

13. STONE. Журнал про подорожі, стиль, блогерів і граф. дизайн [Електронний ресурс]. – Режим доступу. – <https://bigggidea.com/project/stonemagazineukraine/>.
14. «Казки рідного краю» стартують на Західній Україні! [Електронний ресурс]. – Режим доступу. – <https://bigggidea.com/project/kazki-hersonschini/blog/1488/>.
15. Молодіжний літературний журнал «INDIGO» [Електронний ресурс]. – Режим доступу. – <https://bigggidea.com/project/molodizhnij-literaturnij-zhurnal-indigo/>.
16. Незалежний проект пояснювальної журналістики збирає гроші на Спільнокошті [Електронний ресурс]. – Режим доступу. – <https://hromadskeradio.org/programs/rankova-hvylya/nezalezhnyy-proekt-poyasnyvalnoyi-zhurnalistyky-zbyraye-groshi-spilnokoshtom>

Киричок А.П.

асистент,

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут

імені Ігоря Сікорського»

ВАЖЛИВІСТЬ ДОСЛІДЖЕННЯ КРИЗОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

Існує досить велика кількість визначень поняттю криза [1]. Одні визначення беруть за основу помилки які допускає організація. Інші ж акцентують увагу на заходах з управління, які виходять за рамки звичайних або загальноприйнятих процесів. Деякі з них виділяють критичний стан ситуації та напруженість, інші – неналежний контроль, невизначеність, порушення законодавства або етичних норм та інші зловживання.

Однією з центральних тем в кризі є питання відповідальності, бажання та здатність організації відстоювати свій імідж. Сюди ми можемо віднести і правовий аспект діяльності компанії. Не достатньо сказати про те, що антикризова діяльність має попереджати цільові групи про можливий ризик і наближення кризи.

В ході наукової роботи було знайдено багато досліджень про те, як організація повинна комунікувати під час кризи. Деякі науковці стверджують, що більшість кризових досліджень акцентує увагу на кризі в окремії організації а не на тому, як криза впливає на громадськість [3].

Досить багато досліджень присвячено управлінській складовій під час кризи. Показовим є дослідження пов'язане із домагання в римсько-католицькій церкві [4].

В ході цього дослідження було проаналізовано антикризову риторику католицької церкви США, постраждалих від сексуальних домагань та думку віруючих осіб.

Деякі вчені намагаються сегментувати антикризове планування на три етапи (передкризове, кризове та посткризове) і таким чином вивчають дослідження пов'язані з кожним сегментом [2]. Т. Кумбс з цього приводу говорить наступне: «те, наскільки добре ми розуміємо ці стадії як дискретні, але взаємозалежні події (пункти аналізу) та знаємо, що кожна вимагає (і

запобігання, і реакція), може покращити теорію та практику у галузі кризових комунікацій» [2].

Здійснюючі огляд досліджень у галузі кризових комунікацій, важливо надати визначення ключових термінів кризи для того, щоб чітко усвідомлювати межі досліджень. Основними поняттями тут виступають: криза, антикризове управління і кризові комунікації. Ці три нерозривно пов'язані між собою дефініції повинні розглядатись в прогресії від кризи до антикризового управління і кризових комунікацій.

Для того, щоб оперувати ціми поняттями необхідно визначити, що кожне з них означає. Існує велика кількість визначень поняттю «криза»

До прикладу одні вчені стверджують, що це – «головне явище з потенційно негативним результатом, що впливає на організацію, компанії або галузі, а також громадськість, продукцію, послугу або іміджу. Воно унеможливорює діяльність організації та становить загрозу її існуванню» [5]. Інша дефініція говорить про те, що це «це не обов'язково погане явище. Це може бути радикальна зміна благ, як на краще, так і гірше» [6, с 5].

Звертаючись до третього визначення скажемо, що це «подія, яка потенційно може впливати на всю організацію. Таким чином, якщо щось зачіпає лише невелику, ізольовану частину організації, то воно не може бути серйозною кризою. Для того, щоб серйозна криза сталась, вона повинна бути важким тягарем для життя людей, майна, фінансових доходів, репутації, а також загального стану благополуччя організації» [7, с 34-25] Також, можна сказати, що це «переломні моменти в житті організації» [8]. І це далеко не повний перелік визначень поняттю криза.

Кризова комунікація та антикризове управління сьогодні є невідомою частиною будь якої компанії. Можемо стверджувати, що тема антикризового управління стає все актуальнішою в наш час. Незабаром ми зможемо спостерігати ситуацію, коли кризові комунікації стануть практично самостійною галуззю знань, мінімально залежною від зв'язки з громадськістю. Кризова комунікація нерозривно пов'язана з трьома іншими ключовими сферами PR: ризиковою комунікацією, проблемним менеджментом, та репутаційним менеджментом. Тому дуже важливо, щоб ця проблематика досліджувалась в єдиному контексті. Хоча вітчизняні дослідження з цієї проблематики зараз розвиваються не досить активно, перспективи досить потужні. Особливо з огляду на нинішню ситуацію в країні.

Список використаних джерел:

1. Heath R. L. & Millar D. P. (2004). A rhetorical approach to crisis communication: Management, communication processes, and strategic responses. In D. P. Millar & R. L. Heath (Eds.), *Responding to crisis: A rhetorical approach to crisis communication* (pp. 1–17). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
2. Coombs W. T. (2009). Conceptualizing crisis communication. In R. L. Heath & H. D. O'Hair (Eds.), *Handbook of crisis and risk communication* (pp. 100 –119). New York: Routledge.

3. Waymer D. & Heath R. L. (2007). Emergent agents: The forgotten publics in crisis communication and issues management research. *Journal of Applied Communication Research*, 35: 88–108.

4. Boys S. (2009). Inter-organizational crisis communication: Exploring source and stakeholder communication in the Roman Catholic clergy sex abuse case. In R. L. Heath, E. L. Toth & D. Waymer (Eds.), *Rhetorical and critical approaches to public relations* (pp. 290–300). New York: Routledge.

5. Fearn-Banks K. (1996). *Crisis communication: A casebook approach*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

6. Friedman M. (2002). *Everyday crisis management: How to think like an emergency physician*. Naperville, IL: First Decision Press.

7. Mitroff I. I. & Anagnos G. (2001). *Managing crises before they happen: What every executive and manager needs to know about crisis management*. New York: AMACOM.

8. Regester M. (1989). *Crisis management: What to do when the unthinkable happens*. London: Hutchinson Business.

Павліченко Ю.В.

*науковий співробітник відділу наукового аналізу
і моніторингу інтелектуальної власності;*

Смирнова Г.О.

*молодший науковий співробітник відділу наукового аналізу
і моніторингу інтелектуальної власності,
ДУ «Інститут медичної радіології імені С.П. Григор'єва
НАМН України»*

ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ЧИННИК ТРАНСФОРМАЦІЇ ПРОЦЕСІВ ІНФОРМАЦІЙНОЇ РОБОТИ

Технологічні реалії нового інформаційного середовища зумовлюють суттєві трансформації змісту інформаційної роботи. Інформаційні служби наукових установ кардинально перебудовують свою діяльність із урахуванням нової інформаційно-комунікаційної парадигми.

Зростання інформаційно-комунікативних засобів, зокрема Інтернету спричинило внутрішні суперечності цього нового середовища інформаційного суспільства. Одна з них полягає в тому, що Інтернет принципово змінив усю систему інформаційного обігу документних потоків і самого поняття «доступ до інформації», став потенційним полем ресурсної взаємодії і новим колективним середовищем обміну ідеями та спілкування [1–3].

Мета роботи: визначити шляхи трансформації процесів інформаційної діяльності під впливом цифрових технологій (на прикладі медичної галузі).

Умови постійної трансформації інформації у цифрову форму, створення електронних фондів значно стимулюють інноваційну діяльність інформаційних підрозділів. Вплив цифрових технологій на інформаційну діяльність в першу чергу пов'язаний з: глобалізацією інформаційного ринку; зміною ідеології її