

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-76>

УДК 659.4

# КОМУНІКАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ ПОДОЛАННЯ ПСИХОЛОГІЧНОЇ КРИЗИ В УКРАЇНІ

## COMMUNICATION STRATEGY FOR OVERCOMING THE PSYCHOLOGICAL CRISIS IN UKRAINE

**Грущенко Альвіна Віталіївна**здобувач магістратури,  
Національний університет харчових технологій  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8312-2385>**Данкеєва Оксана Миколаївна**кандидат економічних наук, доцент,  
Національний університет харчових технологій  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1314-2775>**Hrushchenko Alvina, Dankeieva Oksana**

National University of Food Technologies

У статті охарактеризовано сутність, зміст та основні наративи кризового явища, його види, причини виникнення та наслідки, до яких воно призводить. Виникнення криз базується на багатьох факторах, але найчастішим є вплив саме економічного характеру, що породжує економічні кризи. Нині ж в Україні найвпливовішою кризою є психологічна, що утворилася внаслідок повномасштабного вторгнення країни-агресора на територію нашої держави у лютому 2022 року. У статті розглянуто розробку комунікаційної стратегії за та її практичне застосування в аспекті аналізу обраної проблеми. Подальшими перспективами майбутніх досліджень з обраної теми є протидія появи нових психологічних проблем, запровадження і моніторинг сучасних інноваційних технологій й практик при розробці комунікаційної стратегії щодо подолання психологічної кризи, яка може стати причиною зародження економічних чи техногенних проблем.

**Ключові слова:** криза, психологічна криза, психологічна допомога, комунікаційна стратегія, дослідження.

The article describes the definition, content and main narratives of the crisis phenomenon, its types, causes and consequences to which it leads. The emergence of crises is based on many factors, but the most frequent is the influence of an economic nature, which generates economic crises. Currently, the most influential crisis in Ukraine is the psychological crisis that arose as a result of the full-scale invasion of the aggressor country on the territory of our state in February 2022. Although it dates back to 2013, during the Revolution of Dignity, it reached its peak and massive nature last year. Therefore, the issue of solving the psychological crisis is quite relevant and necessary for Ukraine. And in this case, it is advisable to use communication strategies, the measures and means of which are aimed at avoiding the problem as soon as possible. The article discusses the development of a communication strategy based on the principle of «WHO? WHAT? WHERE? WHEN? HOW?» and its practical application in the aspect of analyzing the chosen problem, where «WHO?» – target audience research, «WHAT?» – the key communication message that will be directed to the selected target audience, «WHERE?» – research of communication channels, «WHEN?» – for how long will the chosen strategy be applied and «HOW?» – how it will be implemented. Since the object of a psychological crisis is the person himself, this causes certain difficulties in solving it, than usually in other types of crises. However, the conducted research showed that if you correctly analyze the target audience, the means of communication with it and choose a clear content of the message, using a communication strategy, you can achieve an effective result in solving the problem. Currently, the psychological crisis in Ukraine is massive and covers the entire territory of the country, but timely response and the launch of communication projects for psychological help in the spring of 2022 have become an effective tool in reducing the impact of this problem on the country's citizens. Therefore, further prospects for future research on the chosen topic are countering the emergence of new psychological problems, the introduction and monitoring of modern innovative technologies and practices in the development of a communication strategy to overcome a psychological crisis, which may cause problems of economic or man-made.

**Keywords:** crisis, psychological crisis, psychological help, communication strategy, research.

**Постановка проблеми.** Упродовж багатьох років кризові явища стали елементом формування непередбачуваних ситуацій у будь-якій галузі суспільства, що породжує ряд нових складнощів у сталому функціонуванні країн в цілому. Повільне реагування та запобігання їм може спричинити проблеми більш серйозного характеру, тому держави світу приділяють значну увагу у дослідженні ймовірних криз, аби спрогнозувати швидкий план дій на випадок їхнього виникнення. Найпопулярнішою серед криз – є криза економічного характеру. Проте останнім часом ще більшого поширення набуває психологічна криза, яка і може стати основою зародження нових кризових явищ іншого типу. Саме її стрімкий розвиток спостерігається в Україні сьогодні, причиною якого стало повномасштабне вторгнення країни-агресора на територію нашої держави у 2022 році. Психологічна криза охопила всі можливі категорії та регіони суспільства, ставлячи під загрозу свідоме та раціональне мислення українського населення й сприйняття реальної ситуації. Тому, аби протистояти зменшенню панічних настроїв та негативної психологічної стійкості як серед звичайних людей, так і серед військових, українською владою та спеціалізованими організаціями було розроблено широкий ряд психологічних заходів: тренінгів, курсів, соціальної допомоги. Це стало необхідною складовою у зменшенні психологічної кризи й протидії її наслідкам. Проте цей процес є складним і довготривалим, який має ще багато невирішених питань, що потребують ретельного вивчення й дослідження.

#### **Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Питання вивчення кризових явищ, їх причин та наслідків займалися багато вчених світу, в тому числі й вітчизняних: І. Дацюк, А. Ткаченко, Ю. Калюжна й О. Єлець, В. Василенко. Здебільшого у їхніх працях розглядається основна суть фінансової кризи, але вже у матеріалах роботи О. Самусенко піднімається питання дослідження психологічної кризи та її вплив на життя людини. Однак отримані результати наукових досліджень є недостатньо повними у питанні розуміння психологічної кризи і застосування комунікаційних стратегій задля її вирішення, залишаючи простір для подальшого вивчення обраної теми.

**Цілі дослідження:** дослідити сутність та зміст психологічної кризи, розглянути особливості її впливу на життєдіяльність як окремих людей, так і всієї країни в цілому, проаналізувати дії та заходи, які спрямовані на її проти-

дію, окреслити перспективи подолання психологічної кризи в Україні в майбутньому.

**Викладення основного матеріалу дослідження.** Сучасний розвиток суспільства та його трансформації у будь-якій галузі призводить не лише до нових відкриттів, а й до появи ряду проблем, які супроводжуються виникненням кризових явищ різного характеру.

У загальному розумінні кризове явище – це різка зміна певних речей чи ситуації, що зазвичай має негативний результат та провокує виникнення ряду інших проблем. Найчастіше дослідники цього процесу розглядають його в двох різних площинах: одні – з негативної, інші – з позитивної.

За словами А. Ткаченка та О. Єлець «криза» – «це широкомасштабна, непередбачена, переломна подія, яка призводить як до негативних наслідків у господарській діяльності (що зумовлюють розбалансування системи підприємства), так і до позитивних наслідків, які підвищують ефективність діяльності підприємства, приводячи в дію трансформаційні сили, сприяючи його еволюції» [7, с. 61]. При цьому В. Василенко розглядає те, що «криза при широкому на неї погляді, так само потрібна системі, що розвивається, як і стабільний стан. Тому її треба розглядати як переломний момент у розвитку змін» [1, с. 167].

Тож, узагальнюючи поняття криза в економічному аспекті, можна зробити висновок, що це складний, часом загострений стан та різкий перелом певного процесу життєдіяльності, що найчастіше призводить до негативних наслідків.

Кризові явища ніколи не виникають самі по собі, їм завжди передують конкретні причини. Дослідники А. Ткаченко та Ю. Калюжна виділяють наступні:

- об'єктивні: потреба модернізації та реструктуризації підприємств, глобальна рецесія, економічна депресія тощо;
- суб'єктивні: досвід, професійний рівень, психологічні фактори;
- внутрішні: на рівні держави, на рівні підприємства;
- зовнішні: міжнародна співпраця, міжнародна конкуренція, міжнародні санкції;
- природні: катаклізми природнього походження;
- техногенні: управлінські рішення; протиріччя між рівнем техніки і кваліфікацією персоналу [6, с. 124].

Проте, якщо швидко реагувати на непередбачувані зміни та мати чіткий план дій

інформування задля застосування у критичних обставинах, можна запобігти більшості негативних наслідків та їх поширенню у майбутньому. Одним з найважливіших способів є розробка комунікаційних стратегій – комплексу заходів, спрямованих на формування сталого уявлення та необхідного образу щодо вирішення проблеми через спілкування та взаємодію із цільовою аудиторією. На основі досліджень було виділено поетапний алгоритм задля їх формування, що застосовуватиметься у разі виникнення кризових ситуацій:

1. Ідентифікація проблеми та її аналіз.
2. Виявлення та визначення комунікаційної стратегії, що протидіятиме усуненню кризи.
3. Аналіз цільової аудиторії, на яке буде спрямоване інформаційне повідомлення.
4. Реалізація комунікаційної стратегії.
5. Оцінка результатів та подальший моніторинг подій.

Тобто, необхідно не просто визначити проблему, а й розробити план дій, щоб вирішити її якнайшвидше. Ще однією важливою умовою є не просто визначення комунікаційних стратегій, а й концентрація уваги на їхній основній меті, аби привернути максимальну увагу тих, на кого буде спрямована інформація щодо кризового явища, і при цьому більш детально розглянути процес їхньої побудови.

Окрім цього значну увагу на початку вирішення проблеми потрібно приділити виду кризи. Адже від її типу будуть залежати наступні дії. Найпоширенішими серед них є економічні, фінансові та політичні кризи, що значно впливають як на розвиток країн в цілому, так і на Україну в тому числі. Проте, якщо в наші дні розглядати Україну в контексті кризового явища, то найбільшого розповсюдження набуває саме поняття психологічної кризи.

У загальному розумінні «психологічна криза» – це різка зміна психологічних складових у підсвідомості людини, що може мати циклічний та масовий характер. Її зародження може відбуватися як серед маленьких груп людей, так і серед всього населення, що спричиняє стрес, депресію та розпач. Індивіди, відчуваючи кризові стани, можуть мати негативні зміни у їх можливостях, погіршену працездатність та навіть появу психосоматичних розладів й порушень [4, с. 149]. Якщо ж ця криза має масовий характер, то тоді вона може загрожувати не лише конкретній людині, а й навіть країні в цілому, породжуючи

ряд нових проблем економічного, технологічного чи політичного характеру.

У даному дослідженні пропонується більш детально розглянути психологічну кризу на території України, що має масове поширення, адже досліджувана проблема торкнулася кожного українця усіх вікових категорій, та представити комунікаційну стратегію, що протидіятиме зазначеній проблемі за принципом «ХТО? ЩО? ДЕ? КОЛИ? ЯК?».

Головна мета – якнайшвидше запобігти формуванню нових кризових явищ за допомогою комунікаційної стратегії і при цьому максимально зменшити вплив обраної проблеми на суспільство. Адже люди виступають головним об'єктом обраної проблеми, на яких і потрібно застосовувати необхідні матеріали й інструменти. Саме від них буде залежати майбутня ситуація і саме вони можуть вплинути на її вирішення.

**ХТО?** Аналізуючи цільову аудиторію кризового явища, аби правильно розробити її вирішення, можна зробити висновок, що воно охоплює всі можливі групи населення по всій території України. Проте доцільно розподілити їх на окремі вікові категорії, щоб зрозуміти як правильно сформувати алгоритм протидії психологічній кризі:

- діти позашкільного віку (від 3 до 5 років);
- діти шкільного віку (від 6 до 11 років);
- діти підліткового віку (від 12 до 17 років);
- молодь (від 18 до 30 років);
- дорослі (від 30 до 60 років);
- люди похилого віку (60+ років).

Залежно від значної кількості внутрішніх і зовнішніх чинників впливу на людину, наприклад, таких як: сфера діяльності, місце проживання тощо, буде змінюватися вид психологічної допомоги. До прикладу, військові – це один напрям, люди, що були в окупації – інший, вимушені переселенці – інший і т.п. Потрібно зазначити, що до уваги дослідження не взято дітей до трьох річного віку через те, що за дослідженнями науковців, їхня свідомість у цей період набуває найменшого впливу будь-якого характеру. Тому наслідки війни і всіх подій, що пов'язані з нею не закарбуються у пам'яті найменших громадян країни.

Але, незважаючи на те, що цільова аудиторія була поділена на шість категорій, основними з них, на які будуть спрямовані комунікації, залишаються чотири: діти підліткового віку – 12–17 р., молодь – 18–30 р., дорослі – 30–60 р. та люди похилого віку – 60+ р. Перші дві «дитячі» групи не відносимо до цього роз-

поділу, оскільки по-перше, спочатку проводиться психологічна допомога саме батькам, по-друге відповідальність будуть нести саме батьки, які вже відносяться до 5 категорії.

**ЩО?** Визначивши головну цільову аудиторію, продовжуємо формувати ключові комунікаційні стратегії та план дій, що допоможуть вирішити проблему психологічної кризи в Україні. Серед них основними є: психологічні тренінги, запуск соціальної кампанії із залученням фахівців цієї сфери в соціальних мережах, чат-боти та багато інших. Наразі з лютого 2022 року в Україні вже діє і продовжує діяти безліч психологічних допомог такі, як: проєкт «Поруч» від ЮНІСЕФ [2], курси з психологічної допомоги (наприклад, «Знати, як допомогти» [3]), запуск телеграм-каналів (один із них «Психологічна підтримка» [5]) та безкоштовні практики від психологів. Використання сучасних інноваційних технологій стало головним середовищем комунікації та взаємодії із суспільством, що допомогло пришвидшити та полегшити процеси психологічної допомоги.

Зараз існує велика кількість заходів із психологічної допомоги у будь-якому вигляді, але вони функціонують окремо одна від одної, залежно від того, хто і як їй надає. Такий фактор ускладнює процес пошуку необхідного напряму підтримки для цільової аудиторії, оскільки вона може заплутатися у виборі того, чого саме потребує у цей момент. Тож для вирішення поставленого питання пропонуємо створення цілісної системи із психологічної допомоги, яка об'єднає в собі усі можливі проєкти цього типу.

Основний меседж її комунікації – це звернути увагу українців на своє психологічне здоров'я та залучати їх до тих соціальних проєктів із психологічної підтримки, які їм необхідні. Це продемонструє суспільству, що навіть в такий важкий час ніхто не залишається зі своїми проблемами наодинці і є ті, хто підтримає та допоможе кожному.

**ДЕ?** Як вже було зазначено, основними каналами комунікації виступають сучасні технології та Інтернет. Тож, розглядаючи систему із психологічної допомоги, особливу увагу потрібно звернути на такі засоби поширення комунікації як: офіційний сайт, соціальні мережі Facebook й Instagram, та месенджери Viber (Viber-групи) й Telegram (спеціальні чат-боти в Telegram і Telegram-канали).

Окрім цього допоміжним каналом комунікації є й телебачення, яким найчастіше користуються саме люди похилого віку. Інформа-

ційні меседжі про соціальну систему проєктів із психологічної підтримки найчастіше будуть поширюватися через рекламу на національних телеканалах та в програмах, де гостями будуть провідні спеціалісти цих проєктів.

**ЯК?** Комунікаційні меседжі пропонується поширювати з застосуванням спеціальних онлайн-інструментів:

- інформаційні пости у соціальних мережах Facebook й Instagram, у месенджерах Viber й Telegram;
- розміщення новинних статей на офіційних сайтах проєктів з психологічної підтримки;
- різні опитування через сторіз в Instagram та гугл-форми;
- запуск інформаційної кампанії й реклами на телебаченні;
- проведення онлайн тренінгів та зустрічей;
- запуск рубрики в одній з програм провідного національного каналу щодо обговорення психологічних проблем тощо.

Після запуску таких матеріалів очікуються наступні результати:

- приєднання більшості населення України до проєктів із психологічної підтримки;
- свідоме обрання необхідних проєктів цільовою аудиторією;
- активне поширення ними інформації про такі проєкти,
- збільшення стресостійкості та безпосередня участь у розвитку проєктів із психологічної підтримки.

**КОЛИ?** Обрана комунікаційна стратегія буде розповсюджуватися продовж всього часу війни та після її закінчення в Україні. Всі необхідні матеріали будуть збиратися і поширюватися щодня. Онлайн та офлайн зустрічі із спеціалістами психологічного напрямку організовуватимуть як мінімум тричі на тиждень (залежно від цільової аудиторії та характеру їхніх проблем) і т.п.

Тож, узагальнюючи подані етапи, принцип «ХТО? ЩО? ДЕ? КОЛИ? ЯК?» допомагає не просто окреслити головні складові комунікаційної стратегії, а й більш детально вивчити й проаналізувати їх, аби у майбутньому мати справді ефективний результат – запобігти та повністю усунути кризове явище.

Дослідження психологічного аспекту кризи значно складніший, ніж інші її види, оскільки основний об'єкт – люди та їх емоційні відчуття та проблеми. Війна в Україні вже у рази збільшила психологічне навантаження на стан здоров'я наших громадян, тому про-

цес боротьби психологічної кризи буде більш тривалішим. Проте, якщо дотримуватися усіх розглянутих етапів розробки, впровадження та вдосконалювати комунікаційні стратегії – сприяє зменшенню та з часом допоможе подолати психологічну кризу.

**Висновки.** Проаналізувавши використання комунікаційної стратегії при подоланні психологічної кризи – можна зробити висновок, що правильний підбір необхідних складових та застосування принципу «ХТО? ЩО? ДЕ? КОЛИ? ЯК?», допоможе не тільки проаналізувати проблему, а й знайти найефективніший спосіб її вирішення. Результати, отриманні під час дослідження, дають поштовх для подаль-

ших наукових розробок і їх інтеграцій в системі вивчення та застосування сучасних прийомів для подолання кризових явищ. Оскільки війна має значний вплив на поширення психологічної кризи – вона триває, але із застосування підбору правильної комунікаційної стратегії можна спостерігати, що її масштаб вже не такий, який був на початку весни 2022 року. Її подолання можливе лише після закінчення бойових дій, коли стрес та тривога зменшаться в рази, але навіть після цього тривалий час ще потрібно працювати над наслідками психологічної проблеми. Тому обрана тема дослідження потребуватиме нових факторів для більш детального вивчення.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Дацюк І. В. Сутнісна характеристика кризи підприємств. *Технологія і техніка друкарства*. 2010. № 2 (28). С. 165-170.
2. Про проєкт психологічної підтримки «Поруч»: офіційний веб-сайт дитячого фонду ООН, ЮНІСЕФ в Україні. URL: <https://www.unicef.org/ukraine/press-releases/poruch> (дата звернення: 20.03.2023).
3. Психологічний курс «Знати як допомогти». URL: <https://study.ed-era.com/uk/dashboard/course#!1785>
4. Самусенко О. М. Психологічна криза в житті людини. *Вісник Науково-дослідної лабораторії інклюзивної педагогіки*. 2019. Випуск V. С. 149–150.
5. Телеграм-канал «Психологічна підтримка». URL: [https://t.me/psy\\_support](https://t.me/psy_support) (дата звернення: 20.03.2023).
6. Ткаченко А. М., Калюжна Ю. В. Криза: сутність, класифікація та причина виникнення. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності*. 2013. Випуск 1. Том 2. С. 122–126.
7. Ткаченко А. М., Єлець О. П. Сучасний підхід до антикризового управління машинобудівним підприємством : монографія. Запоріжжя : Видавництво Запорізької державної інженерної академії, 2010. 277 с.

#### REFERENCES:

1. Datsiuk I. V. (2010). Sutnisna kharakterystyka kryzy pidpryyemstv [Essential characteristic of the crisis of enterprises]. *Tekhnolohiya i tekhnika drukarstva – Technique and printing technology*, 2(28), 165–170 [in Ukrainian].
2. Pro proyekt psykhologichnoyi pidtrymky «Poruch»: ofitsiyyny veb-sayt dytyachoho fondu OON, YUNISEF v Ukrayini [About the psychological support project «Nearby»: the official website of the United Nations Children's Fund UNICEF in Ukraine]. Retrieved from <https://www.unicef.org/ukraine/press-releases/poruch>.
3. Psykhologichnyy kurs «Znaty yak dopomohty» [Psychological course «Know how to help»]. Retrieved from <https://study.ed-era.com/uk/dashboard/course#!1785>.
4. Samusenko O. M (2019). Psykhologichna kryza v zhytti lyudyny [A psychological crisis in a person's life]. *Visnyk Naukovo-doslidnoyi laboratoriyi inklyuzyvnoyi pedahohiky – Bulletin of the Research Laboratory of Inclusive Pedagogy*, 5, 149–150 [in Ukrainian].
5. Telehram-kanal «Psykhologichna pidtrymka» [Telegram-channel «Psychological support»]. Retrieved from [https://t.me/psy\\_support](https://t.me/psy_support).
6. Tkachenko A. M., Kaliuzhna Y. V. (2013). Kryza: sutnist', klasyfikatsiya ta prychnyna vynyknennya [Crisis: essence, classification and cause of occurrence]. *Teoretychni i praktychni aspekty ekonomiky ta intelektual'noyi vlasnosti – Theoretical and practical aspects of economics and intellectual property*, 1(2), 122–126 [in Ukrainian].
7. Tkachenko A. M., Yelets O. P. (2010). *Suchasnyy pidkhid do antykrizovoho upravlinnya mashynobudivnym pidpryyemstvo* [Modern approach to anti-crisis management of a machine-building enterprise]. Zaporizhzhia: Vydavnytstvo Zaporiz'koyi derzhavnoyi inzhenernoyi akademiyi [in Ukrainian].