

Гордієнко Т. О.

Національний університет «Києво-Могилянська академія»

ВПЛИВ ДОДАТКІВ ДЛЯ ОБМІНУ ПОВІДОМЛЕННЯМИ НА КРИЗОВІ ТА РИЗИК-КОМУНІКАЦІЇ

Фахівці кризових та ризик-комунікацій почали використовувати нові цифрові медіа у своїй роботі вже впродовж тривалого часу: успішні приклади застосування цифрових платформ були після урагану Катріна в 2005 році, терористичного акту 11 вересня 2001 року в США, терористичного акту в Мумбаї в 2008 році. Нові медіа зіграли важливу роль у поширенні інформації під час Арабської весни в 2010 році та протестів у Білорусі в 2020 році. В Україні релевантними прикладами використання можливостей нових медіа для кризового інформування є Революція гідності 2013 року та гібридна війна Росії проти України, яка почалася в 2014 році й триває на момент написання даної статті.

Ландшафт нових медіа постійно змінюється, пропонуючи нові платформи із більшим вибором функцій та можливостей. Дослідники розглядають нову динаміку в кризових та ризик-комунікаціях як з точки зору користувачів нових цифрових платформ, так і з точки зору фахівців та практиків кризових комунікацій. Нові медіа можуть бути джерелом інформації про виникнення та перебіг кризових подій, оскільки користувачі створюють та публікують власний контент на цифрових платформах (user-generated content). Водночас нові медіа можуть слугувати й комунікаційним каналом для поширення інформації від сторін, залучених у кризовому менеджменті. При цьому попередні дослідження показали, що середовище соціальних мереж не є однорідним й різні соцмережі можуть відігравати різну роль в кризових комунікаціях. У цьому контексті, порівняно мало уваги приділяється додаткам для обміну повідомленнями, чия роль в комунікаціях помітно зростає. Наприклад, відомі випадки коли месенджер WhatsApp використовувався як інструмент для координації волонтерів після землетрусу в Непалі та повені в Ченнаї 2015 року. Втім, координація – не єдиний можливий спосіб використання месенджерів під час кризи, особливо якщо вони використовуються одночасно з іншими цифровими платформами. Стаття розглядає, як розвиток популярності додатків для обміну повідомленнями (месенджерів) впливає на кризові та ризик-комунікації. В ній розглядається відмінність кризових та ризик-комунікацій, наводиться їх актуальне позиціонування в межах кризового менеджменту та перспективи подальшого застосування додатків для обміну повідомленнями.

Стаття враховує як попередній міжнародний досвід, так і досвід України, водночас пропонуючи можливі напрямки для подальших досліджень та практичного застосування месенджерів у кризових комунікаціях.

Ключові слова: цифрові платформи, медіа, нові медіа, соціальні мережі, месенджери, Україна, комунікації, кризові комунікації, кризовий менеджмент, війна, конфлікт, катастрофа, WhatsApp, Telegram, Viber, Facebook Messenger.

Постановка проблеми. В умовах дедалі більш частих і складних криз – від стихійних лих і надзвичайних ситуацій у сфері охорони здоров'я до соціальних і політичних заворушень – ефективна комунікація є важливою для забезпечення швидкого реагування на кризу та координації необхідних для цього ресурсів. Традиційні методи комунікації, незважаючи на надійність, часто не мають достатньої швидкості та значного охоплення, необхідних для динамічного управління кризою в режимі реального часу. Поява додатків для обміну повідомленнями, таких як WhatsApp, Telegram і Facebook

Messenger, пропонує альтернативний підхід, уможливаючи негайний обмін інформацією, координацію та взаємодію в глобальному масштабі. Однак, незважаючи на те, що ці платформи мають значний потенціал, їх використання супроводжується і низкою викликів, зокрема ризиками поширення дезінформації, проблеми конфіденційності та залежність від мобільної інфраструктури. Також не всі учасники кризових комунікацій мають достатньо ресурсів та належну підготовку для того, щоби ефективно та системно використовувати можливості цифрових комунікаційних платформ [21].

Залежність від пристроїв та цифрових платформ зумовлює певні вразливості в умовах, коли інфраструктура для їх використання є відсутньою, пошкодженою або зазнає кібератак. В подібній ситуації фахівці кризових комунікацій мають враховувати необхідність взаємодії з аудиторією через низку різних каналів, щоби забезпечити максимальне охоплення аудиторії та мінімізувати подібні ризики [11; 12]. Наприклад, в Україні у прифронтових територіях надійним джерелом новин є «Українське Радіо». Воно доступне через FM-мережу, мобільний застосунок *suspilne.radio*, застосунок «Дія». Ерікссон також вказує на те, що ефективна комунікація у кризових ситуаціях у соціальних мережах все ще пов'язана з наданням пріоритету традиційним медіа [10]. Такої ж думки дотримуються Кулі та Джонс [8]. Тож перед практиками кризових комунікацій постає питання того як ефективно збалансувати використання традиційних та нових медіа. Загалом, фахівці з кризової комунікації «повинні поширювати інформацію про катастрофи з якомога більшої кількості джерел і в якомога більшій кількості форм» щоби здійснювати ефективну кризову комунікацію [15; 11].

Втім, аудиторії все більше й більше адаптують цифрові комунікаційні платформи у своєму повсякденному житті й покладаються на них як на джерело інформації, а під час криз ця практика пошуку та споживання новин через цифрові платформи стає навіть більш поширеною та інтенсивною [5]. Таким чином, постає необхідність дослідження цих нових форм комунікації та взаємодії, прикладів їх вдалого та невдалого застосування в кризових та ризик-комунікаціях, аби належним чином адаптовувати стратегії реагування на надзвичайні події, враховуючи мінливість та фрагментацію цифрового середовища.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Кумбс і Холладей виокремлюють чотири сфери кризових комунікацій [23]:

- організаційні кризи;
- політичні кризи;
- катастрофи (як спричинені людьми, так і природні);
- кризи громадського здоров'я.

Дослідники звертають увагу на те, що деякі елементи кризової комунікації можуть застосовуватися в різних сферах, але застерігають від надмірного узагальнення: те, що є релевантним в одній сфері кризових комунікацій, може бути невідповідним чи неефективним для іншої. Кім та Дутта вказують, що в дослідженнях кризових комунікацій домінують роботи, націлені на

вивчення організаційних криз [13]. На їх думку, причиною такого зсуву є нерівномірний перерозподіл ресурсів, за якого великі комерційні організації мають більше впливу та коштів для того, щоби інвестувати їх у комунікаційні процеси, включно з кризовими комунікаціями. З цієї точки зору, кризовою подією (яка, як наслідок, вимагає і застосування кризових комунікацій) є будь-яка подія, що створює ризики для існування організації, її можливості функціонувати та надалі отримувати прибутки. Бажання зберегти *status quo* та захистити існуючі моделі роботи та отримання прибутків стали рушієм того, що в напрямок організаційних кризових комунікацій вкладалося все більше ресурсів, лишаючи інші галузі менш дослідженими та видимими в науковому полі.

Вейл, Бухнер та Паленчар зазначають, що практики у галузі комунікацій розрізняють ризик-комунікації та власне кризові комунікації [24]. **Ризик-комунікації** здійснюються на тому етапі, коли про загрозу та її потенційні негативні наслідки вже відомо і завдання комунікації полягає в тому, щоби уникнути або мінімізувати ймовірну шкоду чи найкращим чином інформувати та підготувати усіх, хто перебуває під загрозою. **Кризові комунікації** передбачають поширення інформації вже безпосередньо під час кризової події з метою мінімізувати шкоду, зберегти довіру громадськості та керувати відповідним реагуванням на кризу.

Лундгрєн і МакМакін запропонували підхід, у якому вони виокремили кілька рівнів комунікації [19]:

- комунікація піклування;
- комунікація консенсусу;
- кризова комунікація.

Згідно з їх визначенням, **комунікація піклування** стосується ризиків, уже відомих аудиторії або відповідним експертам, і ризиків, для яких процеси управління/зменшення шкоди вже визначені та прийняті аудиторією [19]. **Комунікація консенсусу** призначена для поширення повідомлень щодо управління ризиками, які є одночасно інформативними та переконливими. Дослідники зазначають, що така комунікація є, по суті, діалоговим процесом, орієнтованим на вирішення проблеми, для досягнення згоди між зацікавленими сторонами та особами, які приймають рішення щодо управління ризиками, прийняття конкретної поведінки або дій [7]. **Кризова комунікація** існує в ширшому комунікаційному континуумі та попереджає аудиторію про небезпеку та пропонує варіанти мінімізації ризику [19]. Зокрема, вона

виконує мотиваційну, критичну за часом функцію переконання в надзвичайній ситуації [20].

Матс Ерікссон здійснив системний огляд літератури щодо практичних порад застосування соціальних мереж у кризових комунікаціях [11]. На основі 104 публікацій, що увійшли до вибірки, він виокремив п'ять узагальнених тематичних «уроків» для практиків кризових комунікацій:

1. Використовувати потенціал соціальних мереж для діалогу та обирати правильні повідомлення, джерела/канали для комунікацій та час;
2. Бути готовими до кризової комунікації, розуміти логіку соціальних мереж і створювати мережу однодумців до того, як вони знадобляться;
3. Використовувати соціальні мережі для моніторингу кризових подій;
4. Брати до уваги, що ефективна комунікація у кризових ситуаціях у соціальних мережах все ще пов'язана з наданням пріоритету традиційним медіа;
5. Не ігнорувати соціальні мережі та їх потенціал під час кризової комунікації.

Ерікссон зазначає, що здійснений системний огляд літератури має свої обмеження, оскільки він заснований на певному наборі ключових слів та фраз. Водночас він виокремив і кілька актуальних тенденцій для досліджень в галузі кризових комунікацій. Перш за все, більшість попередніх досліджень з цієї теми, які містять практичні поради для фахівців з комунікацій, є кількісними. Тим не менш, якісні підходи до вивчення кризових комунікацій мають потенціал допомогти практикам зрозуміти ефективність різних стратегій роботи в соціальних мережах. Інша особливість полягає в тому, що більшість існуючих досліджень базуються на вивченні мережі Twitter (перейменована в X у 2023 році). При цьому популярність Twitter в різних країнах може різнитися, тож досвід його використання не є однаково релевантним для усіх контекстів. Ще однією помітною особливістю є те, що більшість досліджень, які увійшли до вибірки Ерікссона, стосувалися досвіду США. Таким чином, дослідження більшої кількості цифрових платформ у різноманітних локальних контекстах має значний потенціал для подальшого розвитку кризових та ризик-комунікацій.

Постановка завдання. Дана стаття має на меті проаналізувати останні підходи у використанні нових медіа в кризовому менеджменті та комунікації, а також проаналізувати яку роль додатки для обміну повідомленнями відіграють в управлінні кризою та реагуванні на неї. Попередні дослідження у цій галузі звертають увагу

на те, що користувачі цифрових комунікаційних платформ (сюди відносяться як соціальні мережі, так і сервіси мікроблогінгу, відеоплатформи, месенджери тощо) можуть мати загальнодоступні, напіввідкриті або приватні профілі. Таким чином, вони регулюють як доступ до своїх сторінок, так і те, як вони взаємодіють із інформацією в межах різноманітних комунікаційних платформ. З одного боку, це може впливати на те, яку інформацію та в якому обсязі можна отримати з соцмереж під час моніторингу кризових подій. З іншого боку, загальна логіка соцмереж формує взаємодію користувачів із інформацією, що поширюється через цифрові платформи [11; 12]. Наприклад, алгоритм стрічки новин у Facebook не є хронологічним – він пріоритизує одні публікації й менше показує користувачам інші. При цьому компанія Meta, якій належить Facebook, не розголошувала деталі функціонування цього алгоритму. Логіка платформи Twitter (згодом перейменована в X) побудована таким чином, щоби заохочувати коментування, взаємодію між користувачами, й теж не робить акцент на хронологічній послідовності дописів у стрічці. В той час як месенджери мають цю особливість у своєму дизайні інтерфейсів: в додатках для обміну повідомленнями користувачі можуть бачити послідовність постів. Всі ці особливості функціонування різних цифрових платформ впливають на те, як здійснюються кризові комунікації за їх посередництва.

Одним із викликів, пов'язаних із використанням нових медіа під час кризових та ризик-комунікацій, є поширена серед користувачів думка, що офіційні служби реагування на надзвичайні ситуації стежать за соціальними мережами і фіксують все, що користувачі публікують в соцмережах стосовно тих чи інших надзвичайних кризових подій [21]. Водночас, це припущення не відповідає дійсності, оскільки часто в подібних служб бракує ресурсів для цього.

Месенджери також мають свої функціональні відмінності, порівнюючи із найбільшими соцмережами (за кількістю користувачів) – Facebook, YouTube та Instagram. Оскільки першочерговою функцією месенджерів є обмін повідомленнями, у цих додатках майже відсутня модерація контенту, що через них поширюється. Таким чином, контроль над інформацією, що розповсюджується через додатки, набагато менший. Це створює умови для поширення неперевіреної, неправдивої чи маніпуляційної інформації [11].

Інші обмеження, пов'язані із функціональними особливостями цифрових комунікаційних плат-

форм, є їх децентралізований і неструктурований характер [18]. Ці особливості можуть ускладнити координацію та ефективне управління реагуванням на кризу, оскільки інформація може бути розпорошена між кількома каналами та групами.

Підсумовуючи всі раніше описані дослідниками особливості використання цифрових комунікаційних платформ для кризових та ризик-комунікацій, постає питання як практики можуть використовувати їх у своїх комунікаційних стратегіях, при цьому мінімізуючи пов'язані із цим ризики? Дана стаття ставить за мету проаналізувати попередні приклади застосування цифрових комунікаційних платформ у кризових та ризик-комунікаціях. Стаття фокусується на використанні додатків для обміну повідомленнями у кризових ситуаціях як можливість розширити вже існуючі професійні практики та підходи та водночас виявити потенційні напрямки для подальших досліджень.

Виклад основного матеріалу. Один з перших релевантних кейсів із застосуванням можливостей обміну повідомленнями в кризових ситуаціях стосується не месенджерів у їх сучасному вигляді, а SMS (від англ. Short Message Service) – служби обміну короткими повідомленнями, яку підтримують більшість мобільних телефонів через використання телекомунікаційних мереж. Патрік Майер і Роб Манро розглянули застосування картографічного програмного забезпечення з відкритим кодом для створення «живих карт» гуманітарних криз [17]. В січні 2010 року на Гаїті стався землетрус магнітудою 7,0, який завдав значних руйнувань. Втім, більшість веб-стільникового зв'язку працювали, що давало можливість обмінюватися короткими SMS. Група волонтерів та технологічних фахівців дуже швидко розробила та запустила систему, що працювала на основі SMS, для оповіщення та реагування на надзвичайні ситуації після землетрусу. Спершу завданням системи було збирати інформацію про зниклих безвісти людей. Але дуже швидко функції системи були розширені до збору інформації та запитів щодо критичних потреб (наприклад, ліки чи питна вода), систематизацію даних в «живу карту» актуальних потреб й поширення інформації та оголошень про пункти допомоги та оновлення щодо ліквідації наслідків після землетрусу.

Стоун та Валдман описують кейс використання додатку Zello, який можна встановити на смартфон і використовувати його як рацію [22]. Цей додаток став популярним у волонтерському об'єднанні The Cajun Navy, яке є активним у лік-

відації наслідків ураганів у США. Знову ж таки, додаток Zello не є месенджером в сучасному вигляді, водночас він надає ту ж функціональну можливість: швидкий обмін повідомленнями. Водночас Стівенс і Робертсон звертають увагу на те, що часто подібний функціонал використовують самоорганізовані волонтерські об'єднання, що виникають як реакція на кризу [21].

Інший релевантний у цьому контексті кейс – використання груп у месенджері WhatsApp [18]. Дослідники розглянули як групи медиків-волонтерів використовували WhatsApp у двох кризових ситуаціях: землетрус у Непалі та повінь у Ченнаї 2015 року. Вони виокремили низку особливостей у використанні WhatsApp як каналу для комунікації. Перш за все, до груп у WhatsApp додавали лише перевірених волонтерів, тож це давало можливість зменшити ризики поширення неперевіреної інформації. По друге, в каналах часто з'являлась інформація, яка ще не була висвітлена в медіа. Оскільки більшість учасників груп працювали в різних локаціях, вони регулярно давали оновлення щодо ситуації, потреб та проблем на цих локаціях, таким чином даючи можливість іншим колегам оцінювати масштаб кризової події. Водночас, інформація в групах часто була неструктурованою, без чіткого поділу за темами обговорення. Як зазначають дослідники, семантичний аналіз повідомлень, якими обмінювалися учасники груп у WhatsApp, показав їх важливу роль як в координації зусиль волонтерів, так і як джерела інформації для моніторингу наслідків кризових подій. Вони зазначають, що відомі кейси коли месенджери Line та WeChat експериментально використовувалися в країнах Південно-Східної Азії як спосіб налагодити комунікацію між постраждалими в катастрофах та державними агенціями, відповідальними за кризове реагування [6; 15]. Водночас кейс застосування WhatsApp показує, що у подібних додатків є більший потенціал, крім як бути додатковим каналом комунікації під час кризи.

Окрема група додатків, про яку варто згадати – це спеціально розроблене програмне забезпечення, яке може працювати на смартфонах, планшетах тощо. Аналіз, проведений групою американських дослідників, виявив 219 додатків такого типу в Apple iTunes, доступних для встановлення на мобільні пристрої [10]. Більшість із цих додатків націлені на менеджмент криз, пов'язаних із природними та техногенними катастрофами, громадським здоров'ям. Також аналіз виявив, що переважна більшість подібних додат-

ків мають вбудовані «бази знань»: базову інформацію, інструкції та інфографіки щодо того, як діяти в тій чи іншій кризовій ситуації. Деякі з них також передбачають функцію масового сповіщення користувачів, що встановили подібний додаток. Як зазначають Стівенс та Робертсон, під час кризи користувачі цифрових платформ та сторони, що залучені в реагуванні на кризову ситуацію, сприймають та використовують їх по-різному [21]. Наприклад, Twitter (або X) більш ефективний для поширення сповіщень та попереджень, але лише для людей, які регулярно користуються цією платформою [12]. Facebook має функцію поширення геолокації й відомі кейси, коли люди використовували цю особливість щоби попросити допомоги і вказати, де саме ця допомога потрібна [21]. Втім, досліджень, які б розглядали особливості використання месенджерів у кризових та ризик-комунікаціях поки доволі мало, тож потенціал цього типу цифрових платформ залишається мало вивченим.

В Україні найбільш поширеними серед користувачів є месенджери Viber, Facebook Messenger, Telegram, [16; 2; 9]. Ковпак та Таточенко розглянули як офіційні чат-боти в Telegram та Viber стали засобами публічних кризових комунікацій в Україні під час повномасштабного вторгнення Росії [1]. Серед функцій, які роблять ці месенджери ефективними в кризових комунікаціях, дослідники називають можливість структурування та сортування інформації (через чат-боти), відчуття залученості та згуртованості користувачів, їх постійна, цілодобова доступність.

Інший бік українського досвіду використання месенджерів – це створення каналів, через які адміністратори каналів можуть в односторонньому режимі поширювати інформацію [4]. Як приклад кризового інформування через месенджери в Україні можна розглянути Telegram-канал «Повітряні сили ЗСУ України», який оперативно поширює інформацію про повітряні тривоги, загрози ракетних ударів, рух ворожих БпЛА (безпілотний літальний апарат).

Втім, подібні канали можуть бути анонімними, коли адміністратор такого каналу залишається прихованим. З одного боку, канали в Telegram мають потенціал здійснювати швидке інформування про загрозу чи кризову ситуацію. З іншого боку, через майже відсутню модерацию, виникає ризик поширення дезінформації, пропаганди тощо. Це також зменшує вплив та роль традиційних медіа в поширенні новинного контенту та взаємодії з аудиторією [21], що можна перенести й на контекст кризових комунікацій. При цьому дослідження медіаспоживання серед українців,

яке регулярно проводить USAID-Internews, показує що споживання новин через соцмережі (та месенджер Telegram в тому числі) зростає з року в рік [3]. Попередні розглянуті в даній статті кейси показують, що в разі виникнення незакритої потреби під час кризової події та кризових комунікацій, ці потреби намагаються задовольнити за рахунок самоорганізованих волонтерських ініціатив і з залученням існуючих цифрових платформ чи технологій, які за задумом не були призначені для кризового інформування. Таким чином, потенційний напрямок для нових досліджень може враховувати які функціональні особливості роблять додатки для обміну повідомленнями ефективними в кризових та ризик-комунікаціях не лише з точки зору практиків, але й з точки зору аудиторії. Інші перспективні напрямки, які можуть стати основою для наступних досліджень, є використання цифрових платформ як інструментів для моніторингу перебігу кризи; використання додатків для обміну повідомленнями в кризових та ризик-комунікаціях; дослідження супутніх ризиків, таких як захист конфіденційності користувачів, поширення дезінформації через цифрові платформи, залежність кризових комунікацій з використанням соцмереж від мобільної інфраструктури; збалансування існуючого зсуву в масиві дослідницьких робіт у бік організаційних криз та організаційних комунікацій через напрацювання досліджень в інших сферах кризових та ризик-комунікацій (політичні кризи, катастрофи, кризи громадського здоров'я). Також наступні дослідження можуть зробити новий внесок, залучаючи більше якісний підхід та якісні методи до досліджень в галузі кризових та ризик-комунікацій та більше враховуючи локальні особливості та контекст.

Висновки. Програми для обміну повідомленнями стали потужними інструментами в управлінні кризовими ситуаціями, пропонуючи швидкість, доступність і масштабованість у поширенні інформації та координації зусиль під час реагування на кризи. У даній статті наводиться поділ чотирьох сфери кризових комунікацій, пояснюється відмінність між кризовими та ризик-комунікаціями, та пояснюються різні рівні комунікації в умовах кризових подій.

В статті також розглянуто попередні кейси використання WhatsApp, Twitter, Telegram і Facebook Messenger під час надзвичайних ситуацій. Різні цифрові платформи мають свою логіку та особливості функціонування, вони не є однорідними й тому дослідникам необхідно звертати увагу на відмінності між ними.

Широке використання месенджерів також створює значні проблеми, такі як поширення дезінформації, проблеми конфіденційності та залежність від цифрової інфраструктури, яка може бути пошкоджена під час криз. Вирішення цих проблем вимагає розробки чітких інструкцій, надійних механізмів перевірки та інтеграції з традиційними системами зв'язку для забезпечення надійності та інклюзивності.

Оскільки додатки для обміну повідомленнями продовжують розвиватися, їх роль у врегулюванні кризових ситуацій, безсумнівно, зростатиме. Застосовуючи збалансований підхід, який максимізує переваги та зменшує ризики, практики комунікацій та групи реагування на кризи можуть використовувати ці інструменти для покращення готовності, реагування та зусиль з відновлення після кризових подій.

Список літератури:

1. Ковпак В., Таточенко К. Офіційні чат-боти Telegram, Viber як засоби публічних кризових комунікацій. Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І.Вернадського. 2022. Т. 33, № 5. С. 211–217. URL: <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2022.5.2/36> (дата звернення: 05.12.2024).
2. Топ-10 популярних месенджерів світу та України у 2024 році. SiteCat IT News. URL: <https://sitecat.net/review/top-10-popular-messengers/> (дата звернення: 04.12.2024).
3. Чорна О. Українці стали споживати більше новин із соціальних мереж, – дослідження USAID-Internews. detector.media. URL: <https://surl.li/assfhf> (дата звернення: 05.12.2024).
4. Як функціонують та завойовують аудиторію телеграм-канали-мільйонники / Д. Дуцик та ін. Київ : Укр. ін-т медіа та комунікації, 2023. 68 с. URL: <https://www.jta.com.ua/wp-content/uploads/2023/02/Telegram-Channels-2023.pdf> (дата звернення: 05.12.2024).
5. boyd d. m., Ellison N. B. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 2007. Vol. 13, no. 1. P. 210–230. URL: <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x> (date of access: 04.12.2024).
6. Chan J. The role of social media in crisis preparedness, response and recovery. *Public Relations Research*. 2014. Vol. 8(4). P. 279–295.
7. Cole T. W., Fellows K. L. Risk Communication Failure: A Case Study of New Orleans and Hurricane Katrina. *Southern Communication Journal*. 2008. Vol. 73, no. 3. P. 211–228. URL: <https://doi.org/10.1080/10417940802219702> (date of access: 04.12.2024).
8. Cooley S., Jones A. A forgotten tweet: Somalia and social media. *Journalism and Social Media in Africa*. 2015. URL: <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781315798011-6/forgotten-tweet-somalia-social-media-skye-cooley-amy-jones> (date of access: 05.12.2024).
9. Dixon S. J. Biggest social media platforms by users 2024. Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/> (date of access: 05.12.2024).
10. Emergency Preparedness and Disaster Response: There's An App for That / D. J. Bachmann et al. *Prehospital and Disaster Medicine*. 2015. Vol. 30, no. 5. P. 486–490. URL: <https://doi.org/10.1017/s1049023x15005099> (date of access: 04.12.2024).
11. Eriksson M. Lessons for Crisis Communication on Social Media: A Systematic Review of What Research Tells the Practice. *International Journal of Strategic Communication*. 2018. Vol. 12, no. 5. P. 526–551. URL: <https://doi.org/10.1080/1553118x.2018.1510405> (date of access: 04.12.2024).
12. Eriksson M., Olsson E.-K. Facebook and Twitter in Crisis Communication: A Comparative Study of Crisis Communication Professionals and Citizens. *Journal of Contingencies and Crisis Management*. 2016. Vol. 24, no. 4. P. 198–208. URL: <https://doi.org/10.1111/1468-5973.12116> (date of access: 04.12.2024).
13. Kim I., Dutta M. J. Studying crisis communication from the subaltern studies framework: grassroots activism in the wake of hurricane katrina. *Journal of public relations research*. 2009. Vol. 21, no. 2. P. 142–164. URL: <https://doi.org/10.1080/10627260802557423> (date of access: 31.10.2024).
14. Liu B. F., Fraustino J. D., Jin Y. How Disaster Information Form, Source, Type, and Prior Disaster Exposure Affect Public Outcomes: Jumping on the Social Media Bandwagon?. *Journal of Applied Communication Research*. 2014. Vol. 43, no. 1. P. 44–65. URL: <https://doi.org/10.1080/00909882.2014.982685> (date of access: 04.12.2024).
15. Liu C., Chen T., Wei Y. Research of the Trait and Quality on Emergency WeChat Platform Based on Service Framework and Quality Gap. *The Open Cybernetics & Systemics Journal*. 2015. Vol. 9, no. 1. P. 1002–1007. URL: <https://doi.org/10.2174/1874110x01509010102> (date of access: 04.12.2024).
16. MediaSapiens. Рейтинг Kantar: Viber – найпопулярніший месенджер серед українців. ms.detector.media. URL: <https://surl.li/dtfjyn> (дата звернення: 04.12.2024).
17. Meier P. The Unprecedented Role of SMS in Disaster Response: Learning from Haiti. *SAIS Review of International Affairs*. 2010. Vol. 30, no. 2. P. 91–103. URL: <https://doi.org/10.1353/sais.2010.0009> (date of access: 04.12.2024).

18. Post-disaster Situational Analysis from WhatsApp Group Chats of Emergency Response Providers / P. Debnath et al. 13th International Conference on ISCRAM : ISCRAM Conference Proceeding, Rio de Janeiro, 22 May 2016.
19. Risk Communication / ed. by R.E. Lundgren, A.H. McMakin. Hoboken, NJ, USA : John Wiley & Sons, Inc., 2013. URL: <https://doi.org/10.1002/9781118645734> (date of access: 04.12.2024).
20. Rowan K.E. Goals, obstacles, and strategies in risk communication: A problem-solving approach to improving communication about risks. *Journal of Applied Communication Research*. 1991. Vol. 19, no. 4. P. 300–329. URL: <https://doi.org/10.1080/00909889109365311> (date of access: 04.12.2024).
21. Stephens K.K., Robertson B.W. Social Media Platforms and Broader Participation in Crisis Communication. *Social Media and Crisis Communication*. 2nd ed. New York, 2022. P. 156–167. URL: <https://doi.org/10.4324/9781003043409-18> (date of access: 04.12.2024).
22. Stone J.T., Waldman S., Yumagulova L. Filling the gaps: the potential and limitations of emergent, ICT-enabled organisation in disaster – a case study of the Cajun Army. *Environmental Hazards*. 2019. P. 1–15. URL: <https://doi.org/10.1080/17477891.2019.1636758> (date of access: 04.12.2024).
23. The Handbook of Crisis Communication / ed. by W.T. Coombs, S.J. Holladay. Oxford, UK : Wiley-Blackwell, 2010. URL: <https://doi.org/10.1002/9781444314885> (date of access: 04.12.2024).
24. Veil S.R., Buehner T., Palenchar M.J. A Work-In-Process Literature Review: Incorporating Social Media in Risk and Crisis Communication. *Journal of Contingencies and Crisis Management*. 2011. Vol. 19, no. 2. P. 110–122. URL: <https://doi.org/10.1111/j.1468-5973.2011.00639.x> (date of access: 04.12.2024).
25. Web 2.0 Emergency Applications: How Useful Can Twitter be for Emergency Response? / A. Mills et al. *Journal of Information Privacy and Security*. 2009. Vol. 5, no. 3. P. 3–26. URL: <https://doi.org/10.1080/15536548.2009.10855867> (date of access: 04.12.2024).

Gordiienko T.O. THE IMPACT OF MESSAGING APPS ON CRISIS MANAGEMENT AND RESPONSE

Crisis and risk communication practitioners have been using new digital media in their work for a long time: successful examples of the use of digital platforms were after Hurricane Katrina in 2005, the terrorist attack of September 11, 2001 in the USA, and the attacks on Mumbai in 2008. New media played an important role in the dissemination of information during the Arab Spring in 2010 and the protests in Belarus in 2020. In Ukraine, relevant examples of the use of new media capabilities for crisis information are the Revolution of Dignity in 2013 and Russia's hybrid war against Ukraine, which began in 2014 and is ongoing at the time of writing.

The new media landscape is constantly changing, offering new platforms with a greater choice of functions and affordances. Researchers consider new dynamics in crisis and risk communication from both the perspective of users of new digital platforms and crisis communication practitioners. New media can be a source of information about the emergence and course of crisis events, as users create and publish their own content on digital platforms (user-generated content). At the same time, new media can also serve as a communication channel for disseminating information from parties involved in crisis management. Previous studies have shown that the social media environment is not homogeneous and different social networks can play various roles in crisis communications. In this context, relatively little attention is paid to messaging applications, whose role in communications is noticeably increasing. For example, there are known cases when the WhatsApp messenger was used as a tool for coordinating volunteers after the earthquake in Nepal and the floods in Chennai in 2015. However, coordination is not the only possible way to use messengers during a crisis, especially if they are used simultaneously with other digital platforms. This article examines how the growth in the popularity of messaging applications (messengers) affects crisis and risk communications. It examines the difference between crisis and risk communications, presents their current positioning within crisis management and the prospects for further use of messaging applications.

The article takes into account both previous international experience and the experience of Ukraine, while suggesting possible directions for further research and practical application of messengers in crisis communications.

Key words: digital platforms, media, new media, social networks, messengers, Ukraine, communications, crisis communications, crisis management, war, conflict, disaster, WhatsApp, Telegram, Viber, Facebook Messenger.