

Психологічні особливості РР у кризових ситуаціях



PR (зв'язки з громадськістю) — це не замкнена, а відкрита соціальна система, яка:

- Взаємодіє із зовнішнім середовищем;
- Не лише реагує, а й впливає на суспільство;
- Прагне гомеостазу (внутрішньої рівноваги);
- Здатна розробляти стратегії та програми впливу на громадську думку.

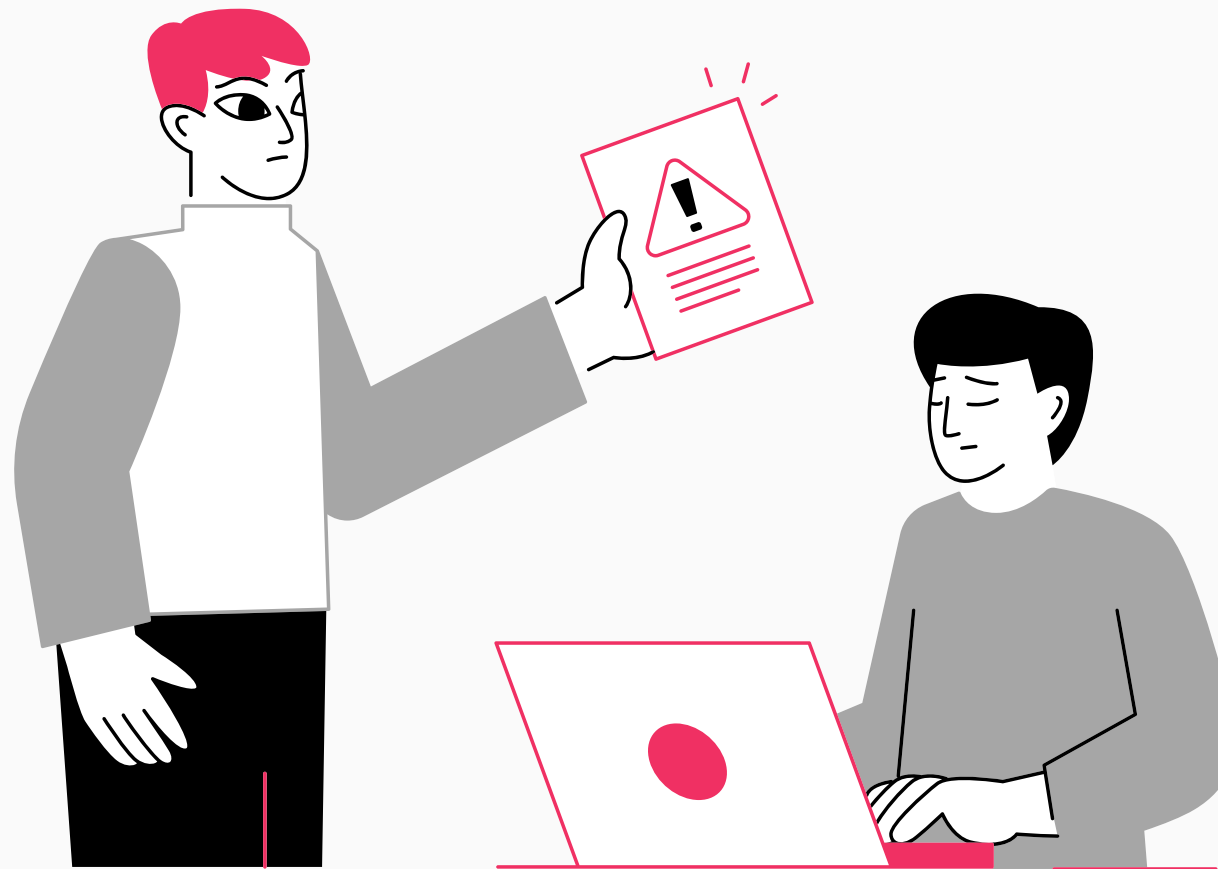
PR у кризових ситуаціях — це не просто реакція, а інструмент формування реальності, де головне — вчасна дія, психологічна чутливість і відкрита комунікація. Кожне повідомлення має підтримувати довіру та демонструвати спроможність організації впоратися з труднощами.



Поняття кризи

У кризових ситуаціях часто виникають різноманітні чутки, з'являються відомості, вірогідність яких не встановлена.

Вони можуть стихійно народжуватися у певному середовищі, іноді їх спеціально поширюють конкуренти, недоброзичливці, противники (на війні) з метою дезінформації, нанесення збитків об'єктові чуток. Здебільшого вони відіграють руйнівну роль, оскільки навіть реалістична інформація з часом деформується під впливом безлічі факторів (індивідуальне розуміння проблеми, рівень освіченості, особливості пам'яті, здатність до сприйняття та інтерпретації інформації, особисті інтереси тощо). Найпродуктивнішим засобом у боротьбі з ними є своєчасне, вичерпне і точне інформування.





Психологічні особливості кризи:

- Домінують упередженість, емоційність, спотворене сприйняття.
- Висока потреба у достовірній інформації.
- Зростає вплив чуток, дезінформації.
- Людський фактор (емоції, особистісні якості) посилює розвиток кризи.

Для вирішення кризи за допомогою PR існують PR-плани

Це план дій, як саме організація буде будувати стосунки з людьми/суспільством. не просто "загладити" ситуацію, а встановити зв'язок із суспільством, викликати довіру, діяти чесно і стратегічно.



Етапи плану



Визначення проблеми

- Аналіз ситуації, вивчення ставлень і поведінки громадськості.
- Питання: «Що відбувається зараз?»



Планування і програмування

- Прийняття рішень на основі зібраної інформації.
- Питання: «Що потрібно змінити?»



Дія і комунікація

- Реалізація плану: хто, що, де, коли і як має робити.
- Питання: «Хто це робить і як саме?»



Оцінка

- Аналіз результатів та ефективності програми.
- Питання: «Як ми попрацювали?»





Кризю слід розглядати не лише як загрозу, але й як точку росту. Вона стимулює внутрішній розвиток організації, мобілізацію ресурсів, зростання авторитету, якщо нею вдало управляти.

Принципи антикризової комунікації

- ШВИДКЕ РЕАГУВАННЯ З МОМЕНТУ ПОЧАТКУ КРИЗИ.
- ДОСТОВІРНІСТЬ ІНФОРМАЦІЇ.
- ВІДКРИТІСТЬ І ДОСТУПНІСТЬ ДЖЕРЕЛ.
- ОРГАНІЗАЦІЯ УМОВ ДЛЯ ЗМІ ТА ЖУРНАЛІСТІВ.
- КОНСУЛЬТАЦІЇ З ЮРИСТАМИ ТА ВЛАДОЮ.



Дякую за увагу!

