

ОСОБЛИВОСТІ ПРОВЕДЕННЯ PR-АКЦІЙ В УКРАЇНІ В ПЕРІОД ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ

Професор Людмила Ладонько

Здобувач Анастасія Кульбако

Національний університет «Чернігівський
колегіум» імені Т.Г.Шевченка

PR - акції - це стратегічні зусилля організації/країни з використанням комунікаційних інструментів для залучення уваги, підтримки та взаємодії зі своєю цільовою аудиторією, це конкретні заходи, які проводяться в рамках PR-діяльності і можуть бути різноманітними за своїми цілями, методами та форматом проведення [1].

Дослідження PR-діяльності в Україні в період повномасштабної війни може допомогти зрозуміти, як дана діяльність може бути використана для досягнення певних цілей в умовах воєнної агресії.

Серед успішних PR-акцій в Україні в період війни можна виділити такі:

1. Влітку 2022 року АТБ запустили гейміфіковану акцію лояльності, основною аудиторією якої стали діти. Рітейлер вигадав для цієї гри весь світ українських супергероїв: Привид Києва, Байрактар, Патрона та інших, фігурки яких можна отримати разом з чеком за покупки. У цій грі герої борються проти навали орків. Вже на четвертий день вона була в топі ігрових додатків для смартфонів. Увесь прибуток від акції, який склав 20 млн. грн, АТБ перевели на рахунок лікарні для реабілітації поранених і постраждалих українців. Найбільше поширення акція здобула у TikTok та Youtube. Компанія отримала 15 млн. переглядів роликів про цю гру, які створювали діти, та 15 млн. переглядів у YouTube. В

ТікТок залучені до активності діти розповідали про саму гру, а в YouTube вони робили розпаковку героїв.

2. До Дня незалежності Eldorado друкували на чеках Акт проголошення незалежності України. На день захисників і захисниць України Auchan перевернув власний логотип та змінив вивіску задля напису “Шана героям”. Даній мережі доводиться виборювати прихильність українців, оскільки компанію критикують за продовження роботи в країні-агресорі. Для підтримки іміджу та проукраїнської позиції Auchan звітує про передачу захисникам та жителям України близько 50 млн. грн, передає 10% вартості окремих товарів на ЗСУ та тролить росіян у соцмережах за допомогою мемів [2].

Отже, PR-акції є ефективним інструментом для створення позитивного іміджу країни та підвищення її конкурентоспроможності. Вони дозволяють вийти на новий рівень комунікації з громадськістю та сформувати у неї позитивне ставлення до себе [3]. В період повномасштабної війни в Україні PR-акції відіграють важливу роль у формуванні громадської думки про війну та підтримку бойового духу українців. Вони допомагають залучити міжнародну допомогу для України та показати світові, що ми – це сильна країна, яка не здасть свої позиції.

Список використаних джерел

1.EFFECTIVE PUBLIC RELATIONS - EIGHTH EDITION веб-сайт URL: <http://surl.li/mzkyj>

(дата звернення: 08.11. 2023).

2.PR – акції та аналіз потреб споживачів: веб-сайт URL: <https://www.slideshare.net/ssuserf86329/pr-pptx> (дата звернення: 08.11. 2023).

3.Розробка загальної концепції PR-кампанії для громадської організації: веб-сайт URL: <http://surl.li/mzkyp> (дата звернення: 08.11. 2023).