

Сергій Ставченко, к. філос. н.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Україна

КРИЗОВА КОМУНІКАЦІЯ І РИЗИК-КОМУНІКАЦІЯ У ПОЛІТИЧНОМУ ПРОЦЕСІ: СПІЛЬНЕ ТА ОСОБЛИВЕ

Serhii Stavchenko, PhD in Philosophy

Oles Honchar Dnipro National University, Ukraine

CRISIS COMMUNICATION AND RISK-COMMUNICATION IN THE POLITICAL PROCESS: COMMON AND PECULIAR FEATURES

The article is devoted to the disclosure of common and peculiar features of crisis communication and risk communication in the modern political process. It has been established that risk and crisis communication have similar principles – the principle of good relations with key stakeholders; the principle of responsibility for the crisis (risk); the principle of completeness of information disclosure about the crisis (risk); the principle of symmetric communication. It is proved that there are significant differences between risk communication and crisis communication. If risk communication is most often associated with risk identification and is aimed at persuading the public to refrain from risk behavior, then crisis communication is aimed at preventing or reducing the negative effects of the crisis and thus protecting the participants in the socio-political process. Risk communication is dominated by decisions when decisions are made on the basis of expert advice, whereas in crisis communication, the benefits and costs of process participants are discussed and analyzed in an open discussion.

Keywords: political process, risk communication, crisis communication, risk transfer, partner relations between mass media and communicators, restoration of a reputation.

У сучасному суспільстві інформація є важливим стратегічним ресурсом розв'язання будь-яких суспільно-політичних питань, в т.ч. і ті, які набувають рис кризи та ризику. За сучасних умов стан соціально-політичної реальності, а також динаміку її розвитку значною мірою обумовлюють не самі політичні процеси та явища, а інформація про них, вірніше її інтерпретація учасниками комунікаційних дій. Тобто керування ситуацією кризи та ризику актуалізує роль традиційних медіа (телебачення, радіо, друкована преса) та мережі Інтернет, тому налагодити з ними активну співпрацю є одним з першочергових завдань комунікатора. При цьому важливо враховувати специфіку кожного каналу комунікації. Якщо до появи мережі Інтернет медіа передбачали комунікацію «небагатох з багатьма» (few-to-many), то сьогодні глобальна мережа перетворила її в комунікацію «один з одним» (one-to-one) або «багатох з багатьма» (many-to-many)¹.

У ситуації кризи та ризику комунікативні стратегії учасників соціально-політичних процесів мають багато спільних рис, проте вони не є тотожними. Тому важливим науковим завданням стає проведення демаркації кризової та ризикової комунікації у політичному процесі.

На Заході проблему кризової комунікації в соціально-політичних процесах досліджують Тара Буенер (T. Buehner), Шері Вайл (S.R. Veil), Стівен Венетт (S.J. Venette), Ребека Гастед (R.A. Husted), Альфонсо Гонсалес-Герреро (A. González-Herrero), Тімоті Кумбс (W.T. Coombs), Майкл Паленчар (M.J. Palenchar), Даніель Перрі (D.C. Perry), Тімоті Селлнау (T.L. Sellnow), Пітер Сендмен (P.M. Sandman), Метью Сіджер (M.W. Seeger), Сюзанна Сміт (S. Smith), Морін Тейлор (M. Taylor), Роберт Улмер (R.R. Ulmer), Роберт Хіт (R.L. Heath) та ін. На дослідження ризик-комунікації фокусують свою увагу Енн Бостром (A. Bostrom), Заміра Гурабархі (Z. Gurabardhi), Жан Гуттелінг

¹ Мацежинський, В.Л. (2006) *Public relations в перехідний період*. Львів, Літературна агенція «Піраміда», 52.

(J.M. Gutteling), Лінда Елдури (L. Aldoori), Сінтія Етмен (C.J. Atman), Марго Катчройтер (M. Kuttuschreuter), Сонг-Нам Кім (J.-N. Kim), Вінсент Ковелло (V. Covello), Дебора Левайн (D. Levine), Лестер Лейв (L. Lave), Дональд Мак-Грегор (D.G. MacGregor), Кетрін МакКомас (K.A. McComas), Денніс Мілеті (D.S. Miletì), Гренджер Морган (G. Morgan), Дороті Нелкін (D. Nelkin), Пол О'Брайєн (P.W. O'Brien), Ден О'Хейр (H.D. O'Hair), Елен Петерс (E. Peters), Ортвін Ренн (O. Renn), Емілі Рут (E. Roth), Пол Словік (P. Slovic), Наталі Тінделл (N. Tindall), Крейг Трумбо (C.W. Trumbo), Мелісса Фінукейн (M.L. Finucane), Барух Фішхофф (B. Fischhoff) та ін. В Україні проблеми кризової комунікації та ризик-комунікації розглядаються Ольгою Гусак, Наталією Драгомирецькою, Оксаною Запорожець, Русланом Ключником, Ольгою Кудіною, Петром Олещуком, Оленою Приятельчук, Людмилою Усановою, Тетяною Федорів та ін.

Мета статті – розкрити спільні та особливі риси кризової комунікації і ризик-комунікації у сучасному політичному процесі.

Спочатку з'ясуємо загальний зміст понять «криза» і «ризик». У контексті соціально-політичних процесів ризик розглядається як ймовірність настання небажаних наслідків можливих політичних та інших рішень, пов'язаних з подіями у соціально-політичній сфері, які здатні зробити збиток їх учасникам у реалізації відповідних інтересів. По суті, ризик пов'язується з вимірюванням імовірності помилки або успіху в умовах вибору в ситуації з декількома альтернативами. Як правило, поняття ризику використовується при аналізі прийняття рішень у проблемних ситуаціях, коли наявне протиріччя між зовнішнім середовищем і набором настанов суб'єкта, які обмежують це середовище. Від успіху розв'язання даного протиріччя залежить оптимальність рішення, що приймається¹.

Криза характеризується як процес зламу, тяжкий період перехідного стану системи, що послаблює її життєвий потенціал та спроможність досягнути раніше визначену мету. По суті, криза є «тимчасове призупинення або припинення функціонування окремих елементів чи інститутів системи; значне поглиблення і загострення наявних конфліктів, напруженості; перерва у функціонуванні будь-якої системи із позитивним чи негативним для неї наслідком»². Відповідно кризова ситуація відзначається декількома умовами, у яких розгортається комунікація: 1) неконтрольованість; 2) різке скорочення керованих параметрів; 3) зміщення в бік базисних потреб (за шкалою А. Маслоу); 4) зростання значення інформації та інтерпретації подій; 5) зміна каналів інформації та зростання ролі неофіційних каналів у порівнянні з офіційними³.

У загальному плані кризу можна визначити як суттєву загрозу для здійснення певної діяльності, яка може мати негативні наслідки при неправильному реагуванні. У кризовому регулюванні існує загроза нанесення потенційного збитку для організації, її зацікавлених сторін, системи в цілому. За Оленою Приятельчук, криза може генерувати три взаємопов'язані загрози: громадської безпеки, фінансових втрат, втрати репутації. Деякі кризи, такі як промислові аварії та пошкодження продукту, можуть привести до травм і навіть загибелі людей⁴.

Тож в умовах кризи ефективна комунікація являє собою чітку стратегію дій, спрямовану на усунення чи послаблення тих факторів, які створюють у суспільстві ситуацію емоційної напруги, неконтрольованості, дають підґрунтя для викривленого сприйняття офіційної інформації.

Тобто в найзагальнішому розумінні ризик є природною частиною життя, а криза – ситуація, яку за деяких умов можна уникнути. Р. Улмер, Т. Селлау і М. Сіджер пропонують вирізняти кризу на основі таких ознак: 1) несподіваність – подія відбувається несподівано, непрогнозовано і виходить за рамки планів антикризового управління; 2) нестандартність – подія, для усунення наслідків якої недостатньо стандартних процедур, оскільки вимагає унікальних і часто надзвичайних заходів; 3) додає невизначеності – важко спрогнозувати всі кінцеві наслідки події; 4) загрожує пріоритетним цілям – подія загрожує реалізації першочергових цілей і може призвести

¹ Кривошеїн, В.В. (2012). Ризик як соціальне явище. *Грані. Науково-теоретичний і громадсько-політичний альманах*, 6 (86), 80-85.

² Бакуменко, В.Д. (2010). Криза. *Енциклопедичний словник з державного управління*. Київ, НАДУ, 354.

³ Олещук, П. (2010). Кризові комунікації у політичному дискурсі. *Освіта регіону. Політологія. Психологія. Комунікації*, 3, 161.

⁴ Приятельчук, О.А., Ковальчук, Ю.С. (2014). Основні інструменти та комунікаційні технології управління репутаційним капіталом в умовах кризи. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*, 3 (74), 126.

до краху¹. У ризикових ситуаціях адекватно вибудована комунікація зі стейкхолдерами є життєво важливою і може врятувати репутацію організації / особи; «комунікація є критерієм гарного менеджменту»².

З погляду репутаційного менеджменту Ендрю Гріффін виокремлює два види репутаційних ризиків: перші він співвідносить з кризами, тобто ризиками, які протікають у гострій формі; другий вид – це загрози, тобто «хронічні репутаційні ризики», тобто небажання бачити загрозу кризи³.

Відповідно в управлінні ризиками та кризами виокремлюють два типи управління: реактивний та формалізований. Реактивний тип управління як відповідь на несприятливі ситуації, що виникають; реактивне управління зводиться до розробки заходів, спрямованих на запобігання повторенню подібної ситуації. Формалізоване управління базується на моделі, розробленій ще до настання несприятливої ситуації, і є низкою наперед спланованих кроків і дій. Воно передбачає проведення кількісної оцінки ризику, ступеня тяжкості можливих наслідків ще до прийняття рішень щодо мінімізації негативних результатів.

За нашим переконанням, первинним у ланцюжку «ризик-комунікація – кризова комунікація» є спосіб спілкуватися про наявні ризики. Існує загальний консенсус щодо того, що спілкування з ризиками – це обопільний процес між комунікатором (комунікаторами) та одержувачами повідомлень, але за його межами різні визначення часто містять унікальні змінні та розуміння. Найбільш прийнятним є визначення зв'язків із ризиками Вінсента Ковелло, який у 1992 р. писав про «процес обміну інформацією між зацікавленими сторонами про характер, величину, значення або контроль ризику»⁴. Інші визначення наголошують на важливості управління ризиками⁵, необхідність діалогу між комунікаторами і зацікавленими сторонами⁶ та необхідність постійного моніторингу ризиків⁷.

Організовані та фокусовані зусилля з передачі ризику ґрунтуються на правових та регуляторних механізмах щодо права на знання громадськості, яке, зокрема, передбачало обов'язок організацій чи установ інформувати громаду про будь-які потенційні наслідки їх існування⁸.

Один з перших дослідників ризик-комунікацій на основі раннього сприйняття ризиків Барух Фішхофф виявив сім етапів еволюції комунікації з ризиками⁹:

- 1) Отримання своєчасних даних про ризик.
- 2) Поінформування ключових користувачів про ці дані про ризик.
- 3) Пояснення отриманих даних про ризик.
- 4) Роз'яснення громадськості, які подібні ризики були раніше.
- 5) Пояснення того, наскільки зиски від ризику перевищують витрати від нього.
- 6) Спілкування з громадськістю має відбуватися з повагою до неї.
- 7) Громадськість має розглядатися як партнер із комунікаторами ризику.

Останнє, на нашу думку, є ключовим чинником і у кризовій комунікації. Тут ефективним є постійне оновлення офіційної чи неофіційної, але відомої на певний час, інформації і підтримка контактів з мас-медіа. Висвітлення кризової ситуації у ЗМК має прогнозований «життєвий цикл»,

¹ Улмер, Р.Р., Селлау, Т.Л., Сиджер, М.В. (2011). *Эффективная кризисная коммуникация*. Харьков, издательство «Гуманитарный центр», 21-22.

² Bakewell, R. (1997). *Managing User-centred Libraries and Information Services*. London, Mansell, 5.

³ Гриффин, Э. (2009). *Управление репутационными рисками: стратегический подход*. Москва, Альпина Бизнес Букс, 38.

⁴ Covello, V. (1992). Risk communication: An emerging area of health communication research. *Communication Yearbook*, S. Deetz (ed.), 15, 359.

⁵ Див.: McComas, K.A. (2006). Defining moments in risk communication research: 1996-2005. *Journal of Health Communication*, 11 (1), 75-91.

⁶ Див.: Palenchar, M.J. (2005). Risk communication. *Encyclopedia of public relations*, R.L. Heath (ed.). Thousand Oaks, Sage, 752-755.

⁷ Див.: Coombs, W.T. (2012). Situational Theory of Crisis: Situational Crisis Communication Theory and Corporate Reputation. *The Handbook of Communication and Corporate Reputation*, W.T. Coombs, S.J. Holladay (eds.). Oxford, Wiley-Blackwell, 262-278.

⁸ Див.: Palenchar, M.J. (2008). Risk communication and community right to know: A public relations obligation to inform. *Public Relations Journal*, 2 (1), 1-26.

⁹ Fischhoff, B. (1995). Risk perception and communication unplugged: Twenty years of process. *Risk Analysis*, 15 (2), 137-145.

на який можна і слід впливати. Тетяна Федорів запропонувала модель «життєвого циклу» висвітлення кризи у ЗМК¹, яка передбачає такі етапи:

1) «Продромальний», початковий або «сигнальний» етап – його можна відстежити за появою невеликих повідомлень у мас-медіа; тема цих повідомлень може бути «тригером» (англ. trigger – «спусковий гачок») – це спеціальний журналістський термін, який позначає «дратівливу» тему, що становить потенційну загрозу виникнення кризової ситуації. Якщо органи державної влади залишаються чутливими до настроїв стейкхолдерів та моніторять висвітлення у ЗМК «проблемних» тем та відповідні тенденції у висвітленні, є можливість прогнозувати розвиток ситуації. На цьому етапі рівень аналізу та деталізації теми у мас-медіа досить низький і поверховий. Рішення органів влади «не чіпати тему» не зупинить ЗМК – вони подаватимуть версії, інтерпретації, чутки. Більше того, якщо органи публічної влади коментуватимуть тему, ці коментарі мас-медіа змушені будуть подавати як обов'язкову вимогу журналістського балансу думок.

2) Етап зондування – у цей період реалізації кризової комунікації, якщо діяти на випередження, то можна задати напрям розвитку теми. Відсутність відповіді призводить до небажаних реакцій і того, що інтерпретацію ситуації контролюватимуть ЗМК протягом усього періоду розвитку кризи.

3) Гострий етап – він є найкоротшим, проте найбільш інтенсивним, коли проблема перетворюється на справжню кризу. ЗМК починають повідомляти про фінансові, ресурсні, людські збитки / шкоду. На цьому етапі ЗМК також «задіють» емоції стейкхолдерів, які додають ситуації більшої гостроти і можуть переважати за сприйняттям «спокій» «спікерів» від органу державної влади. Це той етап, коли слід «виходити з кабінетів».

4) Етап підхоплення, який супроводжується ефектом «вовчої зграї», на якому всі основні ЗМК, незалежно від семіотичної групи, намагаються висвітлити тему кризи. На цьому етапі може здаватися, що висвітлення кризи виходить з-під контролю і найважливішим є присутність у ЗМК зі своєї позицією та узгодженість коментарів, які виходять від органу влади.

5) «Хронічний» етап – у цей час мас-медіа намагаються повертатись до теми, з'ясовуючи проблеми вини і відповідальності, а також долі потерпілих. Перевага успішної діяльності органу державної влади тут може бути, коли відповідальність орган бере на себе, а потерпілим надає допомогу.

6) Етап відновлення репутації. На цьому етапі журналісти узагальнюють і з'ясовують, що зроблено, щоб криза не повторилась. Це етап, пов'язаний із винесенням уроків на майбутнє і вдосконаленням.

Тобто кризові комунікації передбачають відкритий діалог із громадськістю, готовність відповідати на запити ЗМІ, системну роботу з відновлення іміджу комунікатора, створення інформаційного поля, яке зменшить розрив між очікуваннями у суспільстві і реальним станом речей².

Зростання сфери ризик-комунікації сприяло активізації досліджень кризових комунікацій. Ключовим у ризик-комунікації та кризовій комунікації є процес «передачі ризику». Проте кризові комунікації є окремою сферою із власними проблемами, хоча і включають деякі аспекти ризик-комунікації. Якщо кризові комунікації історично зосереджені на відновленні іміджу та репутації, то ризик-комунікації традиційно фокусуються на презентації інформації, переконання та стратегічні повідомлення. Крім того, нездатність ефективно контролювати або управляти ризиком може привести до кризи, або криза може призвести до необхідності зв'язку з ризиками³. Роберт Хіт пояснив, що «криза виявляється ризиком»⁴.

Сьогодні організації та установи потрапляють під шквал критики навіть тоді, коли їм нічого не загрожує безпосередньо. Показово, що і ризикова, і кризова комунікація мають схожі принципи.

¹ Федорів, Т. (2012). Репутаційні ризики та комунікаційний менеджмент в органах державної влади. *Вісник Національної академії державного управління при Президентові України*, 4, 144-145.

² Кудіна, О.А. (2014). Комунікаційна політика в умовах політичної кризи: антикризові заходи та особливості їх застосування. *Молодий вчений*, 11 (14), листопад, 242.

³ Coombs, W.T. (2010). Parameters for crisis communication. *The Handbook of Crisis Communication*, W.T. Coombs, S.J. Holladay (eds.). Oxford, Wiley-Blackwell, 17-53.

⁴ Heath, R.L. (2010). Introduction. *The Handbook of Crisis Communication*, W.T. Coombs, S.J. Holladay (eds.), Oxford, Wiley-Blackwell, 3.

Так, у дослідженні Національної науково-дослідної Ради (National Research Council) ризик-комунікацію визначено як «інтерактивний процес обміну інформацією і думками між людьми, групами і закладами»¹, при цьому інтерактивність розглядається як діалог між тими, хто ризикує, і тими, хто має деяку можливість контролювати цей ризик чи знижувати його рівень. За допомогою ефективної комунікації в ситуації ризику можна запобігти кризі або зменшити її масштаб. Що стосується кризової комунікації, то зазвичай виділяють чотири її принципи: 1) принцип відносин: організація може протистояти кризі, якщо в неї є добрі відносини з ключовими стейкхолдерами; 2) принцип відповідальності: організація має взяти на себе відповідальність за кризу, навіть якщо це не її пряма провина; 3) принцип розкриття інформації: під час кризи організація має розказати про все, що знає про кризу чи проблему або, принаймні, пообіцяти повне розкриття інформації після отримання додаткових відомостей; 4) принцип симетричної комунікації: під час кризи інтерес громадськості слід розглядати як такий, що рівний за важливістю інтересам організації².

Водночас між комунікацією в ситуації ризику і кризи існують суттєві відмінності (див. табл. 1). Ризик-комунікація найчастіше пов'язана з визначенням ризиків і спрямована на те, щоб переконати громадськість утриматись від ризикованої поведінки. Прикладами цього є кампанії, пов'язані із запобігання палінню, водінню в нетверезому стані, пияцтву, екологічній безпеці тощо. Це спосіб підтримки довгострокового зв'язку зі стейкхолдерами, спрямованого на зміни у їхній поведінці. Характеризуючи ризик-комунікацію, Пітер Сендмен виводить таке рівняння: ризик = загроза + обурення. Тут вказано на «загрозу» як на науково обґрунтований рівень ризику і на «обурення» як на рівень ризику, що його сприймає громадськість³. Що стосується кризової комунікації, то вона спрямована на те, щоб запобігти негативним наслідкам кризи або зменшити їх і тим самим захистити зацікавлені сторони⁴. Як така вона є частиною більш широкої функції кризового управління, оскільки має на меті надати стейкхолдерам конкретну інформацію, яка стосується безпосередньо їхнього життя і здоров'я (або безпеки та ін.), а також повідомити, що робиться для зменшення наслідків кризи, хто несе за це відповідальність, попросити підтримки і допомоги, пояснити дії винних, вибачитися.

Таблиця 1

Відмінності ризик-комунікації і кризової комунікації

Ризик-комунікація	Кризова комунікація
Орієнтована на майбутнє	Особливий випадок (інцидент)
Повідомлення, спрямовані на зниження ймовірності ризику	Повідомлення про подію та її наслідки
Базується на тому, що відомо на даний момент	Базується на тому, що відомо, а що – невідомо
Довгострокова	Короткострокова
Технічні експерти, науковці	Авторитетні фігури
Особиста спрямованість	Інтереси суспільства
Посередницькі кампанії з комунікації	Прес-конференції, прес-релізи, виступи
Контрольована і структурована	Спонтанна і реактивна

Джерело: ⁵.

¹ Prevention Report (1995). *Risk Communication: Working With Individuals and Communities To Weigh the Odds*. <<http://tc.eserver.org/22285.html>>.

² Федорів, Т. (2012). Репутаційні ризики та комунікаційний менеджмент в органах державної влади. *Вісник Національної академії державного управління при Президенті України*, 4, 142.

³ Risk = Hazard + Outrage: A Conversation with Risk Consultant Peter Sandman (2011) *Freakonomics*, November 29. <<http://freakonomics.com/2011/11/29/risk-hazard-outrage-a-conversation-with-risk-consultant-peter-sandman/>>.

⁴ Coombs, W.T. (1999). *Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding*. Thousand Oaks, Sage, 4.

⁵ Reynolds, B., Seeger, M.W. (2005). Crisis and Emergency Risk Communication as an Integrative Model. *Journal of Health Communication*, 10, 43-55.

Отже, у ризик-комунікації домінує підхід, коли рішення ухвалюються на основі рекомендацій експертів, тоді як у кризовій комунікації вигоди і витрати учасників процесу обговорюються і аналізуються у ході відкритої дискусії (див. табл. 2). Однак, як пишуть Р. Улмер, Т. Селлау і М. Сіджер, «центрований на технологіях підхід перестає бути надійним, коли громадськість більше не вірить у здатність або бажання технічних експертів говорити з нею чесно і об'єктивно»¹.

Таблиця 2.

Відмінності комунікації, базованої на діалозі, від «технологічної» комунікації

Комунікація, базована на діалозі	«Технологічна» комунікація
Демократична, всі сторони мають право голосу при обговоренні проблеми	Відповідальність за прийняття рішень покладається на експертів у даній сфері
Питання сприйняття вважаються необхідними	Сприйняття ігнорується на користь експертної думки
Допускає суб'єктивність, але працює в напрямі об'єктивності за посередництва діалогу і запитань	Допускає об'єктивність науки, але може бути під впливом суб'єктивних інтересів

Джерело: ²

Таким чином, ризикова і кризова комунікація мають схожі принципи – принцип гарних відносин з ключовими стейкхолдерами; принцип відповідальності за кризу (ризик); принцип повноти розкриття інформації про кризу (ризик); принцип симетричної комунікації. Водночас між ризик-комунікацією і кризовою комунікацією існують суттєві відмінності. Якщо ризик-комунікація найчастіше пов'язана з визначенням ризиків і спрямована на те, щоб переконати громадськість утриматись від ризикованої поведінки, то кризова комунікація спрямована на те, щоб запобігти негативним наслідкам кризи або зменшити їх і тим самим захистити учасників соціально-політичного процесу. У ризик-комунікації домінує підхід, коли рішення ухвалюються на основі рекомендацій експертів, тоді як у кризовій комунікації вигоди і витрати учасників процесу обговорюються і аналізуються у ході відкритої дискусії.

У ланцюжку «ризик-комунікація – кризова комунікація» ключовими є механізми передачі ризику, що обумовлено раннім сприйняттям ризикової ситуації, та встановлення партнерських відносин між ЗМК і комунікаторами. Останнє передбачає налагодження відкритого діалогу із громадськістю через мас-медіа (традиційні та в мережі Інтернет), готовність відповідати на запити ЗМІ, системну роботу з відновлення (виправлення) іміджу (репутації) комунікатора, створення сприятливого інформаційного поля, яке має зменшити розрив між очікуваннями у суспільстві і реальним станом речей.

References:

1. Bakumenko, V.D. (2010). Kryza [Crisis]. *Entsyklopedychnyy slovnyk z derzhavnoho upravlinnya* [The Encyclopedic Dictionary on public administration]. Kyiv, NADU, 354. [in Ukrainian]
2. Griffin, E. (2009). *Upravlenie reputacionnymi riskami: strategicheskyy podhod* [Management of Reputation Risks: A Strategic Approach]. Moscow, Alpina Biznes Buks, 232. [in Russian]
3. Kryvosheyin, V.V. (2012). Ryzyk yak sotsial'ne yavlyshche [Risk as a social phenomenon]. *Hrani. Naukovo-teoretychnyy i hromads'ko-politychnyy al'manakh* [Scientific-theoretical and socio-political almanac], no. 6 (86), 80-85. [in Ukrainian]
4. Kudina, O.A. (2014). Komunikatsiyna polityka v umovakh politychnoyi kryzy: antykryzovi zakhody ta osoblyvosti yikh zastosuvannya [Communication policy in the condition of the political crisis: anti-crisis measures and peculiarities of their application]. *Molodyy vchenyy* [Young scientist], no. 11 (14), November, 240-242. [in Ukrainian]

¹ Улмер, Р.Р., Селлау, Т.Л., Сіджер, М.В. (2011). *Эффективная кризисная коммуникация*. Харьков, издательство «Гуманитарный центр», 226.

² Федорів, Т. (2012). Репутаційні ризики та комунікаційний менеджмент в органах державної влади. *Вісник Національної академії державного управління при Президентіві України*, 4, 141.

5. Matsyehzhynskyy, V.L. (2006). *Public relations v perekhidnyy period* [Public relations in the transition period]. Lviv, Literaturna ahentsiya «Piramida», 276. [in Ukrainian]
6. Oleshchuk, P. (2010). Kryzovi komunikatsiyi u politychnomu dyskursi [Crisis communications in political discourse]. *Osvita rehionu. Politolohiya. Psykholohiya. Komunikatsiyi* [The education of the region. Political science. Communication.], no. 3, 161-166. [in Ukrainian]
7. Pryyatelchuk, O.A., Kovalchuk, Yu.S. (2014). Osnovni instrumenty ta komunikatsiyi tekhnolohiyi upravlinnya reputatsynym kapitalom v umovakh kryzy [Basic tools and communication technologies for managing of reputational capital in conditions of crisis]. *Zovnishnya torhivlya: ekonomika, finansy, pravo* [The external trade: economy, finance, law], no. 3 (74), 124-133. [in Ukrainian]
8. Ulmer, R.R., Sellnau, T.L., Sidzher, M.V. (2011). *Effektivnaya krizisnaya komunikaciya* [Effective crisis communication]. Kharkiv, izdatelstvo «Gumanitarnyy centr», 268. [in Russian]
9. Fedoriv, T. (2012). Reputatsiyi ryzyky ta komunikatsiyinyy menedzhment v orhanakh derzhavnoyi vlady [Reputational risks and communication management in public authorities]. *Visnyk Natsional'noyi akademiyi derzhavnoho upravlinnya pry Prezydentovi Ukrayiny* [The Bulletin of the National Academy of public administration under the President of Ukraine], no. 4, 137-147. [in Ukrainian]
10. Bakewell, R. (1997). *Managing User-centred Libraries and Information Services*. London, Mansell, 290. [in English]
11. Coombs, W.T. (1999). *Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding*. Thousand Oaks, Sage, 224. [in English]
12. Coombs, W.T. (2010). Parameters for crisis communication. *The Handbook of Crisis Communication*, W.T. Coombs, S.J. Holladay (eds.), Oxford, Wiley-Blackwell, 17-53. [in English]
13. Coombs, W.T. (2012). Situational Theory of Crisis: Situational Crisis Communication Theory and Corporate Reputation. *The Handbook of Communication and Corporate Reputation*, W.T. Coombs, S.J. Holladay (eds.). Oxford, Wiley-Blackwell, 262-278. [in English]
14. Covello, V. (1992). Risk communication: An emerging area of health communication research. *Communication Yearbook*, S. Deetz (ed.), no. 15, 359-373. [in English]
15. Covello, V., Sandman, P.M. (2001). Risk communication: Evolution and revolution. *Solutions to an environment in Peril*, A. Wolbarst (ed.). Baltimore, John Hopkins University Press, 164-178. [in English]
16. Heath, R.L. (2010). Introduction. *The Handbook of Crisis Communication*, W.T. Coombs, S.J. Holladay (eds.), Oxford, Wiley-Blackwell, 1-13. [in English]
17. McComas, K.A. (2006). Defining moments in risk communication research: 1996-2005. *Journal of Health Communication*, no. 11 (1), 75-91. [in English]
18. Fischhoff, B. (1995). Risk perception and communication unplugged: Twenty years of process. *Risk Analysis*, no. 15 (2), 137-145. [in English]
19. Palenchar, M.J. (2005). Risk communication. *Encyclopedia of public relations*, R.L. Heath (ed.). Thousand Oaks: Sage, 752-755. [in English]
20. Palenchar, M.J. (2008). Risk communication and community right to know: A public relations obligation to inform. *Public Relations Journal*, no. 2 (1), 1-26. [in English]
21. Prevention Report (1995). *Risk Communication: Working With Individuals and Communities To Weigh the Odds*. <<http://tc.eserver.org/22285.html>>. [in English]
22. Reynolds, B., Seeger, M.W. (2005). Crisis and Emergency Risk Communication as an Integrative Model. *Journal of Health Communication*, no. 10, 43-55. [in English]
23. Risk = Hazard + Outrage: A Conversation with Risk Consultant Peter Sandman (2011) *Freakonomics*, November 29. <<http://freakonomics.com/2011/11/29/risk-hazard-outrage-a-conversation-with-risk-consultant-peter-sandman/>>. [in English]