

■ <https://doi.org/10.26565/2218-2470-2022-12-04>

■ УДК 316.77:364-782-022.326.5

■ **Плахова Олена Миколаївна**

■ кандидат соціологічних наук, доцент, доцент закладу вищої освіти

■ кафедри соціології управління та соціальної роботи

■ Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна,

■ майдан Свободи, 4, Харків, 61022, Україна,

■ e-mail: e.plakhova@karazin.ua, <https://orcid.org/0000-0002-9041-0948>

■ **КРИЗОВА КОМУНІКАЦІЯ В СОЦІАЛЬНІЙ РОБОТІ**
■ **В УМОВАХ ВІЙНИ**

■ В статті аналізуються поняття криза та кризова комунікація в соціальній роботі. Автор зазначає, що актуальною на сьогодні є потреба у наукових розробках алгоритмів та програм кризових комунікацій в соціальній роботі в умовах війни. Кризова комунікація в соціальній роботі визначається як налагодження сталої взаємодії органів місцевого самоврядування, інститутів громадянського суспільства, соціальних установ, церкви, представників бізнесу, контактних аудиторій (жителі громади, внутрішньо переміщені особи, сім'ї загиблих воїнів, інші категорії постраждалих від воєнних дій) щодо виявлення наявних проблем та потреб, їх оперативного вирішення всіма учасниками взаємодії. До ключових властивостей кризової комунікації в соціальній роботі автор відносить наступні: гнучкість та адаптивність способів взаємодії між суб'єктами; посилення неформальних засобів отримання та передачі інформації; зниження централізму в комунікаційному процесі; своєчасність ситуативного реагування на проблеми, що виникають.

■ Кризова комунікація в соціальній роботі являє собою послідовність дій, які формують певну комунікаційну стратегію. В статті зазначаються вимоги до розробки комунікаційної стратегії в умовах воєнного стану в Україні та заходи щодо її реалізації, а саме: визначення всіх можливих контактних аудиторій, які очікуватимуть інформацію про подальші дії; повідомлення тільки перевіреної та підтвердженої інформації; встановлення каналів отримання зворотної інформації від контактних аудиторій, а також систематичність двосторонньої взаємодії суб'єктів; оцінка сильних та слабких сторін проведених комунікаційних заходів для того, щоб уникнути помилок кризового спілкування у майбутньому. Автор наголошує, що криза містить в собі як потенційні загрози та небезпеку втрат, так і нові можливості для оновлення та перетворення для суспільства, створюючи нові сучасні підходи до взаємодії після кризового періоду. Кризові явища в суспільстві будуть сприяти появі нових або видозміні вже існуючих соціальних практик, викликати реакцію на них з боку громадськості. Завдяки цьому будуть виникати нові поведінкові та комунікативні практики, нові суб'єкти взаємодії.

■ **Ключові слова:** криза, кризова комунікація, комунікаційні заходи, комунікаційний процес, комунікативний потенціал соціальної роботи, комунікаційна стратегія.

■ **Як цитувати:** Плахова О. М. Кризова комунікація в соціальній роботі в умовах війни // SOCIOPOSTIR: міждисциплінарний електронний збірник наукових праць з соціології та соціальної роботи. 2022, № 12. С. 33–39. <https://doi.org/10.26565/2218-2470-2022-12-04>

■ **In cites:** Plakhova, O. (2022). Crisis communication in social work during the war. *SOCIOPOSTIR: the interdisciplinary online collection of scientific works on sociology and social work*, 12, 33-39. <https://doi.org/10.26565/2218-2470-2022-12-04> [in Ukrainian].

Ефективність діяльності інститутів соціального захисту та соціальної допомоги багато в чому визначається якістю комунікації суб'єктів, рівнем їх взаєморозуміння та ефективністю інформаційного обміну. Однак, система соціальної допомоги не завжди своєчасно реагує на виклики часу та динаміку змін, що відбуваються у суспільстві. Криза стає звичним явищем для сучасного суспільства, що спричинено економічною та політичною нестабільністю, пандемією Covid-19 тощо. Для українського суспільства криза обумовлена в першу чергу військовим конфліктом, який поставив на межу виживання українську націю та державу. Події в Україні продемонстрували всьому світові глобальні наслідки та системний характер змін, які спричинила війна, незахищеність людства від різного роду ризиків та криз.

Під час кризи зростає увага до комунікаційної взаємодії на різних рівнях суспільства та зростає роль комунікації як однієї з найважливіших складових ефективного управління і впровадження ключових рішень. Кризовий характер сучасного суспільства обумовлює появу нового напрямку наукового аналізу та практичних підходів щодо організації ефективної взаємодії – кризової комунікації. Ефективна кризова комунікація може допомогти врятувати життя людей, запобігти паніці, страху та іншим психологічним наслідкам кризи. Кризова комунікація є специфічною сферою досліджень у галузі зв'язків з громадськістю. Проблематику кризових комунікацій і кризового менеджменту, взаємодію ЗМІ з владою під час криз досліджували наступні українські та закордонні науковці: Є. Гарькавий, С. Ставченко, П. Кухта, А. Баровська, Д. Дубов, Р. Льюїс, С. Фінк, Ф. Сайтел, П. Лагадек, Д. Фішман, О. Холсті, П. Брюс, С. Блек, С. Катліп, А. Сентер, Р. Боін, П. Харт та інші [5]. Однак дослідження кризових комунікацій в соціальній роботі на сьогодні ще не мають достатньої розробленості в науковій літературі. Однією з причин даного становища є те, що недостатньою мірою досліджується та використовується комунікативний потенціал соціальної роботи, який включає в себе розробку, адаптацію, втілення різних технологій організації професійної взаємодії в соціальній роботі. Актуальною на сьогодні для українського суспільства в умовах війни є потреба у наукових розробках алгоритмів та програм кризових комунікацій, у практичному застосуванні ефективних методик професійної взаємодії в соціальній роботі.

Метою статті є дослідити феномен кризової комунікації у сфері соціальної роботи та визначити особливості реалізації комунікаційної стратегії в умовах кризи, обумовленої війною в Україні.

Криза (з лат. «скрута», «небезпека») – такий збіг обставин, за яких наявні засоби досягнення цілей стають неадекватними, у результаті чого виникають непередбачувані ситуації та проблеми. Кризові комунікації визначають як обмін інформацією між організаціями, владними структурами, ЗМІ й іншими зацікавленими особами та групами до, під час та після кризи, як розповсюдження організацією через ЗМІ повідомлень для громадськості про кризу [3, с. 5]. Кризою можна вважати стихійні лиха, пандемії, політичні, економічні або екологічні катаклізми, військові конфлікти, загальна властивість яких – це можливість генерувати непередбачувані значні зміни в суспільстві. Криза являє собою надзвичайну подію, що порушує усталену систему комунікації в суспільстві. В умовах кризи необхідне управління

процесом комунікації, що спрямоване на поширення позиції та активних дій суб'єктів соціальної роботи, запобігання розповсюдженню чуток та дезінформації, а також нейтралізацію чи мінімізацію наслідків кризи. До ключових властивостей кризової комунікації можна віднести наступні: гнучкість та адаптивність способів взаємодії між суб'єктами (в залежності від типу кризи та міри її загострення); посилення неформальних засобів отримання та передачі інформації (через соціальні мережі, месенджери тощо); зниження централізму в комунікаційному процесі, своєчасне ситуативне реагування на проблеми, що виникають, та інші.

Кризову комунікацію в соціальній роботі можна визначити як налагодження сталої взаємодії органів місцевого самоврядування, інститутів громадянського суспільства, соціальних установ, церкви, представників бізнесу, контактних аудиторій (жителі громади, внутрішньо переміщені особи, сім'ї загиблих воїнів, інші категорії постраждалих від воєнних дій) щодо виявлення наявних проблем та потреб, їх оперативного вирішення всіма учасниками взаємодії. За основу методології дослідження кризової комунікації в соціальній роботі було обрано системний підхід, що орієнтований на розкриття цілісності та взаємопов'язаності комунікаційних процесів, на виявлення внутрішніх та зовнішніх чинників, що обумовлюють ці процеси. Досліджуючи кризову комунікацію необхідно підкреслити двосторонність інформаційних потоків та смислового навантаження в комунікативному просторі. Це означає не тільки передачу ключових інформаційних повідомлень до цільової аудиторії, але й зворотний зв'язок з елементами спостереження, контролю й управління інформацією. Оцінка реакцій різних цільових аудиторій, громадськості необхідна, адже це дозволяє своєчасно виявляти неефективні ключові повідомлення, коректувати їх, адаптуючи до ситуації, що склалася. Кризова комунікація означає взаємодію комунікантів, що є рівноправними носіями певних сенсів, між якими встановлюються суб'єкт-суб'єктні відносини. Така взаємодія – це не просто процес прийняття або неприйняття умов, що пропонуються іншою стороною. Мова йде про взаємовплив інтересів та потреб сторін. В результаті такої взаємодії формується адаптаційний потенціал комунікантів, що дає можливість прогнозувати, виявляти, оцінювати природні, економічні, політичні та інші ризики, формувати адекватну комунікаційну політику з метою вирішення наявних проблем. Тому зростання адаптаційного потенціалу учасників взаємодії можна розглядати як основний критерій якості та ефективності стратегії кризової комунікації.

Кризова комунікація в соціальній роботі являє собою послідовність дій, які формують певну комунікаційну стратегію. Такі дії передбачають, по-перше, визначення всіх можливих контактних аудиторій, які очікуватимуть інформацію про подальші дії (клієнти, лідери громадських організацій, волонтери тощо). На цьому етапі необхідно заздалегідь визначити ключові повідомлення, які потрібно довести до кожної конкретної аудиторії, визначити способи передачі інформації, черговість повідомлень. Комунікація може відбуватися за допомогою особистих зустрічей чи групових зборів, телефонних дзвінків, повідомлень через електронну пошту, через месенджери та соціальні мережі, листівки, брошури та оголошення в газеті. Серед першочергових комунікаційних завдань є відкриття спеціальної кризової

інформаційної служби, «гарячої лінії», на яку можна звернутися для отримання потрібної інформації.

Для підтримки вчасної комунікації з клієнтами соціальної служби, членами громади під час воєнного стану можна використовувати як наявні канали для сповіщення населення про основні зміни (прийняті рішення, доступні послуги, гуманітарну допомогу тощо) так і нові оперативні засоби зв'язку. Окрім офіційних вебсайтів, друкованих видань, ЗМІ, варто використовувати платформи, які є популярними серед членів громади (телеграм-канали, чат-боти, вайбер, соціальні мережі тощо). У разі призупинення використання того чи іншого каналу зв'язку, необхідно висвітлити цей процес з обґрунтуванням причини таких дій. Рекомендується посилити інформування та співпрацю з інститутами громадянського суспільства, зокрема з волонтерськими спільнотами, релігійними громадами через створення та діяльність комунікаційних хабів, міських інформаційних порталів, а також спільно проводити просвітницькі або роз'яснювальні заходи, спільні інформаційні кампанії. У громадах, які приймають значну кількість внутрішньо переміщених осіб, важливо створити центри підтримки ВПО, які б окрім координації гуманітарної та психологічної допомоги, правового захисту, надавали б інформацію, яка необхідна для їх подальшої соціальної адаптації, включення їх до процесів планування та реалізації рішень, які їх стосуються (допомога у працевлаштуванні, пошук житла тощо). Такими механізмами комунікації з ВПО можуть бути як систематичне вивчення їх потреб та пропозицій через різноманітні консультації, фокус-групові інтерв'ю, опитування, так і сприяння створенню громадських організацій з числа ВПО, та включення їх представників у консультативні групи при органах місцевого самоврядування. Активним суб'єктом комунікаційної взаємодії у вирішенні найгостріших соціальних проблем стає церква, різні християнські конфесії, які долучаються до надання гуманітарної допомоги тим, хто постраждав від війни на звільнених територіях та ВПО. Важливою є роль релігійних громад також у психологічній та моральній підтримці сімей, що втратили близьких, у подоланні довгострокових емоційних травм.

По-друге, основною вимогою кризової комунікації є вимога повідомляти тільки ту інформацію, яка може бути перевірена та підтверджена. В кризовій ситуації важливо пояснити аудиторії, чому якась інформація не може бути повідомлена в цей момент. Найважливішими чинниками ефективної кризової комунікації є інформаційна відкритість, чесність та доступність. Слід зазначити, що характерними проблемами комунікації в умовах кризи є різке скорочення кількості параметрів, які піддаються контролю, відсутність чіткої та зрозумілої інтерпретації подій, утрата довіри до офіційних каналів комунікації, фрагментація інформаційних потоків тощо [5]. Складність кризової комунікації полягає в тому, що під час кризи існує велика кількість неуточнених даних та хибної інформації, брак інформації, що може породжувати невпевненість, страх, створювати паніку у населення. Кризова комунікація часто стикається з ризиком надання аудиторії неправильної та неактуальної картини того, що відбувається. Особлива проблема полягає в тому, що аудиторія потребує швидкої та актуальної інформації про кризу та її наслідки, які можуть торкатися багатьох людей. Кризова комунікація потребує гнучкості,

нестандартності, імпровізації, екстремальності, а іноді навіть порушення встановлених правил, але ґрунтуватися вона має виключно на правдивій інформації. Перебуваючи в кризовій ситуації, люди зазвичай схильні спрощувати повідомлення, пропускати певні нюанси. Під час кризи люди шукають додаткову інформацію, а також коментарі щодо неї, намагаючись підтвердити для себе вже отримані раніше повідомлення (меседжі). Зважаючи на те, як люди опрацьовують інформацію, перебуваючи у стресі, під час комунікації потрібно використовувати повідомлення (меседжі), які є простими та викликають довіру людей.

По-третє, важливо встановити канали отримання зворотної інформації від контактних аудиторій, а також забезпечити систематичність двосторонньої взаємодії. Не достатньо поширити важливу та актуальну інформацію, важливо отримати відгуки, наприклад, пропозиції та ідеї від клієнтів, працівників соціальних установ, партнерів тощо. Відсутність двосторонніх комунікаційних каналів під час кризи майже завжди веде до розриву відносин. Зворотна комунікація виявляється особливо значущою для розвитку волонтерської діяльності в територіальній громаді; налагодження ефективної співпраці та консолідації зусиль волонтерських організацій та органів місцевого самоврядування, бізнесу; збільшення включеності мешканців громади до волонтерської діяльності. Комунікаційними заходами, які б встановлювали зворотний зв'язок, можуть бути: створення електронного ресурсу на сайті міської/сільської ради або соціальної установи з інформацією, пов'язаною з волонтерською діяльністю в територіальній громаді, створення інформаційно-ресурсного центру «Волонтерський хаб», надання організаціям, що залучають волонтерів, в оренду комунального майна для здійснення волонтерської діяльності. Можливо проведення різних освітніх заходів, проведення конкурсу проєктів для громадських об'єднань та благодійних організацій, висвітлення волонтерської діяльності з різними категоріями, введення соціального замовлення серед благодійних організацій тощо. Також можливо створювати спільні чи окремі консультативно-дорадчі органи при органах місцевого самоврядування, наприклад, координаційний центр разом з представниками найбільш активних місцевих громадських та благодійних організацій, жителів, представниками бізнесу, ВПО задля оперативного вирішення актуальних проблем. Позитивною та гнучкою практикою взаємодії для органів місцевого самоврядування з урахуванням інтересів різних груп клієнтів та партнерів (волонтерів, ВПО, бізнесу, громадських організацій) може стати запровадження посад омбудсменів при міському/селищному голові. Рекомендується, щоб такі радники (штатні чи позаштатні) були визначені, чи делеговані самими спільнотами з-поміж тієї категорії осіб, яку вони представлятимуть [4].

По-четверте, стратегія кризової комунікації передбачає здійснення оцінки сильних та слабких сторін проведених комунікаційних заходів для того, щоб уникнути помилок у майбутньому. На підставі аналізу відгуків, оцінок та пропозицій контактних аудиторій намічаються та здійснюються заходи щодо корекції комунікації. Кризи стають частиною колективної пам'яті суспільства, вони можуть також стати джерелом аналогій для майбутніх рішень. Тому кризу можна сприймати як можливість навчитися її попереджати в майбутньому, аналізувати та мінімізувати її можливі наслідки. Наслідком кризи може бути як відновлення системи, так і її

руйнування, як розв'язання накопичених протиріч, так і виникнення нової кризи. Вихід із кризи не завжди пов'язаний з позитивними наслідками. Не можна виключати можливості переходу однієї кризи в іншу, ще більш глибоку та тривалу. Кризи можуть виникати як ланцюгова реакція. Існує можливість консервації кризових ситуацій на доволі тривалий термін. Тому розробка стратегії кризової комунікації вкрай необхідна на всіх рівнях взаємодії.

Отже, криза є складним феноменом, що містить в собі як потенційні, так і реальні загрози та небезпеку втрат (руйнування налагоджених комунікаційних каналів; загострення соціальних хвороб; дестабілізація соціально-політичної ситуації тощо), так і нові можливості для оновлення та перетворення в суспільстві, створюючи нові сучасні підходи до взаємодії, розширюючи аудиторію учасників співробітництва. Відбувається формування нової, гнучкої, більш адекватної до реалій, системи комунікації, спрямованої на подальший розвиток спільноти. В цьому контексті ми можемо припустити, що криза являє собою явище, що порушує усталену систему взаємодії, але з іншого боку, сприяє пошуку більш досконаліх форм комунікації та більш активних її суб'єктів, спрямованих на подальший розвиток спільноти та її оптимальну адаптацію до навколишнього середовища. В умовах, коли криза стає звичайним явищем у сучасному світі, розробка ефективних комунікаційних стратегій має стати одним з перспективних напрямів досліджень в соціальній роботі. Кризові явища в суспільстві будуть сприяти появі нових або зміні вже існуючих соціальних практик, викликати реакцію на них з боку громадськості. Завдяки цьому будуть виникати нові поведінкові та комунікативні практики, нові суб'єкти взаємодії.

Список використаної літератури:

1. Гарматюк О., Гарматюк А. Ефективні комунікації та інформаційні заходи в кризових ситуаціях. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2017. Вип. 1 (16). С. 121–128. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2017/17goovks.pdf> (дата звернення: 01.11.2022).
2. Гарькавий Є. М. Кризові комунікації як напрям реалізації стратегічних комунікацій у силах оборони України. *Політичне життя*. 2019. № 3. С. 64–70. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/pollife_2019_3_12 (дата звернення 05.11.2022).
3. Єжижанська Т. С. Корпоративні комунікації в умовах кризи. *Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи: науково-практичний журнал* / відп. ред. С. І. Кравченко; упоряд. М. А. Рожило. Луцьк : Волинський національний університет ім. Лесі Українки, 2012. № 1 (1). С. 5–10. URL: <http://evnuir.vnu.edu.ua/handle/123456789/8585> (дата звернення 10.11.2022).
4. Мудрак Л. Комунікація і криза. Як громадам протистояти викликам і успішно діяти в період кризи : посіб. Київ : Без видавництва, 2020. 108 с.
5. Ставченко С. Кризова комунікація і ризик-комунікація у політичному процесі: спільне та особливе. *Evropský politický a právní diskurz*. 2017. Sv. 4, Vyd. 4. С. 129–135. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evrpol_2017_4_4_20 (дата звернення 10.11.2022).

Стаття надійшла до редакції 02.12.2022.

Стаття рекомендована до друку 14.12.2022.

Plakhova Olena

PhD (Sociology), Associate Professor, Associate Professor Higher Education Institution of Sociology of Management and Social Work Department, V. N. Karazin Kharkiv National University, 4, Svobody Sq., Kharkiv, 61022, Ukraine, e-mail: e.plakhova@karazin.ua, <https://orcid.org/0000-0002-9041-0948>

CRISIS COMMUNICATION IN SOCIAL WORK DURING THE WAR

The article analyzes the concepts of crisis and crisis communication in social work. The author notes the relevance of the need for the scientific development of algorithms and programs of crisis communications in social work during the war. Crisis communication in social work is defined as the establishment of sustainable interaction between local governments, civil society institutions, social institutions, churches, business representatives, and contact audiences (community residents, internally displaced persons, families of fallen soldiers, and other categories of victims of warfare) about existing problems and needs, their prompt resolution by all participants of the interaction.

The following key properties of crisis communication in social work are identified by the author: flexibility and adaptability of methods of interaction between subjects; strengthening the informal means of reception and transmission of information; reduction of centralism in the communication process; promptness of the situational response to emerging problems.

Crisis communication in social work is a sequence of actions that form a certain communication strategy. The article determines the requirements for the development of a communication strategy during martial law in Ukraine and measures for its implementation, namely: identification of all possible contact audiences expecting information about further actions; reporting only verified and confirmed information; establishment of channels for receiving feedback from the contact audiences, as well as systematicity of two-way interaction of the subjects; assessment of the strengths and weaknesses of the communication activities carried out in order to avoid mistakes in crisis communication in the future. The author emphasizes that the crisis contains both potential threats and the danger of loss, as well as new renewal and transformation opportunities for society, creating new modern approaches to interaction after a crisis period. Crisis phenomena in society will contribute to the emergence of new or modification of existing social practices, and cause a reaction to them from the public. As a result, new behavioral and communication practices and new subjects of interaction will emerge.

Keywords: *crisis, crisis communication, communication measures, communication process, communication potential in social work, communication strategy.*

References:

1. Garmatiuk, O. & Harmatiuk, A. (2017). Effective communication and information events in a crisis situations. *SocioEconomic Problems and the State*, 16 (1), 121-128. Retrieved from <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2017/17goovks.pdf> [in Ukrainian].
2. Harkavyi, Y. N. (2019). Crisis communications as the way of implementation of strategic communications in the defense forces of Ukraine. *Politichne zhittya*, 3, 64-70. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/pollife_2019_3_12 [in Ukrainian].
3. Jezhyzhanska, T. S. (2012). Corporative Communication in a Crisis. *Masova komunikaciya: istoriya, sгодennya, perspektivi: naukovo-praktichnij zhurnal*. Luck: Volinskij nacionalnij universitet im. Lesi Ukrayinki, 1 (1), 5-10. Retrieved from <http://evnuir.vnu.edu.ua/handle/123456789/8585> [in Ukrainian].
4. Mudrak, L. (2020). *Communication and crisis. How communities can face challenges and act successfully in times of crisis*. Kyiv [in Ukrainian].
5. Stavchenko, S. (2017). Crisis Communication and Risk-Communication in the Political Process: Common and Peculiar Features. *Evropský politický a právní diskurz*, Sv. 4, Vyd. 4, 129-135. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/evrpol_2017_4_4_20 [in Ukrainian].

The article was received by the editors 02.12.2022.

The article is recommended for printing 14.12.2022.