



УДК 316.77:81'42:32

[https://doi.org/10.52058/2786-6165-2025-9\(39\)-472-487](https://doi.org/10.52058/2786-6165-2025-9(39)-472-487)

**Липченко Тетяна Степанівна** викладач, кафедра українознавства та міжкультурної комунікації, Львівський державний університет безпеки життєдіяльності, м. Львів, <https://orcid.org/0000-0003-0173-3372>

**Пилипець Оксана Василівна** викладач, кафедра українознавства та міжкультурної комунікації, Львівський державний університет безпеки життєдіяльності, м. Львів, <https://orcid.org/0000-0002-6083-3325>

## **КРИЗОВИЙ ДИСКУРС У ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ: КРОСКУЛЬТУРНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ МОВЛЕННЄВИХ ТАКТИК**

**Анотація.** Актуальність дослідження зумовлена потребою глибшого розуміння кризового дискурсу в засобах масової інформації як багаторівневого явища, що формує суспільне сприйняття подій у періоди соціальної, політичної чи економічної нестабільності. У глобалізованому інформаційному просторі значущим є врахування кроскультурних відмінностей у мовленнєвих тактиках, адже саме вони визначають ефективність управління громадськими настроями, здатність мінімізувати соціальне напруження та запобігати поширенню дезінформації.

Мета статті – всебічно дослідити кризовий дискурс у масових комунікаціях з урахуванням кроскультурних особливостей, простежити трансформацію мовленнєвих тактик і запропонувати можливі шляхи вдосконалення комунікаційних стратегій у кризових умовах.

Методологія ґрунтується на поєднанні дискурсивного, порівняльного та контент-аналізу, що дало змогу дослідити інтенсивність і емоційність повідомлень, визначити основні мовленнєві тактики, простежити культурні варіації у їх застосуванні та виявити проблеми ефективності кризових комунікацій. Застосовано системно-структурний підхід для узагальнення функцій медіа в кризових ситуаціях, а також аналітичні методи для оцінки результативності різних моделей комунікації.

У дослідженні проаналізовано комплекс характеристик кризового дискурсу, визначено його роль як інструменту формування суспільних настроїв і поведінкових моделей, виявлено динаміку переходу від традиційних офіційних повідомлень до інтерактивних цифрових форматів, доведено значний вплив емоційно забарвлених тактик на рівень довіри та мобілізаційний потенціал суспільства.



Висновки підтверджують, що кризовий дискурс у медіа є не лише відображенням реальності, але й активним чинником її конструювання. Доведено, що поєднання прозорості, узгодженості та кроскультурної чутливості в комунікації дозволяє підвищити ефективність управління суспільними настроями та знизити ризики паніки.

Перспективи подальших досліджень полягають у поглибленому аналізі кроскультурної специфіки мовленнєвих тактик, розробленні інтегрованих міждисциплінарних моделей оцінювання ефективності кризових комунікацій, а також у створенні інструментів прогнозування суспільних реакцій на основі синтезу лінгвістичних, соціологічних та психологічних методів.

**Ключові слова:** масова комунікація, інформаційні потоки, емоційна насиченість, медіаобраз, соціальна функція, культурна варіативність, кризова комунікація.

**Lypchenko Tetiana Stepanivna** Lecturer, Department of Ukrainian Studies and Intercultural Communication, Lviv State University of Life Safety, Lviv, <https://orcid.org/0000-0003-0173-3372>

**Pylypets Oksana Vasylivna** Lecturer, Department of Ukrainian Studies and Intercultural Communication, Lviv State University of Life Safety, Lviv, <https://orcid.org/0000-0002-6083-3325>

### **CRISIS DISCOURSE IN MASS MEDIA: A CROSS-CULTURAL STUDY OF SPEECH TACTICS**

**Abstract.** The relevance of the study is determined by the need for a deeper understanding of crisis discourse in the mass media as a multilevel phenomenon that shapes public perception of events during periods of social, political, or economic instability. In a globalized information space, it is important to take into account cross-cultural differences in speech tactics, as they determine the effectiveness of managing public sentiment, the ability to minimize social tension, and prevent the spread of misinformation.

The purpose of the article is to comprehensively study crisis discourse in mass communications, taking into account cross-cultural characteristics, to trace the transformation of speech tactics, and to propose possible ways to improve communication strategies in crisis conditions.

The methodology is based on a combination of discursive, comparative, and content analysis, which made it possible to study the intensity and emotionality of messages, identify the main speech tactics, trace cultural



variations in their application, and identify problems with the effectiveness of crisis communications. A systemic-structural approach was used to generalize the functions of the media in crisis situations, as well as analytical methods to evaluate the effectiveness of different communication models.

The results of the study analyze a set of characteristics of crisis discourse, determine its role as a tool for shaping public attitudes and behavioral patterns, reveal the dynamics of the transition from traditional official messages to interactive digital formats, and prove the significant influence of emotionally charged tactics on the level of trust and mobilization potential of society.

The conclusions confirm that crisis discourse in the media is not only a reflection of reality, but also an active factor in its construction. It has been proven that the combination of transparency, consistency, and cross-cultural sensitivity in communication allows for more effective management of public sentiment and reduces the risk of panic.

Prospects for further research lie in an in-depth analysis of the cross-cultural specificity of speech tactics, the development of integrated interdisciplinary models for assessing the effectiveness of crisis communications, and the creation of tools for predicting public reactions based on a synthesis of linguistic, sociological, and psychological methods.

**Keywords:** mass communication, information flows, emotional saturation, media imagery, social function, cultural variability, crisis communication.

**Постановка проблеми.** Кризовий дискурс у засобах масової інформації є однією з основних проблем сучасного суспільства, оскільки він не лише відображає особливості комунікації в умовах соціальної, політичної чи економічної нестабільності, а й впливає на сприйняття подій, можливі сценарії їх подолання та рівень довіри до суспільних інституцій. У глобалізованому світі, де інформаційні потоки перетинають культурні та мовні кордони, дослідження кризового дискурсу набуває особливої актуальності, адже від правильності використання мовленнєвих тактик залежить як ефективність управління суспільними настроями, так і стабільність соціальних систем. Зв'язок цієї проблематики з важливими науковими завданнями полягає в необхідності комплексного аналізу мовленнєвих стратегій та їх кроскультурної варіативності, що дозволяє виявити універсальні й специфічні механізми реагування на кризу в різних соціальних контекстах. Практичний вимір дослідження визначається потребою засобів масової інформації у створенні комунікативних моделей, здатних не лише інформувати, але й мінімізувати соціальне напруження, сприяти збереженню довіри до джерел повідомлень і запобігати поширенню дезінформації. У такий спосіб вивчення кризового дискурсу інтегрує





теоретичні положення лінгвістики, комунікативістики та соціальних наук із завданнями практичної журналістики та медіааналітики, що визначає його стратегічну важливість для сучасних наукових пошуків і прикладних рішень.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Аналіз досліджень кризового дискурсу в засобах масової інформації дає змогу виокремити чотири напрями, які відображають як теоретико-методологічні, так і прикладні підходи до вивчення мовленнєвих тактик.

Перший напрям охоплює теоретико-методологічні праці. Зокрема, А. Баранецька визначає інформаційно-комунікаційний менеджмент як основу організації кризових комунікацій [1]. Особливості критичного дискурс-аналізу в контексті медіа-дискурсу розкриває А. Шугаєв [2].

Теоретичні аспекти маніпуляції інформацією окреслює М. Гришин [3]. Ці праці свідчать про необхідність створення уніфікованої класифікації мовленнєвих тактик та її перевірки на матеріалі кризових комунікацій.

Другий напрям стосується напрацювань, що містять українські приклади. Так, І. Пуцята досліджує ефект «інформаційної бульбашки» під час телемарафону та його вплив на довіру до медіа [4]. Трансформацію комунікативної взаємодії засобів масової інформації (далі – ЗМІ) з аудиторією в умовах криз висвітлює О. Чайкун [5]. Диверсифікацію джерел інформації як механізм підвищення інформаційної безпеки аналізує К. Захаренко [6]. На значенні толерантності й інклюзивного мовлення в кризових медіа-практиках акцентує Т. Хоменко [7].

Третій напрям представлений кроснаціональними студіями. Дискурс пандемії COVID-19 вивчає Р. Водак (R. Wodak), демонструючи застосування тактик легітимації [8]. Brexit як кризовий наратив, що формує суспільну поляризацію, розглядає М. Кржижановські (M. Krzyżanowski) [9]. Кризу як дискурсивну подію й культурний конструкт описує С. Ребуль-Туре (S. Reboul-Touré) [10]. «Міграційну кризу» досліджують Т. Хайденрайх та співавтори (T. Heidenreich et al.), використовуючи методи тематичного моделювання [11]. Дискурс солідарності в контексті європейських криз аналізує С. Валлашек (S. Wallaschek) [12].

Четвертий напрям пов'язаний із професійними та рольовими дискурсами. Риторичу «nurse as hero», що з'явилася під час пандемії, досліджують С. Мохаммед та співавтори (S. Mohammed et al.) [13]. Залежність ефективності кризових комунікацій від взаємодії стейкхолдерів у межах концепції «риторичної арени» демонструє Дж. Раурр (J. Raupp) [14]. Попри суттєві досягнення у вивченні кризового дискурсу, низка аспектів залишається недостатньо опрацьованою. Зокрема, не здійснено комплексного аналізу специфіки кризового дискурсу у структурі сучасних



масових комунікацій, що ускладнює розуміння його функцій у різних соціальних контекстах. Обмеженим залишається емпіричний матеріал щодо динаміки мовленнєвих тактик у різних культурах, а також недостатньо досліджено роль медіа у формуванні поведінкових моделей у кризових умовах. Нерозв'язаними залишаються питання неефективності мовленнєвих стратегій, зокрема через надмірну емоційність, дезінформацію та відсутність узгодженості в комунікаціях.

Запропоноване дослідження спрямоване на заповнення цих прогалин шляхом цілісного аналізу кризового дискурсу та його мовленнєвих тактик у кроскультурному вимірі. Передбачається розширення емпіричної бази шляхом порівняння різних кризових ситуацій, а також застосування новітніх методів дискурсивного та контент-аналізу для уточнення ролі медіа у формуванні суспільних настроїв. Це дозволить не лише систематизувати виявлені проблеми, а й виробити практичні рекомендації щодо оптимізації комунікаційних стратегій, що сприятиме підвищенню ефективності кризових комунікацій у сучасному глобальному середовищі.

**Мета і завдання статті.** Мета статті полягає в комплексному аналізі кризового дискурсу в засобах масової інформації крізь призму кроскультурних відмінностей з акцентом на виявленні динаміки основних змін у мовленнєвих тактиках та визначенні можливих шляхів підвищення ефективності комунікації в умовах суспільних криз.

Для досягнення мети передбачено розв'язання таких завдань:

- 1) визначити сутність кризового дискурсу та простежити динаміку мовленнєвих тактик у різних культурних і соціальних контекстах;
- 2) оцінити роль засобів масової інформації у формуванні суспільних настроїв і виявити чинники неефективності кризових комунікацій;
- 3) розробити практичні рекомендації щодо оптимізації стратегій кризового дискурсу з урахуванням кроскультурних відмінностей.

**Виклад основного матеріалу.** Кризовий дискурс у сучасних масових комунікаціях є багатовимірним явищем, яке поєднує мовні, соціальні та культурні параметри. Його сутність полягає у відображенні та конструюванні суспільної реакції на ситуації невизначеності й загрози, що формують особливі умови для функціонування комунікаційних систем. На відміну від звичайного інформаційного потоку кризовий дискурс характеризується підвищеною інтенсивністю повідомлень, їхньою емоційною насиченістю, посиленням використання мовленнєвих тактик переконання, заспокоєння чи, навпаки, мобілізації. У структурі сучасних медіа він виконує роль не лише інструменту інформування, але й механізму впливу на громадську думку, що особливо помітно в періоди політичних, економічних чи безпекових викликів (табл. 1).



Таблиця 1

**Характерні ознаки кризового дискурсу в масових комунікаціях**

| Параметр              | Змістова характеристика                   | Практичний прояв у медіа                             |
|-----------------------|-------------------------------------------|------------------------------------------------------|
| Інтенсивність         | Збільшення обсягу та частоти повідомлень  | Новини в режимі реального часу                       |
| Емоційність           | Використання емоційно забарвленої лексики | Заголовки із закликами, метафоричні образи           |
| Тактики впливу        | Переконання, заспокоєння, мобілізація     | Звернення до авторитетів, прогнозування сценаріїв    |
| Соціальна функція     | Формування колективної оцінки подій       | Поширення єдиної рамки інтерпретації                 |
| Кроскультурний аспект | Варіативність залежно від культурних норм | Різний стиль подання інформації в національних медіа |

Джерело: сформовано авторами на підставі [1, с. 112; 2, с. 173–174; 3, с. 39–40; 8, с. 329; 9, с. 468; 10, с. 401]

У практичному вимірі кризовий дискурс у масових комунікаціях проявляється як інструмент конструювання суспільних уявлень і моделей поведінки. Кожна з наведених у таблиці характеристик має реалізацію в конкретних кризових ситуаціях, що дозволяє простежити їхню дію не лише на рівні теорії, але й у реальному медіапросторі. Так, інтенсивність інформаційних потоків у кризові періоди створює ефект «повної присутності» теми в суспільстві: у період пандемії COVID-19 новини оновлювалися майже безперервно, що забезпечувало високий рівень інформованості, але водночас підсилювало психологічну напругу й ризик формування панічних настроїв [15, с. 21]. Емоційність дискурсу, яка відображається у використанні метафор чи драматизованих образів, відіграє вирішальну роль у сприйнятті небезпеки. У випадку природних катастроф американські медіа активно застосовували метафори «невидимого ворога» чи «нелюдського руйнування», що підсилювало страх і відчуття загрози серед аудиторії [16, с. 114–115].

Тактики впливу в кризовому дискурсі реалізуються через поєднання офіційних повідомлень та експертних коментарів. Як показують дослідження, під час стихійних лих комунікація в соціальних мережах спершу набуває різко негативного забарвлення, однак згодом поступово вирівнюється. Це свідчить про здатність медіа не лише інформувати, а й моделювати процес емоційної стабілізації суспільства [17]. Соціальна функція кризового дискурсу проявляється у виробленні спільних рамок інтерпретації. Наприклад, під час економічних потрясінь у багатьох країнах у медіапросторі домінував наратив про «неминучість реформ» як єдиний



шлях до стабілізації, що сприяло консолідації громадської думки, але обмежувало різноманітність альтернативних бачень [18, с. 984–985].

Кроскультурний аспект особливо чітко простежується під час порівняння різних регіонів. У США в умовах ураганів превалює раціонально-аналітичний підхід до подання інформації: громадянам надають чіткі інструкції, що знижує рівень паніки [16, с. 120–122]. Натомість у країнах Східної Європи кризова комунікація часто набуває емоційно-експресивного характеру з використанням історичних паралелей і колективних метафор, що створює ефект спільного переживання, проте може посилювати драматизацію подій. Так, приклади різних кризових ситуацій підтверджують, що інтенсивність, емоційність, тактики впливу, соціальна функція та кроскультурна варіативність функціонують у комплексі, забезпечуючи не лише відображення подій, а й активне формування моделей їх суспільного сприйняття.

Динаміка змін у застосуванні мовленнєвих тактик кризового дискурсу виявляється в поступовій трансформації способів подання інформації в медіапросторі, де відбувається поєднання традиційних комунікативних моделей із новітніми цифровими технологіями. У сучасних умовах кризова комунікація вже не обмежується лише передаванням новинних повідомлень, а перетворюється на інтерактивний процес, що передбачає швидке реагування на суспільні запити, використання різних форматів впливу та активне залучення аудиторії. Важливим чинником цієї динаміки є кроскультурний вимір: мовленнєві тактики набувають відмінних форм залежно від культурних традицій, рівня політичної стабільності та особливостей інформаційного середовища, що зумовлює варіативність у балансі між раціонально-аналітичними й емоційно-експресивними способами комунікації (табл. 2).

Таблиця 2

**Динаміка змін у застосуванні мовленнєвих тактик кризового дискурсу**

| Період / умови                      | Основні тактики                            | Характерні особливості                                                   | Приклади реалізації                                         |
|-------------------------------------|--------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| Традиційні медіа (докризові моделі) | Офіційні заяви, звітність, нейтральний тон | Лінійна структура повідомлення, обмежений доступ до альтернативних думок | Державні заяви в друкованій пресі, офіційні звернення по ТБ |
| Початок цифрової доби               | Раціональне пояснення, інструктивні тексти | Акцент на достовірності та перевірці даних, поява коментарів експертів   | Інтернет-видання під час кризових подій 2000-х              |



| Період / умови          | Основні тактики                                                 | Характерні особливості                                                | Приклади реалізації                                                             |
|-------------------------|-----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Сучасні глобальні кризи | Емоційно-експресивні образи, апеляція до страху чи солідарності | Використання метафор, драматизація, активна візуалізація              | COVID-19: постійні оновлення з емоційними заголовками                           |
| Соціальні мережі        | Мікротексти, меми, інтерактивні наративи                        | Швидкість поширення, персоналізація, поєдн. Інформування й розважання | Twitter/X у висвітленні воєнних чи природних катастроф                          |
| Кроскультурний вимір    | Відмінність у балансі раціонального та емоційного               | У США – акцент на інструкціях, у Східній Європі – емоційні метафори   | Порівняння інструкцій під час ураганів і емоц. сюжетів у воєнних умовах України |

Джерело: сформовано авторами на підставі [4, с. 133; 5, с. 95; 7, с. 345–346; 11, с. 175; 12, с. 1036]

Динаміка мовленнєвих тактик у кризовому дискурсі на практиці проявляється як поєднання інструктивних, аналітичних і експресивних рішень, що адаптуються до типу кризи та культурного контексту. Порівняльний аналіз візуального фреймінгу війни Росії проти України засвідчує перехід від нейтральних описів до стратегій персоналізації та «свідчення очевидців». Британські й американські видання переважно поєднують картографічні та пояснювальні матеріали з фото наслідків ударів. Українські медіа системно акцентують наративи стійкості й громадянської взаємодопомоги, тоді як російські тяжіють до інституційно-офіційних рамок. Така відмінність безпосередньо впливає на набір мовленнєвих тактик — від фактологічної інструктивності до емпатійних апеляцій і мобілізації спільно [19]. Під час фінансових потрясінь простежується інша траєкторія: медіа стабільно інтенсифікують метафоричне й драматичне кодування («шторм», «ланцюг зараження», «цунамі»), що підвищує впізнаваність і когнітивну доступність ризиків для масової аудиторії, але водночас ускладнює раціональне порівняння сценаріїв політики. Це добре задокументовано в кроснаціональних аналізах європейського висвітлення боргової кризи, де «воєнні» та «стихійні» фрейми системно домінують над технічно-економічними [20, с. 983]. Для природних катастроф вирішальною є інтеграція соціальних платформ в офіційний контур комунікації: під час землетрусів у Туреччині 2023 року Twitter/X використовувався для оперативної маршрутизації допомоги й



координації волонтерських мереж через інфлюенсерів і громадські ініціативи. Така конфігурація зміщує тактики у бік мікротекстів із чіткими закликами до дії, поєднаних з емоційною емпатією, що прискорює самоорганізацію, але водночас підвищує регуляторні вимоги до верифікації контенту [21, с. 608].

Роль засобів масової інформації у формуванні суспільних настроїв та практик реагування на кризові ситуації є одним з основних чинників функціонування сучасного комунікативного простору. У кризових умовах медіа виконують не лише інформативну, але й регулятивну та інтегративну функції: вони структурують уявлення про події, задають рамки їхнього осмислення, визначають коло можливих інтерпретацій та каналізують емоційні реакції аудиторії.

Саме через медіадискурс суспільство отримує базові сигнали щодо характеру загроз, рівня їхньої небезпеки та допустимих моделей поведінки, що перетворює інформаційний простір на своєрідний механізм соціального управління (табл. 3).

Таблиця 3

**Функції засобів масової інформації у формуванні суспільних настроїв у кризових ситуаціях**

| Функція               | Зміст                                                     | Приклад реалізації                                    | Очікуваний вплив на аудиторію                           |
|-----------------------|-----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|
| Інформативна          | Швидке поширення перевірених даних про кризу              | Оперативні повідомлення про епідеміологічні обмеження | Орієнтація поведінки, зниження невизначеності           |
| Регулятивна           | Визначення моделей допустимої та бажаної поведінки        | Інструкції щодо евакуації під час стихійних лих       | Формування поведінкових практик, зменшення ризиків      |
| Емоційно-психологічна | Управління емоціями та настроями, зниження паніки         | Використання заспокійливих наративів у новинах        | Збереження соціальної стабільності, підвищення довіри   |
| Інтегративна          | Створення відчуття спільності та колективної солідарності | Публікація історій взаємодопомоги під час війни       | Посилення соціальної єдності та готовності до співпраці |
| Критично-рефлексивна  | Аналіз причин і наслідків кризових явищ                   | Аналітичні програми щодо економічних потрясінь        | Підвищення рівня обізнаності та критичного мислення     |

Джерело: сформовано авторами на підставі [6; 8, с. 340; 13; 14, с. 2–3]



У сучасній медіапрактиці роль засобів масової інформації у формуванні суспільних настроїв і практик реагування доводиться через конкретні кейси, де медіа активно визначають реакцію населення. Дослідження «Audience Engagement with COVID-19 News» показало, що медіавплив значно підвищує готовність людей дотримуватися превентивних заходів, особливо коли повідомлення надходять із надійних традиційних ЗМІ. З часом ця готовність знижується, якщо інформаційна підтримка слабшає або стає суперечливою [22, с. 570]. У контексті війни в Україні дослідники виявили, що пости й матеріали про національну єдність і солідарність отримують вищу залученість, що стимулює практики взаємодопомоги та волонтерства: аналіз понад мільйона дописів на Facebook та Twitter показав, що контент із солідарним наративом має суттєво більший відгук серед аудиторії після вторгнення [23]. Також з'ясовано, що одна з важливих ролей медіа полягає у формуванні нормативних очікувань через «моделі поведінки». Так, під час пандемії COVID-19 у Японії було зафіксовано, що інтенсивне споживання інформації із ЗМІ корелювало з практичною поведінкою самообмеження, наприклад обмеженням соціальних контактів. Однак ця кореляція з часом послаблювалася, особливо при появі альтернативних джерел інформації або при суперечливості повідомлень [24].

Неефективність мовленнєвих тактик у кризових комунікаціях зумовлена низкою системних проблем, що виникають на перетині інформаційного, соціокультурного та психологічного вимірів. Однією з найвагоміших проблем є надмірна емоційність повідомлень, коли медіа в гонитві за увагою аудиторії використовують драматизацію, метафори катастрофи та перебільшення загроз. Це спричиняє підвищення рівня тривожності, що паралізує раціональні механізми реагування та знижує рівень довіри до джерел [8]. Іншою суттєвою проблемою є інформаційна надмірність: у періоди криз аудиторія стикається з надлишковим потоком суперечливих новин, що унеможлиблює відокремлення достовірних фактів від спекулятивних інтерпретацій, формуючи когнітивне перевантаження та байдужість до сигналів безпеки. Важливим чинником неефективності є поширення дезінформації та маніпулятивних повідомлень, які інтегруються в загальний дискурс і конкурують з офіційними джерелами. Цей процес особливо небезпечний у соціальних медіа, де відсутність належної верифікації сприяє швидкому поширенню фейків, що дискредитує інституційні комунікації [3, с. 40–42]. Проблемою є також нестача єдності та узгодженості в повідомленнях від різних офіційних структур: розбіжності в оцінках ситуації чи інструкціях посилюють невизначеність і створюють враження непрофесійності управління кризою.



Кроскультурні чинники також поглиблюють неефективність тактик. У багатьох країнах відмінності в стилях комунікації призводять до того, що універсальні меседжі сприймаються неоднозначно: прямі інструкції, ефективні в західному контексті, можуть викликати спротив у суспільствах, де цінується непряма, емоційно забарвлена комунікація. Водночас прагнення до уніфікації мовленнєвих моделей без урахування локальних особливостей формує відчуження між медіа та аудиторією [10, с. 401].

Додатковою проблемою є використання шаблонних або надто технократичних формулювань, що не відповідають емоційному стану суспільства. Формально коректні, але позбавлені емпатії повідомлення втрачають переконливість і не сприяють мобілізації громадськості до дій [13]. До цього додається відсутність довгострокової комунікативної стратегії: медіа часто зосереджуються на миттєвому ефекті новини, ігноруючи потребу в поступовому формуванні стійких моделей поведінки та довіри.

Неефективність посилюється також технологічними викликами. Використання алгоритмів соціальних мереж створює «інформаційні бульбашки», у яких користувачі отримують лише ті повідомлення, які підтверджують їхні упередження, що унеможливлює створення спільної комунікативної платформи під час кризи [4, с. 134–136]. Це призводить до фрагментації аудиторії та зниження впливу офіційних комунікацій. Нарешті, значну проблему становить втрата контролю над швидкістю поширення інформації: будь-які затримки в офіційних повідомленнях створюють «інформаційний вакуум», який швидко заповнюється чутками та неперевіреними інтерпретаціями.

Оптимізація комунікативних стратегій засобів масової інформації в умовах кризових викликів передбачає розробку таких підходів, які поєднують достовірність, оперативність і кроскультурну чутливість. Насамперед доцільно забезпечити прозорість і єдність інформаційних потоків: офіційні повідомлення мають бути узгодженими між різними інституціями, уникати суперечностей та містити чітко структуровану інформацію, яка дозволяє швидко приймати рішення. Не менш важливим є баланс між раціональним і емоційним складниками комунікації. Інформаційні меседжі повинні поєднувати точність фактів із виваженим емоційним фоном, що сприяє зниженню тривожності та водночас підсилює довіру до джерела.

Варто застосовувати принцип диференціації аудиторій, коли однакові повідомлення адаптуються до різних соціальних і культурних груп з урахуванням мовних та ціннісних особливостей. Це дозволяє уникнути відчуження й підвищує ефективність впливу. Суттєвим інструментом є





активне використання інтерактивних цифрових платформ, де можна оперативно реагувати на питання, спростовувати чутки й підтримувати діалог із суспільством. Такі практики знижують ризик поширення дезінформації та створюють ефект присутності й відкритості.

Важливою рекомендацією є впровадження етичних стандартів кризової комунікації, які передбачають відмову від сенсаційності, уникнення маніпуляцій та забезпечення емпатійності в тональності повідомлень.

Підвищення професійної компетентності журналістів і редакторів у сфері кризового дискурсу має супроводжуватися впровадженням тренінгів, симуляцій та міжнародного досвіду реагування на екстремальні ситуації.

У стратегічному вимірі необхідним є створення довгострокових комунікативних моделей, орієнтованих на формування довіри до медіа навіть у позакризовий період. Це досягається через стабільну якість контенту, налагодження партнерства з науковими та експертними інституціями, а також використання механізмів попереджувального інформування. Поєднання цих рекомендацій дозволяє засобам масової інформації перетворитися з пасивного транслятора подій на активного модератора суспільного дискурсу, здатного мінімізувати паніку, стимулювати солідарність та сприяти виробленню колективних моделей адаптації до кризових умов.

**Висновки.** У дослідженні встановлено, що кризовий дискурс у засобах масової інформації є багаторівневим явищем, яке поєднує мовні, соціокультурні та психологічні чинники й визначає особливості суспільного сприйняття кризових подій. Його характерними ознаками є інтенсивність та емоційність повідомлень, використання тактик переконання, заспокоєння й мобілізації, а також кроскультурна варіативність, що зумовлює відмінності в стилі комунікації. Виявлено низку проблем, які знижують ефективність кризових комунікацій. До них належать надмірна драматизація та інформаційна перевантаженість, поширення дезінформації в цифрових мережах, відсутність узгодженості між офіційними джерелами, шаблонність і нестача емпатії в повідомленнях, а також вплив алгоритмів соціальних платформ, що формують «інформаційні бульбашки». Ці фактори послаблюють довіру до інституцій та ускладнюють вироблення єдиної стратегії реагування. Запропоновані рекомендації спрямовані на підвищення прозорості та узгодженості інформаційних потоків, баланс раціонального й емоційного в повідомленнях, адаптацію комунікацій до культурних і соціальних особливостей аудиторій, активне використання інтерактивних цифрових платформ, дотримання етичних стандартів та формування довгострокових стратегій довіри.



Перспективи подальших досліджень полягають у глибшому аналізі кроскультурних відмінностей мовленнєвих тактик, розробці інтегрованих моделей оцінки ефективності кризових комунікацій та створенні інструментів прогнозування суспільних реакцій, що поєднуюватимуть лінгвістичні, соціальні й психологічні підходи.

### *Література:*

1. Баранецька А. Д. Інформаційно-комунікаційний менеджмент: кризові практики. Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. 2021. Т. 32. Вип. 71. С. 112–119. DOI: <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.6-3/20>
2. Шугаєв А. В. Медіа-дискурс у межах критичного дискурс-аналізу та функціонального підходу. Науковий вісник Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Серія: Філологічні науки (мовознавство). 2019. № 11. С. 172–176. URL: [http://ddpu-filolvisnyk.com.ua/uploads/arkhiv-nomerov/2019/NV\\_2019\\_11/36.pdf](http://ddpu-filolvisnyk.com.ua/uploads/arkhiv-nomerov/2019/NV_2019_11/36.pdf) (дата звернення: 19.09.2025).
3. Гришин М. Маніпулювання інформацією: теоретичні аспекти наукового дискурсу. Інтегровані комунікації. 2023. Вип. 2. № 16. С. 38–43. DOI: <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2023.164>
4. Пуцята І. Аналіз ефекту «інформаційної бульбашки» на формування громадської думки в контексті телемарафону «Єдині новини». Вісник Національного університету «Львівська політехніка»: журналістика. 2025. Vol. 1. № 9. С. 131–142. DOI: <https://doi.org/10.23939/sjs2025.01.131>
5. Чайкун О. Медіа в умовах кризових ситуацій: трансформація комунікативної взаємодії з аудиторіями. Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Філологія. 2024. Вип. 4. № 14. С. 92–107. DOI: <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2024.4.16>
6. Захаренко К. В. Диверсифікація джерел інформації в контексті інформаційної безпеки. Політикус. 2019. Вип. 1. С. 5–9. DOI: <https://doi.org/10.24195/2414-9616-2019-1-5-9>
7. Хоменко Т. Толерантність ЗМІ в умовах кризових ситуацій. Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика. 2019. Вип. 45. С. 343–350. DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.45.10017>
8. Wodak R. Crisis communication and crisis management during COVID-19. Global Discourse. 2021. Vol. 11. № 3. P. 329–353. DOI: <https://doi.org/10.1332/204378921X16100431230102>
9. Krzyżanowski M. Brexit and the imaginary of ‘crisis’: a discourse-conceptual analysis of European news media. Critical Discourse Studies. 2019. Vol. 16. № 4. P. 465–490. DOI: <https://doi.org/10.1080/17405904.2019.1592001>
10. Reboul-Touré S. The Crisis in Discourse: As an Event, a Discursive Semantics, and a Culture. Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik. 2021. Vol. 51. P. 399–420. DOI: <https://doi.org/10.1007/s41244-021-00211-5>
11. Heidenreich T., Lind F., Eberl J. M., Boomgaarden H. G. Media framing dynamics of the ‘European refugee crisis’: A comparative topic modelling approach. Journal of Refugee Studies. 2019. Vol. 32. Special\_Issue\_1. P. i172–i182. DOI: <https://doi.org/10.1093/jrs/fez025>



12. Wallaschek S. Contested solidarity in the Euro crisis and Europe's migration crisis: A discourse network analysis. *Journal of European Public Policy*. 2020. Vol. 27. № 7. P. 1034–1053. DOI: <https://doi.org/10.1080/13501763.2019.1659844>.
13. Mohammed S., Peter E., Killackey T., Maciver J. The “nurse as hero” discourse in the COVID-19 pandemic: A poststructural discourse analysis. *International Journal of Nursing Studies*. 2021. Vol. 117. Article 103887. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijnurstu.2021.103887>
14. Raupp J. Crisis communication in the rhetorical arena. *Public Relations Review*. 2019. Vol. 45. № 4. Article 101768. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2019.04.002>
15. Carignan M. È., Champagne-Poirier O., David M. D., Rouillard C. A. Insights into Covid-19 Related News Media Discourse and Public Health Authorities' Digital Communication. Riga, 2024. 116 p. URL: <https://stratcomcoe.org/publications/insights-into-covid-19-related-news-media-discourse-and-public-health-authorities-digital-communication/300> (date of access: 19.09.2025).
16. Munandar A., Basuki A. Shifting the Blame: Storm and Wildfire Dramatic Images in American News Media. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. 2021. Vol. 25. № 2. P. 113–126. DOI: <https://doi.org/10.22146/jsp.65489>
17. Bathina K., Ten Thij M., Bollen J. Quantifying societal emotional resilience to natural disasters from geo-located social media content. *PLOS ONE*. 2022. Vol. 17. № 6. Article e0269315. DOI: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0269315>
18. Damstra A., Vliegenthart R. (Un) covering the economic crisis? Over-time and inter-media differences in salience and framing. *Journalism Studies*. 2018. Vol. 19. № 7. P. 983–1003. DOI: <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1246377>.
19. Young A., Omosun F. How does it look from where you are? A visual media framing analysis of the 2022 war in Ukraine. *Digital Journalism*. 2025. Vol. 13. № 1. P. 18–36. DOI: <https://doi.org/10.1080/21670811.2023.2296560>
20. Joris W., d'Haenens L., Van Gorp B. The euro crisis in metaphors and frames: Focus on the press in the Low Countries. *European Journal of Communication*. 2014. Vol. 29. № 5. P. 608–617. DOI: <https://doi.org/10.1177/0267323114538852>
21. Karataş D., Bek M. G. Digital battlegrounds: The interplay of social media, state power, and influencers in Türkiye's earthquake response. *Social Media + Society*. 2024. Vol. 10. № 3. Article 20563051241269305. DOI: <https://doi.org/10.1177/20563051241269305>
22. Mihelj S., Kondor K., Štětka V. Audience engagement with COVID-19 news: The impact of lockdown and live coverage, and the role of polarization. *Journalism Studies*. 2022. Vol. 23. № 5–6. P. 569–587. DOI: <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1931410>
23. Lewsey F. Solidarity drives online virality in a nation under attack. University of Cambridge: website. 2024. URL: <https://www.cam.ac.uk/stories/ukraine-social-media> (date of access: 19.09.2025).
24. Suzuki T., Yamamoto H., Ogawa Y., Umetani R. Effects of media on preventive behaviour during the COVID-19 pandemic. *Humanities and Social Sciences Communications*. 2023. Vol. 10. № 1. P. 1–8. DOI: <https://doi.org/10.1057/s41599-023-01554-9>

### References:

1. Baranetska, A. D. (2021). *Informatsiino-komunikatsiinyi menedzhment: kryzovi praktyky* [Information and communication management: crisis practices]. *Vcheni zapysky Tavriiskoho natsionalnoho universytetu imeni V. I. Vernadskoho. Serii: Filolohiia. Zhurnalistyka – Scientific Notes of V. I. Vernadsky Taurida National University. Series: Philology. Journalism*, 32(71), 112–119. [https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.6-3/20\[Ukr\]](https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.6-3/20[Ukr]).





2. Shuhaiev, A. V. (2019). Media-dyskurs u mezhakh krytychnoho dyskurs-analizu ta funktsionalnogo pidkhodu [Media discourse within critical discourse analysis and functional approach]. *Naukovyi visnyk Drohobyskoho derzhavnogo pedahohichnogo universytetu imeni Ivana Franka. Serii: Filolohichni nauky (movoznavstvo) – Scientific Bulletin of Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University. Series: Philological Sciences (Linguistics)*, 11, 172–176. Retrieved from [http://ddpu-filolvisnyk.com.ua/uploads/arkhiv-nomerov/2019/NV\\_2019\\_11/36.pdf](http://ddpu-filolvisnyk.com.ua/uploads/arkhiv-nomerov/2019/NV_2019_11/36.pdf) [in Ukrainian].
3. Hryshyn, M. (2023). Manipuliuvannia informatsiieiu: teoretychni aspekty naukovoho dyskursu [Manipulation of information: theoretical aspects of scientific discourse]. *Intehrovani komunikatsii – Integrated Communications*, 2(16), 38–43. DOI: <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2023.164> [in Ukrainian].
4. Putsiata, I. (2025). Analiz efektu «informatsiinoi bulbashky» na formuvannia hromadskoi dumky v konteksti telemarafonu «Yedyni novyny» [Analysis of the “information bubble” effect on public opinion formation in the context of the telethon “United News”]. *Visnyk Natsionalnogo universytetu «Lvivska politekhnika»: Zhurnalistyka – Bulletin of the Lviv Polytechnic National University: Journalism*, 1(9), 131–142. <https://doi.org/10.23939/sjs2025.01.131> [in Ukrainian].
5. Chaikun, O. (2024). Media v umovakh kryzovykh sytuatsii: transformatsiia komunikatyvnoi vzaємodii z audytoriiamy [Media in crisis situations: transformation of communicative interaction with audiences]. *Naukovi pratsi Mizhrehionalnoi Akademii upravlinnia personalom. Filolohiia – Scientific Works of the Interregional Academy of Personnel Management. Philology*, 4(14), 92–107. <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2024.4.16> [in Ukrainian].
6. Zakharenko, K. V. (2019). Dyversyfikatsiia dzherel informatsii v konteksti informatsiinoi bezpeky [Diversification of information sources in the context of information security]. *Politykus – Politicus*, 1, 5–9. <https://doi.org/10.24195/2414-9616-2019-1-5-9> [in Ukrainian].
7. Khomenko, T. (2019). Tolerantnist ZMI v umovakh kryzovykh sytuatsii [Media tolerance in crisis situations]. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Serii: Zhurnalistyka – Bulletin of Lviv University. Series: Journalism*, 45, 343–350. <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.45.10017> [in Ukrainian].
8. Wodak, R. (2021). Crisis communication and crisis management during COVID-19. *Global Discourse*, 11(3), 329–353. DOI: <https://doi.org/10.1332/204378921X16100431230102>.
9. Krzyżanowski, M. (2019). Brexit and the imaginary of ‘crisis’: A discourse-conceptual analysis of European news media. *Critical Discourse Studies*, 16(4), 465–490. <https://doi.org/10.1080/17405904.2019.1592001>
10. Reboul-Touré, S. (2021). The crisis in discourse: As an event, a discursive semantics, and a culture. *Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik*, 51, 399–420. <https://doi.org/10.1007/s41244-021-00211-5>.
11. Heidenreich, T., Lind, F., Eberl, J. M., & Boomgaarden, H. G. (2019). Media framing dynamics of the ‘European refugee crisis’: A comparative topic modelling approach. *Journal of Refugee Studies*, 32(Special\_Issue\_1), i172–i182. <https://doi.org/10.1093/jrs/fez025>
12. Wallaschek, S. (2020). Contested solidarity in the Euro crisis and Europe’s migration crisis: A discourse network analysis. *Journal of European Public Policy*, 27(7), 1034–1053. <https://doi.org/10.1080/13501763.2019.1659844>.



13. Mohammed, S., Peter, E., Killackey, T., & Maciver, J. (2021). The “nurse as hero” discourse in the COVID-19 pandemic: A poststructural discourse analysis. *International Journal of Nursing Studies*, 117, 103887. <https://doi.org/10.1016/j.ijnurstu.2021.103887>.
14. Raupp, J. (2019). Crisis communication in the rhetorical arena. *Public Relations Review*, 45(4), 101768. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2019.04.002>.
15. Carignan, M. È., Champagne-Poirier, O., David, M. D., & Rouillard, C. A. (2024). Insights into Covid-19 related news media discourse and public health authorities’ digital communication. Riga. Retrieved from <https://stratcomcoe.org/publications/insights-into-covid-19-related-news-media-discourse-and-public-health-authorities-digital-communication/300>
16. Munandar, A., & Basuki, A. (2021). Shifting the blame: Storm and wildfire dramatic images in American news media. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 25(2), 113–126. <https://doi.org/10.22146/jsp.65489>
17. Bathina, K., Ten Thij, M., & Bollen, J. (2022). Quantifying societal emotional resilience to natural disasters from geo-located social media content. *PLOS ONE*, 17(6), e0269315. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0269315>
18. Damstra, A., & Vliegthart, R. (2018). (Un)covering the economic crisis? Over-time and inter-media differences in salience and framing. *Journalism Studies*, 19(7), 983–1003. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1246377>
19. Young, A., & Omosun, F. (2025). How does it look from where you are? A visual media framing analysis of the 2022 war in Ukraine. *Digital Journalism*, 13(1), 18–36. <https://doi.org/10.1080/21670811.2023.2296560>
20. Joris, W., d’Haenens, L., & Van Gorp, B. (2014). The euro crisis in metaphors and frames: Focus on the press in the Low Countries. *European Journal of Communication*, 29(5), 608–617. <https://doi.org/10.1177/0267323114538852>
21. Karataş, D., & Bek, M. G. (2024). Digital battlegrounds: The interplay of social media, state power, and influencers in Türkiye’s earthquake response. *Social Media + Society*, 10(3), 20563051241269305. <https://doi.org/10.1177/20563051241269305>
22. Mihelj, S., Kondor, K., & Štětka, V. (2022). Audience engagement with COVID-19 news: The impact of lockdown and live coverage, and the role of polarization. *Journalism Studies*, 23(5–6), 569–587. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1931410>
23. Lewsey, F. (2024). Solidarity drives online virality in a nation under attack. University of Cambridge: website. Retrieved from <https://www.cam.ac.uk/stories/solidarity-online-virality>
24. Heft, A., Knüpfer, C., Reinhardt, S., & Reichelt, J. (2023). Toward a transnational digital public sphere? A comparative analysis of the political communication space on Twitter during Brexit, COVID-19, and the Ukraine war. *International Journal of Press/Politics*, 28(1), 99–122. <https://doi.org/10.1177/19401612221115389>