увагу на конкретних аспектах або використовують емоційно забарвлену лексику, це може впливати на сприйняття громадськістю та формування її позицій.

Усі ці елементи аналізу визначають важливі аспекти ролі медіа в поширенні інформації під час кризи та визначають ефективність цього процесу в контексті забезпечення громадської освіти, довіри та впливу на прийняття рішень.

Дослідження ролі медіа в поширенні актуальної та достовірної інформації під час кризи визначає важливі аспекти, такі як ефективність розповсюдження інформації, реакція громадськості та рівень достовірності використовуваних джерел. Зазначений аналіз також включає в себе аналіз взаємодії медіа з аудиторією та процесу формування образу кризової ситуації.

У розгляді ефективності комунікаційного процесу важливо враховувати, наскільки медіа вміло взаємодіють із своєю аудиторією, адаптуючи інформацію до її потреб та очікувань. Детальний аналіз реакції громадськості на подану інформацію дозволить визначити ступінь впливу медіа на формування громадської думки та ставлення до подій у кризовий період.

Зокрема, дослідження включає аналіз того, наскільки достовірно та об'єктивно медіа використовують джерела інформації в умовах кризи. Оцінка рівня достовірності допоможе визначити, наскільки вірогідно громадськість прийме інформацію та як це вплине на її реакцію.

Усі ці аспекти аналізу разом сприятимуть глибшому розумінню впливу медіа на суспільство під час кризових ситуацій та визначенню оптимальних стратегій комунікації в умовах неспокою та невизначеності.

Ключові слова: комунікація, криза, медіа, кризова комунікація, ефективна комунікація.

Постановка проблеми. Зростання кількості кризових ситуацій у сучасному світі підкреслює важливість ролі медіа в інформуванні громадськості та формуванні образу подій. Однак ефективність комунікації в медіа під час кризи стає предметом серйозних сумнівів та обговорень. Проблема полягає в тому, наскільки медіа здатні забезпечити швидке та достовірне поширення інформації, уникнути поширення неправдивих та спекулятивних даних, а також вплинути на сприйняття громадськістю подій у кризовий період. Дослідження цієї проблеми має на меті розкрити основні виклики, з якими стикаються медіа

в процесі комунікації під час кризи та визначити оптимальні стратегії для поліпшення ефективності цього процесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У період кризи збільшується значущість комунікації на різних рівнях суспільства, а роль комунікації стає ключовим елементом ефективного управління та прийняття стратегічних рішень. Зумовлений кризовий характер сучасного суспільства породжує новий напрямок наукового аналізу та практичних підходів – кризову комунікацію. Важливою є роль ефективною кризовою комунікації у запобіганні паніці, страху та іншим психологіч-

ним наслідкам кризи, а також у врятуванні життів людей. Область кризових комунікацій є специфічним об'єктом досліджень у галузі взаємодії з громадськістю. Різні науковці, такі як Є. Гарькавий, С. Ставченко, П. Кухта, А. Баровська, та інші, проводили дослідження проблематики кризової комунікації та кризового менеджменту, а також вивчали взаємодію ЗМІ з владою під час криз [8].

Постановка завдання. Головною метою даного дослідження є вивчення та оцінка ефективності комунікаційних стратегій, що використовуються медіа-організаціями під час кризових ситуацій. Дослідження спрямоване на розкриття ключових чинників, що впливають на якість інформаційної взаємодії під час криз, а також на розробку рекомендацій для оптимізації стратегій комунікацій з метою підвищення ефективності взаємодії між медіа та громадськістю в періоди надзвичайних ситуацій.

Це дослідження спрямоване на покращення розуміння ефективної комунікації в медіа під час кризових ситуацій, що може сприяти підвищенню стійкості та довіри в інформаційному просторі.

Виклад основного матеріалу. Поняття кризової комунікації описує обмін інформацією між організаціями, владними структурами, медіа та іншими зацікавленими сторонами під час кризи, а також розповсюдження повідомлень для громадськості через медіа щодо кризової ситуації до, під час і після неї.

Кризою можна вважати різноманітні стихійні лиха, пандемії, політичні, економічні або екологічні катаклізми, військові конфлікти, які мають спільну властивість – здатність викликати непередбачувані та значні зміни в суспільстві. Криза представляє собою надзвичайну подію, яка порушує встановлену систему комунікації в суспільстві. У контексті кризи необхідне керування процесом комунікації, спрямоване на розповсюдження позицій та активних дій суб'єктів соціальної роботи, запобігання поширенню чуток та дезінформації, а також нейтралізацію або мінімізацію наслідків кризи. До ключових характеристик кризової комунікації можна віднести гнучкість та адаптивність способів взаємодії між суб'єктами (в залежності від типу кризи та ступеня її загострення), підсилення неформальних засобів отримання та передачі інформації (через соціальні мережі, месенджери тощо), а також зниження централізму в комунікаційному процесі та своєчасне ситуаційне реагування на виникаючі проблеми.

Ефективність комунікації в медіа під час кризи є важливим інструментом для забезпечення ста-

більності та управління важливими інформаційними потоками в періоди несприятливих подій. У контексті кризової ситуації, такої як природні катастрофи, епідемії, фінансові колапси або інші негативні події, медіа відіграють ключову роль у формуванні загальної картини, впливають на громадську думку та визначають реакцію суспільства.

Ефективність комунікації в медіа включає в себе не тільки швидку та точну передачу інформації, але й здатність взаємодіяти з аудиторією, будуючи довіру та забезпечуючи прозорість. У кризових ситуаціях важливо оперативно реагувати на події, надавати точну і достовірну інформацію, а також ефективно керувати ризиками виникнення паніки чи неправомірних тлумачень.

Поняття ефективності комунікації в медіа під час кризи також включає в себе розвиток стратегій для управління репутацією, взаємодії зі зацікавленими сторонами та формування позитивного сприйняття дій та рішень в умовах обмеженого часу та великого тиску. Крім того, важливо враховувати різноманітні канали комунікації, такі як соціальні мережі, традиційні медіа, онлайн-платформи та інші, для максимального охоплення аудиторії та впливу на її сприйняття подій.

Ефективність комунікації в медіа під час кризи є ключовим аспектом для управління ситуацією та збереження репутації. Важливо розуміти, що кризова ситуація завдає великого впливу на сприйняття громадськістю та може мати серйозні наслідки для організації чи країни.

Нижче подано виклад основного матеріалу щодо ефективності комунікації в медіа під час кризи:

– Швидкість та достовірність інформації. Ключовим елементом є оперативність у поширенні інформації. Медіа повинні оперативно реагувати на кризові ситуації та постачати достовірну інформацію, щоб уникнути поширення неправдивих чи спекулятивних даних.

Оперативність та достовірність є ключовими принципами для медіа, особливо у сучасному інформаційному середовищі. Кризові ситуації вимагають швидкої реакції, інакше можуть поширитися неправдиві чи спекулятивні дані, що може призвести до паніки або неправильних рішень.

Оперативність передбачає не лише швидку подачу інформації, а й її аналіз та перевірку. Медіа повинні взяти на себе відповідальність за перевірку джерел та фактів, перш ніж поширювати інформацію. Важливо використовувати надійні джерела та забезпечувати об'єктивність у висвітленні подій.

Також, важливо мати систему корекції помилок та виправлень, щоб в разі невірної інформації вона могла бути оперативно виправлена. Це сприяє підтримці довіри глядачів і читачів.

У цілому, ефективна робота медіа під час кризових ситуацій вимагає збалансованості між оперативністю та достовірністю, з метою надання точної та об'єктивної інформації громадськості.

– Гнучкість. Медіа повинні бути гнучкими та адаптивними до змін у кризових умовах. Способи комунікації повинні відповідати насущним вимогам та змінюватися відповідно до ситуації. Гнучкість та адаптивність дозволяють медіа не лише ефективно реагувати на кризові ситуації, але й підтримувати довіру глядачів чи читачів у непередбачуваних умовах.

– Використання різних медіа платформ. Ефективна комунікація вимагає використання різних медіа-платформ, таких як телебачення, радіо, соціальні мережі та онлайн-видання. Це дозволяє досягти різноманітності аудиторії та максимальної охопленості. Використання різних медіа-платформ дійсно є важливим аспектом ефективної комунікації, особливо в кризових ситуаціях. Розмаїття медіа дозволяє максимально охопити різноманітну аудиторію та забезпечити широкий імпакт. Різні люди віддають перевагу різним медіа-форматам. Деякі більше слідкують за новинами через телебачення, інші – через соціальні мережі чи онлайн-видання. Використання різних платформ дозволяє ефективно взаємодіяти з різними сегментами аудиторії.

За допомогою різних медіа-каналів можна досягти максимального охоплення цільової аудиторії. Це особливо важливо в кризових ситуаціях, коли потрібно швидко та ефективно поширювати інформацію.

Інтеграція різних медіа-платформ у комунікаційні стратегії допомагає забезпечити різноманітність, охоплення та ефективність взаємодії з аудиторією в умовах кризи.

– Створення позитивного нарративу. Важливо створювати позитивний нарратив, навіть в умовах кризи. Медіа повинні акцентувати увагу на рішеннях, допомозі та спільних діях, що може покращити сприйняття ситуації. Медіа мають велику відповідальність у формуванні суспільної думки, і створення позитивного нарративу може мати значний вплив на взаємини громадян, їхню діяльність та відношення до кризової ситуації.

Лідерство та спрямованість на дії. Керівництво грає ключову роль у комунікації під час кризи. Чітке лідерство та акцент на діях допомагають відновлювати довіру громадськості та керувати

ефективністю заходів. Чітке лідерство та акцент на діях створюють умови для відновлення довіри громадськості, забезпечуючи ефективність та координацію взаємодії у кризових умовах.

– Взаємодія з громадськістю. Спілкування з громадськістю повинно бути взаємо дійним та враховувати їхні обурення та очікування. Реакція на питання та відгуки громадськості грає важливу роль у формуванні позитивного сприйняття. Активна взаємодія з громадськістю та врахування їхніх поглядів та відчуттів є ключовим елементом успішної комунікації в умовах кризи.

– Кризове управління репутацією. Збереження та відновлення репутації – важлива частина комунікації під час кризи. Медіа повинні активно впливати на образ організації чи держави, зокрема за допомогою ефективних PR-кампаній. Збереження та відновлення репутації вимагає цілеспрямованих зусиль та виваженої стратегії PR. Інтегрований підхід до комунікації дозволяє суттєво вплинути на сприйняття громадськості та зберегти або відновити довіру.

Дійсно, збереження та відновлення репутації є критично важливим завданням під час кризи, і ефективна комунікація в цьому процесі відіграє ключову роль. Давайте розглянемо більше деталей щодо кроків та аспектів, які можна включити в цю стратегію:

Ретельне вивчення причин кризи, ідентифікація ключових зацікавлених сторін, врахування можливих наслідків та визначення основних питань, які потрібно адресувати.

Визначення цілей, створення ключових повідомлень, розподіл відповідальності та часовий графік для впровадження стратегії.

Розуміння того, кому призначені повідомлення, і як краще доповісти їм потрібну інформацію. Використання різних каналів, включаючи традиційні медіа, соціальні мережі, прес-конференції, внутрішню комунікацію тощо.

Залучення внутрішніх команд, клієнтів, партнерів та інших стейкхолдерів для спільної роботи над збереженням та відновленням репутації.

Активний моніторинг відгуків у медіа та соціальних мережах для швидкого реагування на зміни в сприйнятті.

Постійне вдосконалення стратегії на основі отриманих результатів та відгуків.

Загальний підхід до комунікації повинен бути прозорим, консистентним та спрямованим на побудову довіри. Ключовою метою є відновлення позитивного образу організації в очах громадськості та збереження довіри стейкхолдерів.

Для ефективної комунікації в умовах кризи медіа вдаються до різноманітних стратегій, що охоплюють широкий спектр дій та методів. Ці стратегії направлені на максимізацію впливу та забезпечення належної передачі інформації громадськості. Серед них можна виділити такі аспекти, як організація прес-конференцій та інтерв'ю для систематизації інформації, використання соціальних мереж для швидкого та масштабного розповсюдження повідомлень, а також співпрацю з різними медіа-платформами для забезпечення різноманітності аудиторії та покриття різних сегментів громадськості. Важливим аспектом також є використання експертів та авторитетних джерел для підвищення довіри громадськості, а також розробка спеціалізованих кампаній на онлайн-платформах для акценту на ключових аспектах та створення позитивного нарративу. Таке різноманіття стратегій підкреслює значення комплексного та гнучкого підходу до комунікації в умовах кризи для досягнення оптимальних результатів.

Узагальнюючи вище перераховане, ефективна комунікація в медіа під час кризи вимагає комплексного підходу, акцентуючи на оперативності, гнучкості, взаємодії та управлінні репутацією для успішного подолання викликів.

Висновки. Ефективність комунікації в медіа під час кризи вказує на ряд ключових аспектів, які важливо враховувати для успішного управління та подолання кризових ситуацій. Невизначеність

визначає кризову ситуацію та вимагає від лідерів та медіа оперативних та адаптивних дій. Відсутність чіткості у вирішенні проблем може поглибити кризу, тому важливо швидко та ефективно реагувати.

Під час кризи ефективна комунікація в медіа вимагає від керівництва виразного лідерства та акценту на конкретних заходах. Орієнтація на вирішення проблем та взаємодія з громадськістю відіграють визначальну роль у подоланні кризових ситуацій. Успішність комунікації залежить від оперативності та достовірності розповсюдження інформації. Медіа повинні надавати актуальні та правдиві дані, уникаючи поширення недостовірних чи спекулятивних інформаційних відомостей. Використання різноманітних медіа-платформ відіграє важливу роль у досягненні широкої аудиторії. Застосування телебачення, радіо, соціальних мереж та онлайн-видань дозволяє максимізувати вплив та забезпечити різноманітність слухачів.

Комунікація в медіа під час кризи вимагає великої уваги, підготовки та стратегічного підходу. Важливо залишатися гнучким та адаптивним, забезпечуючи високий рівень довіри і підтримки з боку громадськості.

Загальним висновком є те, що успішна комунікація в медіа під час кризи вимагає комплексного та добре спланованого підходу, який враховує невизначеність ситуації та активно взаємодіє з різними сторонами, спрямований на відновлення довіри та успішне керування репутацією.

Список літератури:

1. Варганова О. Державне регулювання медіа-простору: світовий досвід для України (на прикладі аудіо-візуальних засобів масової комунікації). <http://www.niss.gov.ua/Monitor/March/07.htm>
2. Вісім правил кризових комунікацій – поради для місцевого самоврядування. URL: <https://decentralization.gov.ua/news/12353> (дата звернення: 02.02.2024).
3. Доктрина стратегічних комунікацій. URL: <https://ngu.gov.ua/wp-content/uploads/2022/12/vkp-11-0101.01-doktryna-strategichnyh-komunikaczij-ngu.pdf> (дата звернення: 02.02.2024).
4. Зрада/перемога – антикризові комунікації. *Practicum*: веб-сайт. URL: http://practicum.space/antykryzovi_komunikatsiyi (дата звернення: 02.02.2024).
5. Кризові комунікації в часи пандемії: ресурси, інструменти та інсайти. *Громадський простір* : веб-сайт. URL: <https://www.prostir.ua/?kb=kryzovikomunikatsiji-v-chasy-pandemiji-resursy-instrumenty-ta-insajty> (дата звернення: 30.01.2024).
6. Мудрак Л. Комунікація і криза. Як громадам протистояти викликам і успішно діяти в період кризи. Київ : 2020.
7. Практичний посібник для працівників комунікаційних структур в органах влади. *Інститут масової інформації* : веб-сайт. URL: <https://imi.org.ua/advice/praktichniy-posibnik-dlya-pratsivnikov-komunikatsiyinih-struktur-v-organah-vladi-chastina-2-i2363> (дата звернення: 30.01.2024).
8. Ставченко С. Кризова комунікація і ризик-комунікація у політичному процесі: спільне та особливе. *Evropský politický a právní diskurz*. 2017. Sv. 4, Vyd. 4. С. 129–135. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evrpol_2017_4_4_20 (дата звернення 30.01.2024).
9. Як організувати ефективні кризові комунікації? URL: http://practicum.space/crisis_communications (дата звернення: 02.02.2023).

**Litvinchuk I. S. THE EFFECTIVENESS OF COMMUNICATION
IN THE MEDIA DURING A CRISIS**

The study of the role of the mass media in the dissemination of relevant and reliable information during a crisis includes a detailed analysis of the influence of mass media on the formation of public opinion and the determination of the characteristics of the effectiveness of this process.

One of the key aspects is determining how effective the media is in disseminating relevant information that meets the needs and expectations of the public. Studying the reaction of the audience to the presented information allows you to determine how well it meets the requirements of public safety and other factors.

It is also important to analyze the reliability of information disseminated by the mass media during a crisis. Identifying and evaluating the sources used by the mass media, as well as their degree of trust, allows us to determine the extent to which the information meets the standards of journalism and can influence society's perception of the situation.

An important aspect of the research is also the study of the role of mass media in shaping the image of a crisis situation. If the mass media emphasize certain aspects or use emotionally colored vocabulary, this can affect the perception of the public and the formation of its positions.

All these elements of the analysis identify important aspects of the media's role in disseminating information during a crisis and determine the effectiveness of this process in the context of ensuring public education, trust and influencing decision-making.

The study of the role of mass media in the dissemination of relevant and reliable information during a crisis determines such important aspects as the effectiveness of information dissemination, public reaction and the level of trust in the sources used. This analysis also includes the analysis of media interaction with the audience and the process of forming an image of a crisis situation.

When considering the effectiveness of the communication process, it is important to consider how skillfully the mass media interact with their audience, adapting information to their needs and expectations. A detailed analysis of society's reaction to the presented information will allow to determine the degree of media influence on the formation of public opinion and attitude to events during the crisis period.

In particular, the study includes an analysis of how reliable and objective the mass media use information sources in times of crisis. Credibility assessment will help determine how likely the public will perceive the information and how this will affect their response.

All these aspects of the analysis together will contribute to a deeper understanding of the impact of mass media on society during crisis situations and the determination of optimal communication strategies in conditions of excitement and uncertainty.

Key words: *communication, crisis, mass media, crisis communication, effective communication.*