

Олена АЛЕКСАНДРОВА

к.е.н., доцент

кафедри маркетингу, комерційної діяльності та економічної теорії

УкрДУЗТ

aleksandrova@kart.edu.ua

Марина КОСИЧ

к.е.н., доцент

кафедри маркетингу, комерційної діяльності та економічної теорії

УкрДУЗТ

kosych@kart.edu.ua

Олена МКРТИЧЬЯН

старший викладач

кафедри маркетингу, комерційної діяльності та економічної теорії

УкрДУЗТ

mkrtychyan@kart.edu.ua

КРИЗОВИЙ КОМУНІКАЦІЙНИЙ ПЛАН В УМОВАХ ВІЙНИ

CRISIS COMMUNICATION PLAN IN TIMES OF WAR

В сучасному світі, де загрози війни та конфліктів залишаються актуальними, надзвичайно важливим стає ефективне керування комунікаціями в умовах кризи. Кризовий комунікаційний план є невід'ємною частиною стратегії відповіді на кризові ситуації в суспільстві, особливо в умовах війни. Розглянемо ключові принципи та стратегії розробки кризового комунікаційного плану, які можуть бути вирішальними для ефективного керування інформаційним простором під час воєнного конфлікту.

Аналіз загроз та потенційних ризиків. Першим кроком у розробці кризового комунікаційного плану є проведення докладного аналізу загроз та потенційних ризиків, які можуть виникнути в умовах війни. Це включає в себе оцінку можливих сценаріїв конфлікту, ідентифікацію основних стейкхолдерів та їх очікувань, аналіз можливих впливів на суспільство, економіку та політику.

Визначення ключових повідомлень та цільової аудиторії. Після аналізу загроз необхідно визначити ключові повідомлення, які мають бути надані громадськості. Ці повідомлення повинні бути чіткими, конкретними та об'єктивними. Крім того, важливо визначити цільову аудиторію, до якої будуть спрямовані ці повідомлення.

Розробка комунікаційних стратегій. Умови війни накладають певні обмеження на способи комунікації. Наприклад, можливість використовувати деякі медіа-канали може бути обмежена або ускладнена. Тому важливо розробити різні комунікаційні стратегії, які враховують ці обмеження та забезпечують максимальну досяжність цільової аудиторії.

Планування кризових сценаріїв та реакцій. Критично важливим елементом кризового комунікаційного плану є планування реакцій на різні кризові сценарії. Відповідно до кожного сценарію повинні бути визначені конкретні кроки, які слід вжити для мінімізації негативних наслідків та підтримки спокою та стабільності серед населення.

Комунікація зі стейкхолдерами та громадськістю. Ефективна комунікація зі стейкхолдерами (включаючи урядові структури, громадські організації та міжнародні партнери) та громадськістю грає важливу роль у кризових ситуаціях. Важливо надати достовірну та актуальну інформацію, сприяти взаєморозумінню та спільним зусиллям для подолання кризи.

Моніторинг та аналіз ефективності комунікацій. Умови кризи можуть змінюватися швидко, тому важливо постійно моніторити ситуацію та аналізувати ефективність комунікаційних заходів. Вчасні корективи та апдейти кризового комунікаційного плану можуть бути вирішальними для успішного управління ситуацією.

Кризовий комунікаційний план в умовах війни є важливим інструментом для забезпечення ефективної комунікації та керування інформаційним простором в критичний період. Він базується на аналізі загроз, визначенні ключових повідомлень, розробці комунікаційних стратегій та плануванні кризових сценаріїв. Правильно розроблений та виконаний план може сприяти збереженню стабільності та підтримці спокою у суспільстві навіть у найважчі часи.

Список використаних джерел

1. Гарматюк О., Гарматюк А. Ефективні комунікації та інформаційні заходи в кризових ситуаціях. Соціально-економічні проблеми і держава. 2017. Вип. 1 (16). С. 121–128. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2017/17goovks.pdf> (дата звернення 10.10.23).
2. Гарькавий Є. М. Кризові комунікації як напрям реалізації стратегічних комунікацій у силах оборони України. Політичне життя. 2019. № 3. С. 64–70. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/pollife_2019_3_12 (дата звернення 10.10.23).
3. Роль соціальних мереж у кризовій комунікації в умовах війни. Режим доступу: <https://eba.com.ua/rol-sotsialnyh-merezh-u-kryzovij-komunikatsiyi-v-umovah-vijny/> (дата звернення 10.10.23).
3. Єжижанська Т. С. Корпоративні комунікації в умовах кризи. Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи: науково-практичний журнал / відп. ред. С. І. Кравченко; упоряд. М. А. Рожило. Луцьк : Волинський національний університет ім. Лесі Українки, 2012. № 1 (1). С. 5–10. URL: <http://evnuir.vnu.edu.ua/handle/123456789/8585> (дата звернення 10.10.23).
4. Мудрак Л. Комунікація і криза. Як громадам протистояти викликам і успішно діяти в період кризи : посіб. Київ : Без видавництва, 2020. 108 с. 5. 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 10.10.23).