



НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
"ОСТРОЗЬКА АКАДЕМІЯ"

ІНСТИТУТ ГЛОБАЛЬНИХ СТРАТЕГІЙ УПРАВЛІННЯ

**МАРІЯ ЗУБАРЄВА**

---

# **ПРИКЛАДНІ АНТИКРИЗОВІ PR-ТЕХНОЛОГІЇ**

*Навчальний посібник*

Острог  
Видавництво Національного університету «Острозька академія»  
2014

*Рекомендовано до друку вченою радою  
Національного університету «Острозька академія»  
(протокол № 9 від 4 грудня 2014 р.)*

**Рецензенти:**

**В. Ф. Іванов**, доктор філологічних наук, професор; завідувач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Інституту журналістики КНУ ім. Т. Шевченка

**С. В. Штурхецький**, кандидат наук з державного управління, заступник директора Інституту глобальних стратегій управління Національного університету «Острозька академія».

**Зубарева М. А.**

3 – 91

Прикладні антикризові PR-технології : навч. посіб. / М. А. Зубарева. – Острог : Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2014. – 162 с.

**ISBN 978-966-2254-92-1**

У навчальному посібнику розглядаються теоретичні та методологічні аспекти антикризових комунікацій, аналіз кризових явищ; визначаються основні передумови, чинники та закономірності виникнення кризових явищ; розкрито концептуальні положення розробки та впровадження сучасних антикризових сценаріїв. Подається зміст лекційних і семінарських занять, матеріали та методичні рекомендації щодо самостійної роботи бакалаврів і магістрів, питання для підсумкового контролю і планування семінарських занять, список рекомендованої літератури. На прикладі авторської розробки проекту заходів з побудови антикризових комунікацій в газорозподільній галузі України надається уявлення про сутність, структуру та дієвість прикладних антикризових PR-технологій.

Посібник розрахований насамперед для студентів, які вивчають дисципліни інформаційної сфери. Водночас посібник може бути корисним для науковців, викладачів, аспірантів, працівників засобів масової інформації, представників прес-служб та відділів зв'язків з громадськістю установ і організацій.

**УДК 659.4(075.8)**  
**ББК 65**

ISBN 978-966-2254-92-1

© М. А. Зубарева, 2014  
© Видавництво Національного університету  
«Острозька академія», 2014

## ПЕРЕДМОВА

Актуальність курсу зумовлена зростанням важливості зв'язків з громадськістю на сучасному етапі у всіх сферах життєдіяльності, а також швидкоплинною зміною інформаційно-комунікаційних технологій, завдяки яким миттєво розповсюджуються повідомлення про кризові ситуації – техногенні катастрофи, аварії, вибухи – та про наслідки їх подолання. Зростання потоків інформації зумовлює почасти їх некерованість, оскільки можливе поширення не лише об'єктивної інформації, а й спрямованої чи дезінформації, що призводить до перекручування фактів, руйнування репутації суб'єкта, з вини якого сталася криза, і негативно впливає на їх сприйняття у масовій свідомості суспільства. Посібник розглядає створення ефективних механізмів мінімізації ризиків в умовах кризи потрібен системний аналіз концептуальних і методологічних основ використання PR як інструменту кризових комунікацій, а також PR-діяльності як спеціальних комунікативних форс-мажорних технологій.

Основним запобіжником кризових ситуацій та фактором подолання криз є антикризові PR- комунікації – основний акцент цього посібника.

Якщо порівнювати тренди на українському ринку з тенденціями світового, то найбільш перспективними напрямками, від яких світова PR-індустрія очікує значного зростання, є цифрові комунікації. На другому місці за пріоритетністю – корпоративний PR та кризовий менеджмент, зв'язки із державним сектором, а також бренд-маркетинг, орієнтований на споживачів.

Ще ніколи компанії не стикалися з такою кількістю криз, змін напрямків діяльності, проблем у взаємовідносинах з регуляторами та державними структурами, на які, у свою чергу,

все більше тисне суспільство. Тому контроль за репутацією компанії набуває все більшої ваги.

**Мета курсу** – аналіз та використання у подальшій професійній діяльності основних сценаріїв антикризових PR-комунікацій для запобігання надзвичайним ситуаціям, під час їх ліквідації, а також визначення ефективних PR-заходів, які сприяють подоланню кризових явищ та покращенню репутації учасників кризи.

**Завдання** – сприяти розумінню студентами сутності антикризових PR-комунікацій в управлінні кризовими явищами; новітніх антикризових методик, аналізу їх ефективності у запобіганні кризам та під час подолання криз; наукового досвіду роботи під час кризи як складової діяльності PR-комунікацій, навчити користуватися прогресивними комунікаційними методами і комунікаційними стандартами для роботи під час кризи; визначати основні сценарії антикризових PR-комунікацій із запобігання надзвичайним ситуаціям та під час їх ліквідації, а також визначати фактори, ознаки й етапи кризи, дати власне визначення кризи.

Навчальний посібник складається із матеріалу лекційних занять, шаблонів первинних документів, таблиць оцінки ризиків, рекомендованої літератури та Інтернет-ресурсів для самостійного і поглибленого вивчення дисципліни. Посібник також містить практичний модуль, який на прикладі розгляду антикризових комунікацій у газорозподільній галузі розкриває сутність планування та реалізації PR-кампаній.

Результати експериментального дослідження, теоретичні положення, а також визначені тенденції й рекомендації можна використати для навчання студентів відділень зв'язків з громадськістю, працівників засобів масової інформації, практикуючих піар-менів, представників прес-служб та відділів зв'язків з громадськістю установ і організацій.

## **Розділ 1.** **Навчально-методичні аспекти** **антикризових PR-технологій**

---

---

### **ТЕМА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ** **ДОСЛІДЖЕННЯ КРИЗОВИХ ЯВИЩ**

#### **План лекції**

- 1.1. Типологія криз.
- 1.2. Кризові явища як об'єкт дослідження в соціальних комунікаціях
- 1.3. Проблематика досліджень кризових явищ

#### **Тематичний зміст лекції**

Аналіз кризи як соціального явища в суспільстві. Антикризові PR-комунікації та нові напрямки для теоретичного і практичного їх використання. Філософські аспекти кризових явищ. Аналіз внеску вчених, які працювали над теорією криз, пояснення теоретико-методологічних засад дослідження кризових явищ, особливостей криз. Теоретичний ґрунт соціальної філософії, культурна, духовна та світоглядна кризи, управління кризами, зв'язки з громадськістю в кризових ситуаціях. Короткий огляд можливостей антикризових комунікацій, як внутрішніх так і зовнішніх.

За даними Української асоціації зі зв'язків із громадськістю (UAPR) та українського офісу Міжнародної дослідницької агенції ІФАК (IFAK), пріоритетними напрямками PR-діяльності у 2010 році були корпоративні комунікації (76% опитаних), внутрішні комунікації (67%) та корпоративна соціальна відповідальність (61%).

#### **Рекомендована література:**

1. Сидорина Т. Философия кризиса : Учебное пособие / Т.Ю. Сидорина. – М.: Флинта : Наука, 2003. – 449 с.

2	1	Сім'ї робітників Агенти впливу	Загроза життю робітників	Аварія на під- приємстві, за- гиблі робітни- ки. Публічне висвітлення події у ЗМІ.	2	
0	2	Незадо- вільні клієнти Агенти впливу Конкуренти	Загроза репутації компанії	незадово- лення по- страждалих; висвітлення події у ЗМІ.	2	
0	1	Незадо- вільні клієнти Агенти впливу Конкуренти	Незадо- волення клієнтів цінвою політикою	Підвищен- ня цін на послуги, не- задоволення населення, претензії до компанії. Висвітлення у ЗМІ.	1	
1	2	Уряд Агенти впливу Конкуренти	Загроза бізнесу	Публічні за- яви уряду, наглядових органів	2	

**ЗМІСТ**

<b>ПЕРЕДМОВА</b> .....	3
------------------------	---

**Розділ 1.****Навчально-методичні аспекти антикризових PR-технологій**

<b>ТЕМА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ КРИЗОВИХ ЯВИЩ</b> .....	5
1.1. Типологія криз .....	6
1.2. Кризові явища як об'єкт дослідження в соціальних комунікаціях .....	7
1.3. Проблематика досліджень кризових явищ .....	8
<b>ТЕМА 2. ФАКТОРИ, ОЗНАКИ Й ЕТАПИ КРИЗИ</b> .....	9
2.1. Фактори, які впливають на появу / розвиток / зникнення кризи .....	10
2.2. Ознаки кризи .....	11
2.3. Етапи розвитку кризи .....	11
<b>ТЕМА 3. АНТИКРИЗОВІ КОМУНІКАЦІЇ В УПРАВЛІННІ КРИЗОВИМИ ЯВИЩАМИ</b> .....	13
1.1. Сутність антикризового PR .....	14
1.2. Підготовка антикризових програм у сегменті PR .....	15
1.3. Базові рекомендації антикризового управління .....	16
<b>ТЕМА 4. СПЕЦИФІКА ПОБУДОВИ АНТИКРИЗОВИХ PR-КОМУНІКАЦІЙ</b> .....	20
4.1. Співвіднесення «кризи» та «надзвичайної ситуації» .....	21
4.2. Особливості застосування стратегії «небезпечний бізнес» .....	21
4.3. Аналіз подолання кризової ситуації, спричиненої вибухом у житловому будинку .....	22
<b>ТЕМА 5. КОМУНІКАЦІЙНІ PR-СТАНДАРТИ АНТИКРИЗОВОЇ КАМПАНІЇ</b> .....	24
5.1. План роботи у кризовій ситуації .....	25

<b>ТЕМА 6. «ЗАБОРОНЕНІ МЕТОДИ» ПОДОЛАННЯ КРИЗИ</b> .....	30
6.1. Перенесення акцентів та нівелювання події. «Переключення уваги» .....	31
6.2. Глибинні інтерв'ю .....	31
6.4. Генерація інформаційних приводів. Експертна думка .....	32
<b>ТЕМА 7. РОБОТА ІЗ ЗМК: ПСИХОЛОГІЯ ЖУРНАЛІСТІВ. ОСНОВНІ ПОМИЛКИ ПРИ СПІЛКУВАННІ</b> .....	34
7.1. Симбіоз «піарник-журналіст» .....	35
7.2. Класифікація негативних публікацій .....	35
7.3. Правила підготовки публікацій .....	36
<b>ТЕМА 8. ІНФОРМАЦІЙНІ ВІЙНИ</b> .....	38
7.1. Феномен інформаційної війни .....	39
7.2. Методи ведення інформаційних війн .....	40
7.3. Інформаційна зброя .....	40
<b>СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ</b> .....	42

## Розділ 2.

### Прикладні аспекти впровадження антикризових PR-технологій

<b>МОДУЛЬ «ОСОБЛИВОСТІ АНТИКРИЗОВИХ КОМУНІКАЦІЙ У ГАЗОРОЗПОДІЛЬНІЙ ГАЛУЗІ»</b> .....	44
2.1. Проект заходів для підвищення рівня культури безпеки та вдосконалення платіжної дисципліни .....	44
2.2. Недоліки у побудові антикризових комунікацій в кризові періоди у газорозподільній галузі та шляхи їх подолання .....	53
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	78
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ</b> .....	80

## Розділ 3.

### Довідкові матеріали для роботи PR-служб в умовах інформаційної війни

3.1. Підготовка інтерв'ю керівника для преси або відеозапису виступу .....	82
3.2. Особливості спілкування з журналістами (за Т. Острогляд) .....	102
3.3. Стандарти написання ефективного прес-релізу .....	105
3.4. Внутрішня інформаційна війна : історія одного корпоративного конфлікту («Нафтогазмережі» – Облгази, 2009) .....	109
3.5. Аналіз інформаційної війни між Росією та Україною в інформаційному суспільстві .....	121
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	131
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ</b> .....	133

## Розділ 4.

### Професійні стандарти фахівців із зв'язків з громадськістю

4.1. Зведений кодекс професійної поведінки МАПР (IPRA) .....	134
4.2. Афінський кодекс Міжнародної Асоціації із зв'язків з громадськістю (IPRA) .....	137
4.3. Римська хартія / Міжнародна фахова хартія ICCO .....	139
4.4. Лісабонський КОДЕКС (європейський кодекс професійної поведінки осіб, практикуючих в галузі зв'язків з громадськістю) .....	143
4.5. Кодекс професійної етики в галузі зв'язків із громадськістю .....	146
4.6. Кодекс професійної етики UAPR .....	148

<b>ДОДАТКИ</b> .....	154
----------------------	-----

Наукове видання

Зубарева М. А.

## **ПРИКЛАДНІ АНТИКРИЗОВІ PR-ТЕХНОЛОГІЇ**

**Навчальний посібник**

**Головний редактор** *Ігор Пасічник*

**Технічний редактор** *Роман Свинарчук*

**Комп'ютерна верстка** *Наталії Крушинської*

**Художнє оформлення обкладинки** *Катерини Олексійчук*

Формат 42х30/4. Ум. друк. арк. 9,42. Наклад 100 пр. Зам. № 77–14  
Папір офсетний. Друк цифровий. Гарнітура «BloknotС»

Оригінал-макет виготовлено у видавництві  
Національного університету «Острозька академія»,  
Україна, 35800, Рівненська обл., м. Острог, вул. Семінарська, 2.  
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи РВ № 1 від 8 серпня 2000 року.

Видавець СПД Свинарчук Р. В.  
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи  
РВ № 27 від 29 липня 2004 року.  
Тел. (+38067) 771 28 70, e-mail: 35800@ukr.net.