
ЗМК У ФОКУСІ СОЦІОЛОГІЇ

УДК 001:007:316

DOI 10.32840/cru2219-8741/2022.3(51).13

А. П. Киричок

доцент кафедри видавничої справи та редагування
e-mail: akyrychok@ukr.net, ORCID: 0000-0003-4607-7284
Національний технічний університет України «КПІ ім. Ігоря Сікорського»
пр. Перемоги, 37, м. Київ-56, Україна, 03056

КРИЗА ЯК ЗАГРОЗА ТА ЯК МОЖЛИВІСТЬ: АМБІВАЛЕНТНИЙ АСПЕКТ

Мета статті – дослідження кризи як загрози та як можливості на прикладі кризи світової пандемії нової коронавірусної хвороби COVID-19.

Методологія дослідження. Для досягнення поставленої мети використано такі загальнонаукові методи дослідження: теоретичний аналіз, функціональний аналіз, метод експертних оцінок, аналіз наукових праць. З метою проведення експертного оцінювання кризових комунікацій органів влади під час пандемічної кризи здійснено опитування експертів, які були включені в три групи, а саме: фахівців, які здійснювали свою діяльність у комунікаціях урядових органів; журналістів, які висвітлювали події щодо пандемії COVID-19 та стежили за комунікаційними кроками представників публічної влади, а також працівників у сфері комунікацій, які працювали в неурядових установах.

Результати. Будь-яка криза за своєю природою є амбівалентною, вона може нести загрозу (тобто для індивіда, який перебуває в критичній ситуації, властиве почуття безнадійності та безпорадності, що може мати деструктивний аспект, приховувати в собі загрозу соціальної дезадаптації й тим самим негативно вплинути на подальше подолання кризи), так і можливість (у зв'язку з тим, що криза – це не лише «загроза катастрофи», а й можливість зміни, переходу на новий щабель розвитку особистості, джерело сили).

Здійснено спробу на основі глобальної кризи – пандемії COVID-19, яка кардинально змінила життя громадян практично всіх країн світу та призвела до смерті мільйонів людей, визначити кризу як загрозу і як можливість.

Окреслена в дослідженні криза призводить до підвищення напруги й тривожності в суспільстві та сприяє тому, що актори мають можливість розпалювати нові конфлікти, що збільшує загрозу дестабілізації держави, чи створювати нові можливості.

Крім того, саме в процесі пандемічної кризи наша країна стала об'єктом нової хвилі інформаційних впливів. Як приклад можна навести штучно розпалену в Нових Санжарах Полтавської області в лютому 2020 р. інформацію, де були вперше розміщені на обсервацію громадяни України, які поверталися з Китаю, де, за офіційними даними, розпочалася пандемія.

Практичне значення. Отримані під час дослідження висновки розширяють уявлення про кризу як загрозу і як можливість, а отримані результати можуть бути використані в науковій та навчальній практиці.

Ключові слова: криза, загроза, можливість, пандемія COVID-19, урядові органи, кризова комунікація.

I. Вступ

У сучасному світі населення постійно стикається з новими викликами на глобальному рівні, яким властива певна невизначеність у процесі реалізації систем, засобів, методик комунікації.

Як відомо, будь-яка криза приховує в собі загрозу, і те, наскільки вона може бути загрозливою, у більшості випадків залежить від своєчасної та ефективної реакції тих, хто опинився у певній кризовій ситуації. Відповідно, концентрація уваги до інформації під час виникнення кризи значно підвищується, а ключові повідомлення досить критично й системно аналізують населен-

ня та відповідні експерти. Саме до державних органів висувають вимоги щодо надання відповідної інформації стосовно кризи. Якщо ж влада не спроможна задовольнити потреби населення на основі наданих системних повідомлень чи уникає здійснення комунікації з громадянами, то це може призвести до формування своїх поглядів у суспільстві щодо кризового питання, але якщо органи влади під час кризової комунікації дають чітку та структуровану інформацію, то це може допомогти уникнути панічних настроїв у населення, забезпечити стабільність та відвернення загроз.

Крім того, будь-яка криза за своєю природою є амбівалентною, вона може приховувати загрозу (тобто індивіду, який перебуває в критичній ситуації, властиве почуття безнадійності та безпорадності, що може мати деструктивний аспект, нести в собі загрозу соціальної дезадаптації і тим самим негативно вплинути на подальше подолання кризи), так і можливість (у зв'язку з тим, що криза – це лише «загроза катастрофи», але й можливість зміни, переходу на новий щабель розвитку особистості, джерело сили) [4, с. 75].

Основні аспекти побудови ефективних комунікацій між владою й суспільством висвітлені такими вченими, як: В. Бакуменко, Р. Войтович, Т. Громова, Д. Коник, В. Князєв, Л. Литвинова, А. Семенченко та ін. А питання кризових комунікацій описані вітчизняними та зарубіжними вченими, такими як: А. Баровська, С. Блек, П. Бурд'є, К. Вільямс, В. Дрешпак, Д. Дубов, В. Королько, Р. Льюїс, Б. Порфір'єв, Ф. Сайтел, А. Сентер, Д. Фішман та ін.

Проаналізувавши наукові доробки зазначених учених, зауважимо, що потребують подальшого глибокого вивчення кризи як загрози і як можливості у зв'язку з новими сучасними викликами сьогодення.

II. Постановка завдання та методи дослідження

Мета статті – дослідження кризи як загрози та як можливості на прикладі кризи світової пандемії нової коронавірусної хвороби COVID-19.

Для досягнення поставленої мети використано такі загальнонаукові методи дослідження: теоретичний аналіз, функціональний аналіз, метод експертних оцінок, аналіз наукових праць. З метою проведення експертного оцінювання кризових комунікацій органів влади під час пандемічної кризи здійснено опитування експертів, які були включені в три групи, а саме: фахівців, які здійснювали свою діяльність у комунікаціях урядових органів; журналістів, які висвітлювали події щодо пандемії COVID-19 та стежили за комунікаційними кроками представників публічної влади, а також працівників у сфері комунікацій, які працювали в неурядових установах.

III. Результати

Кризову ситуацію розглядають як відповідний «переломний момент у функціонуванні будь-якої системи, під час якого вона зазнає певного впливу ззовні чи зсередини, що вимагає якісно нового реагування з боку цієї системи» [5].

Як зазначає дослідниця С. Гута, кризова ситуація може виникати через вплив внутрішніх і зовнішніх факторів, які можуть нанести загрозу будь-якій діяльності та інколи й життю громадян [2, с. 116].

Органи влади мають справу з різними кризами та їх наслідками, які приховують у собі небезпеку. Основною метою комунікацій є запобігання, передбачення конфліктних ситуацій та уникнення втрат, які зумовлені певною кризою.

Таким чином, можемо підсумувати, що криза характеризується як певна подія, у процесі якої не вистачає часу та відповідної інформації. У зв'язку із цим основним завданням органів державного управління є оперативне отримання важливих даних щодо кризи, її аналізу й реалізації в створенні програм виходу з конфліктної ситуації або запобігання їй.

Необхідно зазначити, що для комунікації в умовах кризи характерні свої особливості, у зв'язку з тим, що в таких умовах громадяни сприймають та опрацьовують отриману інформацію й на основі неї ухвалюють власні рішення, але вже по-іншому, ніж, наприклад, за звичайних умов. Тому використання традиційних методів, засобів спілкування з громадськістю можуть бути нерезультативними в умовах кризи. Необхідно зауважити, що під час кризи порушуються вже закріплені комунікаційні зв'язки та інформаційні рухи, а нові події потребують актуальної за змістовим наповненням, оперативністю та обсягом інформації.

Як зазначають учені Н. Вовк та Л. Мохнар, під час кризової ситуації здійснюється активне збільшення потоків інформації, що зумовлює деякою мірою їх некерованість, це пов'язане з тим, що відбувається поширення не лише об'єктивної інформації, а й дезінформації, що призводить до викривлення фактів, що в подальшому негативно впливає на їх сприйняття у свідомості громадян [1, с. 65].

Як підтвердження, можемо навести позицію З. Казанжи, яка підкреслювала, що під час кризи сприйняття інформації людьми змінюється. Крім того, громадяни, які перебувають у кризовій ситуації, у більшості випадків спрощують повідомлення, які отримують з різноманітних джерел. А наприклад, під час сильного стресу та перенасичення інформацією люди неправильно все інтерпретують, не запам'ятовують великий обсяг інформації [3].

Відповідно до того, як громадяни аналізують отриману інформацію під час кризи, комунікуючи, органи влади часто використовують повідомлення (меседжі), які в сучасному світі є простими, надійними та викликають довіру в людей. Крім того, для досягнення успіху в кризових комунікаціях влада співпрацює із засобами масової інформації та налагоджує діалог з учасниками спільноти в соціальних мережах.

Україні необхідно налагодити співпрацю з масмедіа під час кризи, у зв'язку з тим, що за допомогою ЗМІ можна донести інформацію до значно більшої кількості громадян.

Як відомо, саме масмедіа збирає та поширює необхідну й важливу інформацію, і в більшості випадків думка журналістів справляє набагато вагоміший вплив на людей, ніж, наприклад, думка органів влади. Крім того, журналісти також активно поширюють свої матеріали та думки через соціальні мережі. Наприклад, якщо в умовах кризи керівництво виходить до журналістів і починає комунікувати з ними, це забезпечує зміцнення довіри, тобто таким чином влада показує, що ставиться до певної кризової ситуації з відповідною серйозністю та відповідальністю.

Необхідно зауважити, що комунікації в кризових ситуаціях можуть як запобігти, мобілізувати допомогу, зменшити негативні наслідки, так і поширювати паніку, посилити дезінформацію, таким чином, необхідно правильно та ефективно налагоджувати кризові комунікації, підбір комунікаційних каналів і технологій та комунікаційної стратегії подолання конкретної кризи.

Отже, як підкреслювала О. Скорук, кожна криза є унікальною, і цілком дослідити її та впровадити в практичну сферу майже неможливо, особливо за таких бурхливих змін зовнішнього середовища [7, с. 120].

Спробуємо на основі глобальної кризи – пандемії COVID-19, яка кардинально змінила життя громадян практично всіх країн світу та призвела до смерті мільйонів людей, визначити кризу як загрозу і як можливість.

Пандемічна криза є глобальною, яка частково руйнівна у зв'язку з великою кількістю смертей та ненавмисна. Ця криза негативно вплинула на соціальні, політичні процеси та економічну сферу загалом, не лише в Україні, а й в усьому світі [10]. На основі цього важливо зазначити, що пандемію COVID-19 як кризу, яка охоплена кількісним і якісним інформаційним полем, можна вважати найбільшим інформаційним приводом в історії всього людства [8; 9].

Окреслена в нашому дослідженні криза призводить до підвищення напруги й тривожності в суспільстві та сприяє тому, що актори мають можливість розпалювати нові конфлікти, що збільшує загрозу дестабілізації держави, чи створювати нові можливості.

Крім того, саме в процесі пандемічної кризи наша країна стала об'єктом нової хвилі інформаційних впливів. Як приклад можемо навести штучно розпалену в Нових Санжарах Полтавської області у лютому 2020 р. інформацію про те, де були вперше розміщені на обсервацію громадяни України, які поверталися з Китаю, де, за офіційними даними, розпочалася пандемія.

Але в межах нашого дослідження з метою проведення експертного оцінювання кризових комунікацій органів влади під час пандемічної кризи нами було здійснено опитування експертів, які були включені у три групи, а саме: фахівців, які здійснювали свою діяльність у комунікаціях урядових органів; журналістів, які висвітлювали події щодо пандемії COVID-19 та стежили за комунікаційними кроками представників публічної влади, а також працівників у сфері комунікацій, які працювали в неурядових установах.

Отже, вважаємо за необхідне представити отримані результати відповідно до визначених нами трьох груп.

«Владні комунікаційники». Проведено опитування фахівців і визначено, що чітких кроків щодо кризової комунікації в органах влади на початок пандемічної кризи взагалі не було. А комунікація урядової влади оцінюється як певна здатність реагувати на вплив зовнішніх факторів, при цьому кризова комунікація була відсутня. Наприклад, як підтвердження, були спорадичні спроби вакцинувати блогерів, які здійснюють вплив не на ту цільову аудиторію, яка необхідна для цієї комунікації.

Керівниця відділу комунікацій Центру громадського здоров'я України Валерія Сало, яка працювала в 2020 р. у штабі реагування на пандемічну кризу, підкреслювала, що чіткий план дій щодо кризового реагування на етапі розробки та ґрунтується на механізмі конструктивної взаємодії на рівні секторів, включає інформування про надзвичайні ситуації щодо питань здоров'я громадян через внутрішні канали і не має на меті здійснювати зовнішню комунікацію.

Крім того, усі фахівці, які брали участь в опитуванні, не надають підтвердження існування конкретної стратегії комунікації стосовно проведення евакуації людей в Уханя, Китай у лютому 2020 р. Водночас важливо зауважити, що в Офісі Президента проводили наради з різними представниками пресслужб усіх міністерств, але пізніше Міністерство культури та інформаційної політики почало активно проводити кризову комунікацію по всій території України. Щотижня створювали головні повідомлення та оновлювали важливу інформацію для всіх учасників пресслужб на обласному рівні. Комунікацію на зовнішньому рівні проводили фахівці, яких обирало Міністерство охорони здоров'я України, загальна кількість яких – 10 осіб.

Стосовно усвідомлення сутності природи кризи, цілей, завдань та методів комунікації органами влади отримані результати мають відмінності. Наприклад, деякі фахівці зазначають, що не мають розуміння, а інші підкреслили, що мають.

А показники ефективної комунікації в процесі цієї кризи загалом оцінюються так. Зазначається прозорість, доступність та швидкість. Згадується необхідність того, що комунікація має бути частиною й інструментом управління. Стосовно наведення прикладів ефективної кризової комунікації, то відповіді відрізнялися. Так, один фахівець зазначав, що єдина ефективна комунікація в нашій країні є кампанія з наданням подяки лікарям від ЮНІСЕФ та агенції Vandog. Інші опитувані підкреслили, що успішною комунікацією є постійне інформування населення за допомогою проведення брифінгів щодня. Але слушно зауважити, що всі фахівці стосовно комунікаційних помилок визначили, що органи влади недооцінювали загрозу та не активізували вчасно всі свої зусилля для подолання кризи.

Оцінюючи критерії ефективності комунікації, всі опитувані відзначають активну позицію Центру громадського здоров'я, Міністерства охорони здоров'я, РНБО, Державної прикордонної служби і Міністерства закордонних справ України.

Крім того, щодо питання «Яких конкретних превентивних заходів комунікаційного характеру до виявлення перших випадків хвороби, а також яких інших заходів кризового реагування у сфері кризової комунікації з українськими громадянами після виявлення перших випадків повинна була вжити держава?», то вважаємо за необхідне навести такі відповіді опитуваних:

- усі зусилля на комунікаційному рівні об'єднати з включенням експертів цього профілю;
- правильно розуміти та усвідомлювати проблеми, передбачити ризики й більш відкрито інформувати про загрози та можливості держави;
- налагодити співпрацю з медіа;
- організувати внутрішні канали комунікації;
- мати відповідну підтримку медиків;
- побудови кризового комунікаційного штабу та включення до співпраці всіх лікарів і представників бізнесової структури.

Також експертам надавалась можливість відповісти на питання «Який орган мав бути основним під час кризової комунікації в умовах пандемічної кризи?» Більшість респондентів назвали Кабмін, Міністерство охорони здоров'я та Центр громадського здоров'я.

Відповідаючи на питання «Які основні фактори комунікаційного характеру здійснили вплив на події в Нових Санжарах?», експерти зазначили недостатність та засекреченість усієї інформації щодо евакуації громадян України з Уханя.

Проаналізуємо відповідь на питання «Які основні кроки має зробити держава у сфері кризових комунікацій для того, щоб криза не була загрозою, а виступала як можливість?» Зокрема, головний фахівець з комунікацій В. Сало запропонував такі кроки, як: передбачення ризиків; застосування запобіжних заходів, здійснення контролю за інформацією в професійній сфері; створення чіткої та ефективної стратегії кризових комунікацій, делегування завдань між різними секторами прийняття рішень. А головна спеціалістка Міністерства охорони здоров'я Я. Яковишин зазначила, що в комунікаційних структурах мають здійснювати свою професійну діяльність люди, які мають інституційну пам'ять і бачать ситуацію із середини. Також журналісти мають швидко помічати фейки та спростовувати їх, поширювати важливу інформацію.

«Журналісти». Ця група експертів працює на телебаченні та в онлайн-виданнях, які слідували та висвітлювали тему кризи COVID-19. Крім того, вони активно співпрацювали з органами влади й фахівцям з кризової комунікацій. На основі цього журналісти, які виступали в ролі посередників у комунікації між владою та громадянами, мають свою точку зору щодо кризи.

Усі опитувані зазначили, що в органів влади не було конкретних кроків для налагодження кризових комунікацій, і що це призводить до загрози. Щодо стратегії кризової комунікації в процесі евакуації людей з Уханя в лютому 2020 р., то всі журналісти підкреслили її відсутність. Крім того, журналістів зацікавило те, що представники різних органів влади надавали різні за своїм змістовним наповненням повідомлення, які мали не офіційний зміст, а виглядали як особиста точка зору того чи іншого спікера. А питання щодо розуміння органами влади суті кризової ситуації дещо розділило думку журналістів. Наприклад, частина опитаних вважає, що таке розуміння є, а інші підкреслили, що в представників органів влади існує часткове розуміння та акцентують увагу на суперечностях.

Так, наприклад, телеведуча телеканалу UA: ПЕРШИЙ М. Барчук зазначила, що, на її думку, найбільш ефективний спосіб кризової комунікації показує В. Ляшко.

А журналістка «Української правди» О. Притула як приклад неузгодженості навела повідомлення прем'єр-міністра Дениса Шмигала про те, що всі громадяни, які зареєструвалися через портал «Дія», зможуть пройти вакцинацію на вихідних у порядку живої черги. А потім надане уточнення головного санітарного лікаря Віктора Ляшка, що це стосується лише тих людей, які належать до пріоритетних груп.

Стосовно показників ефективної комунікації був застосований різний підхід. Наприклад, до показників було включено доступність, поетапність, дотримання загального погляду органами урядової влади, відкриту комунікацію із ЗМІ, надання інформації доступною мовою через різні канали комунікації, обговорення та трактування інформації, яка надається в інших країнах світу, регулярну комунікацію урядових органів із місцевими органами влади.

Крім того, журналісти зазначають, що до позитивних аспектів кризової комунікації належать брифінги, які проводили щоденно, і постійно оновлену статистику захворюваності та смертності серед населення.

А як помилки під час кризової комунікації журналісти називають застосування представниками влади різних, неузгоджених повідомлень, неструктурованість і нездатність зменшити загрозу, відсутність детальних і зрозумілих пояснень стосовно чіткого плану дій, інформування громадян стосовно особливостей перебігу хвороби та основні методи її лікування на низькому рівні.

Як приклад помилки під час кризової комунікації можна навести повідомлення, яке було надане В. Ляшко про те, що парки та сквери на період карантину в Україні закривали не стільки для впливу на епідеміологічний процес, скільки для психологічного тиску на людей. Це повідомлення підсилює напругу серед громадян, і рівень довіри до органів влади зменшився в рази.

Найбільш позитивним прикладом кризової комунікації серед представників органів влади в більшості випадків визначають Центр громадського здоров'я і рідше Міністерство охорони здоров'я.

При цьому до запобіжних заходів щодо виникнення хвороби в Україні, які необхідно було застосувати для того, щоб криза не несла в собі загрозу, належать: детальне інформування про конкретні кроки при виявленні випадків хвороби в певному регіоні країни; на належному рівні організація комунікації українських медиків із колегами зарубіжних держав; забезпечення ґрунтовного пояснення для людей, які на той час перебували за межами України, про запобіжні заходи щодо хвороби; прості та доступні пояснення щодо цієї хвороби, швидке реагування на фейки та публічні звіти, щоб захистити громадян.

Щодо кризової ситуації в Нових Санжарах, то в усіх опитуваних погляди схожі. Але необхідно зауважити, що телеведуча, член Українського ПЕН. М. Барчук намагається здійснити оцінювання панічних настроїв, які, на її думку, зумовлені загальною недовірою громадян до органів влади.

А на питання про основні кроки, які має зробити держава у сфері кризових комунікацій для того, щоб криза не була загрозою, а виступала як можливість, отримані такі відповіді: здійснювати кризову комунікацію на належному рівні; обґрунтовувати прийняті рішення, а також мати можливість змінювати їх і теж аргументувати це; органи влади та чиновники спільно мають притримуватися стратегії й не суперечити один одному; бути відкритим і зрозумілим; призначити відповідальних за відповідний сектор; комунікувати із засобами масової інформації прозоро та відкрито; надавати людям важливу та цінну інформацію стосовно кризової ситуації; не заважати реалізації журналістської праці під приводом карантину, що впливає на правильне висвітлювання інформації.

«Бізнесові структури та неурядові установи». У межах нашого дослідження в опитуванні брали участь фахівці у сфері комунікацій, які здійснюють свою діяльність у неурядових установах та піар-компаніях, що впроваджують проекти у сфері громадського здоров'я та управління пандемічною кризою.

На основі отриманих даних можна узагальнити, що всі фахівці, які брали участь в опитуванні, підкреслили, що представники органів української влади не мають конкретно розроблених стратегій щодо кризових комунікацій. Насамперед, ідеться про те, що стратегію потрібно не лише розробити, а й упровадити, здійснити оцінювання в процесі комунікаційних компаній та їх редагування. Пропонуємо розглянути на прикладі кризової комунікації щодо проведення вакцинації. Крім того, органи влади висловились про створення комунікаційної кампанії. А вже в лютому в Міністерстві охорони здоров'я повідомили про пробну версію сайту на цю тематику [6].

Крім того, усі фахівці стверджують, що представники органів влади не мали чіткої стратегії кризової комунікації щодо підготовки до кризи на початку спалаху COVID-19 у місті Ухань, Китай. Тобто простежувалася хаотична й незгуртована комунікація.

Отримані відповіді на питання «Чи демонструють в органах влади розуміння та усвідомлення суті кризи, цілей, методів та способів кризової комунікації з українськими громадянами в умовах пандемії?» були негативними. Як зазначили всі опитані, відсутність чіткої стратегії заважає реалізувати успішну кризову комунікацію з громадянами України. Хоча зусилля ЦГЗ все-таки називають більш «прогресивними». Знову звертають увагу на відсутність координації.

Щодо показників ефективної комунікації, то опитані вказали такі: надання інформації про кількість отриманих позитивних тестів, кількість громадян, які перебувають у лікарні, постійно оновлювана статистика смертності та кількості людей, які отримали вакцину.

Щодо питання про те, які основні кроки має зробити держава у сфері кризових комунікацій для того, щоб криза не була загрозою, а виступала як можливість, то деякі фахівці визначили,

що саме запровадження локдауну в березні 2020 р. допомогло уникнути ситуації, яка мала негативні наслідки в європейських країнах, а інші опитані підкреслили, що з метою запобігання поширенню хвороби важливим було створення інформаційного порталу щодо питань вакцинації, роботу гарячої лінії Міністерства охорони здоров'я та надання правдивої інформації щодо вірусу від Центру громадського здоров'я.

На питання про те, які основні комунікаційні помилки були характерними для представників влади, надано відповіді від експертів про відсутність чіткої кризової комунікаційної стратегії. Тобто надавалися різні повідомлення, які були вирвані з контексту. Крім того, кризу пандемії розглядали як загрозу, у зв'язку з тим, що не було ніякої державної комунікації щодо головних факторів ризику виникнення захворювань неінфекційного походження.

Фахівці зазначили, що відбувся підрив у кризовій комунікації, яка стосувалася вакцинації.

Опитуваним було запропоновано також відповісти на питання «Які запобіжні комунікаційні заходи необхідно застосовувати?» На основі отриманих результатів було визначено, що частина фахівців акцентують увагу на тому, що в 2020 р. мала бути чітко розроблена та структурована комунікаційна стратегія, мали бути побудовані плани комунікацій на внутрішньому рівні, потрібен був розподіл функціональних повноважень у процесі інформування між різними органами, конкретний алгоритм дій для українських громадян. Крім того, більша частина фахівців зазначили, що органом прийняття рішень у межах кризової комунікації під час кризи COVID-19 мало би стати Міністерство охорони здоров'я, а інші обрали Центр громадського здоров'я.

До основних факторів комунікаційного характеру, які здійснили вагомий вплив на події в Нових Санжарах, експерти зарахували речі, які свідчать про різні підходи до кризових подій.

Відповіді на питання про те, які основні кроки має зробити держава у сфері кризових комунікацій для того, щоб криза не була загрозою, а виступала як можливість, можна узагальнити так:

- для створення кризових комунікацій мають бути включені експерти з комунікацій;
- необхідно створити антикризову групу з різних органів урядової влади, яка буде здійснювати діяльність на взаємодовірі та конструктивній взаємодії;
- оптимізувати внутрішню комунікацію та здійснити розподіл професійних завдань;
- реалізовувати комунікаційні кампанії разом з громадськими організаціями та міжнародними організаціями;
- приділяти увагу вивченню найкращого зарубіжного досвіду.

IV. Висновки

Таким чином, криза може виступати як загроза і як можливість. Якщо кризова комунікація є неефективною та нечіткою, то це може призвести до загрози, але ефективно інформування населення є успішним комунікаційним кейсом і допомагає подолати чи уникнути кризи. На наш погляд, правильним рішенням було введення карантину в березні 2020 р. з метою підготовки органів державної влади до подальшого розгортання кризи.

Список використаної літератури

1. Вовк Н. П., Мохнар Л. І. Комунікативна складова організації та здійснення антикризового управління. *Вісник Національного університету оборони України*. 2021. № 1 (59). С. 63–71.
2. Гута С. С. Поняття «кризова ситуація, зумовлена воєнно-політичними чинниками, «воєнно-політична криза» в теорії державного управління. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 7. С. 116–120.
3. Казанжи З. Практичний посібник для працівників комунікаційних структур в органах влади. URL: <https://imi.org.ua/wp-content/uploads/2017/06/posibnyuk.pdf> (дата звернення: 18.06.2022).
4. Лебедєв Д. В. Відношення до життя та смерті в умовах надзвичайної ситуації: ціннісно-смысловий аспект : монографія. М-во України з питань надзв. ситуацій та у справах захисту населення від наслідків Чорноб. Вкатастрофи. Харків, 2009. 128 с.
5. Організаційно-економічні передумови антикризового управління. *Бібліотека економіста*. URL: <https://library.if.ua/book/60/4269.html> (дата звернення: 18.06.2022).
6. Оцінка успішності влади та реакція суспільства на полії, пов'язані з епідемією коронавірусу. URL: <https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=928&page=13> (дата звернення: 18.06.2022).
7. Скорук О. П. Кризові комунікації під час пандемії COVID-19. *Збірник наукових праць ЧДТУ. Серія: Економічні науки*. 2021. Вип. 59. С. 118–12.
8. Peters M. A., Jandrić P., McLaren P. Viral modernity? epidemics, infodemics, and the «bioinformal» paradigm. *Educational Philosophy and Theory*. 2022.
9. Types, sources, and claims of COVID-19 misinformation. URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/types-sources-and-claimscovid-19-misinformation> 155 (date of request: 19.06.2022).
10. Vériter S. L., Corneliu B., Koops J. A. Tackling COVID-19 Disinformation: Internal and External Challenges for the European Union. *The Hague Journal of Diplomacy*. 2020. № 15.4. P. 569–582.

Reference

1. Vovk, N. P., & Mokhnar, L. I. (2021). Komunikatyvna skladova orghanizaciji ta zdzijsnennja antykrizovoghho upravlinnja [Communicative component of the organization and implementation of

- anti-crisis management]. *Visnyk Nacionaljnogho universytetu oborony Ukrainy*, 1 (59), 63–71 [in Ukrainian].
2. Ghuta, S. S. (2017). Ponjattja «kryzova situacija, zumovlena vojenno-politychnymy chynnykamy, «vojenno-politychna kryza» v teoriji derzhavnogho upravlinnja [The concept of «crisis situation caused by military and political factors», «military and political crisis» in the theory of public administration]. *Investyciji: praktyka ta dosvid*, 7, 116–120 [in Ukrainian].
 3. Kazanzhy, Z. (2016). Praktychnyj posibnyk dlja pracivnykiv komunikacijnykh struktur v orghanakh vlady [A practical guide for employees of communication structures in government bodies]. Retrieved from <https://imi.org.ua/wp-content/uploads/2017/06/posibnyk.pdf> [in Ukrainian].
 4. Ljebjedjev, D. V. (2009). *Vidnoshennja do zhyttja ta smerti v umovakh nadvyhajnoji situaciji: cinnisno-smyslovij aspekt* [Attitudes to life and death in emergency situations: a value-meaning aspect]. M-vo Ukrainy z pytanj nadzv. situacij ta u spravakh zakhystu naselennja vid naslidkiv Chornob. Vkatastrofy. Kharkiv [in Ukrainian].
 5. Orghanizacijno-ekonomichni peredumovy antykryzovogho upravlinnja [Organizational and economic prerequisites of anti-crisis management. Economist's library]. *Biblioteka ekonomista*. Retrieved from <https://library.if.ua/book/60/4269.html> [in Ukrainian].
 6. Ocinka uspishnosti vlady ta reakcija suspiljstva na poliji, pov'jazani z epidemijeju koronavirus. [Evaluation of the success of the authorities and the reaction of society to events related to the coronavirus epidemic]. Retrieved from <https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=928&page=13> [in Ukrainian].
 7. Skoruk, O. P. (2021). Kryzovi komunikaciji pid chas pandemiji COVID-19 [Crisis communications during the COVID-19 pandemic]. *Zbirnyk naukovykh pracj ChDTU. Serija: Ekonomichni nauky*, 59, 118–12 [in Ukrainian].
 8. Peters M. A., Jandrić P., & McLaren P. (2022). Viral modernity? epidemics, infodemics, and the «bioinformational» paradigm. *Educational Philosophy and Theory*. doi: 10.1080/00131857.2020.1744226 [in English].
 9. Types, sources, and claims of COVID-19 misinformation. Retrieved from <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/types-sources-and-claimscovid-19-misinformation> 155 [in English].
 10. Vériter, S. L., Corneliu, B., & Koops, J. A. (2020). Tackling COVID-19 Disinformation: Internal and External Challenges for the European Union. *The Hague Journal of Diplomacy*, 15.4, 569–582. doi.org/10.1163/1871191X-BJA10046 [in English].

Стаття надійшла до редакції 28.07.2022.

Received 28.07.2022.

Kyrychok A. Crisis as a Threat and as an Opportunity: an Ambivalent Aspect

The purpose of the article is to study the crisis as a threat and as an opportunity using the example of the global pandemic crisis of the new coronavirus disease COVID-19.

Research methodology. To achieve the stated purpose, the following general scientific research methods were used: theoretical analysis, functional analysis, the method of expert evaluations, and analysis of scientific works. Within this research, in order to conduct an expert evaluation of the crisis communications of government bodies during the pandemic crisis, we conducted a survey of experts who were included in three groups, namely: specialists who carried out their activities in the communications of government bodies; journalists who covered events related to the COVID-19 pandemic and followed the communication steps of representatives of public authorities, as well as employees responsible for communication who worked in non-governmental institutions.

Results. By its nature, any crisis is ambivalent, it can carry a threat (that is, for an individual who is in a critical situation, a feeling of hopelessness and helplessness is characteristic, which can have a destructive aspect; it can carry the threat of social maladjustment and thereby negatively affect further overcoming the crisis), as well as an opportunity (due to the fact that a crisis is not only a “threat of disaster”, but also an opportunity for change, transition to a new level of personal development, a source of strength).

This article is an attempt to define the crisis as a threat and as an opportunity on the basis of the global crisis, that is the COVID-19 pandemic, which radically changed citizens' lives of almost all world countries and led to the death of millions of people.

The crisis outlined in our study leads to increased tension and anxiety in society and contributes to the fact that actors have the opportunity to ignite new conflicts, which increases the threat of destabilization of the state, or to create new opportunities.

In addition, it was during the pandemic crisis when Ukraine became the object of a new wave of informational influences. As an example, we can cite the artificially inflamed situation in Novi Sanzhary urban-type settlement, Poltava Oblast (province), in February 2020, where Ukrainian citizens were placed for observation for the first time after their return from China, where, according to official data, the pandemic began.

Practical importance. *The findings obtained during the research will expand the perception of the crisis as a threat and as an opportunity, and the obtained results can be used in scientific and educational practice.*

Key words: *crisis, threat, opportunity, COVID-19 pandemic, government bodies, crisis communication.*

Kyryczok A. Kryzys jako zagrożenie i jako możliwość: aspekt ambiwalentny

Celem artykułu jest badanie kryzysu jako zagrożenia i jako możliwości na przykładzie kryzysu światowej pandemii nowej choroby koronawirusowej COVID-19.

Metodologia badania. Dla realizacji celu wykorzystano następujące ogólnonaukowe metody badawcze: analizę teoretyczną, analizę funkcjonalną, metodę ocen eksperckich, analizę prac naukowych. W celu przeprowadzenia oceny eksperckiej komunikacji kryzysowej władz podczas kryzysu pandemicznego przeprowadzono ankietowanie ekspertów, którzy zostali zaliczeni do trzech grup, a mianowicie: specjalistów, którzy wykonywali swoje działania w komunikacji organów rządowych; dziennikarze, którzy relacjonowali wydarzenia związane z pandemią COVID-19 oraz monitorowali działania komunikacyjne przedstawicieli władz publicznych, a także pracowników komunikacji, którzy pracowali w instytucjach pozarządowych.

Wyniki. Każdy kryzys ze swojej natury jest ambiwalentny, może nieść ze sobą zagrożenie (czyli dla indywidualium znajdującego się w sytuacji krytycznej nieodłączne jest poczucie beznadziejności i bezradności, które może mieć aspekt destrukcyjny, ukrywać groźbę nieprzystosowania społecznego, a tym samym negatywnie wpływające na dalsze przezwyciężanie kryzysu), a także możliwość (w związku z tym, że kryzys jest nie tylko 'groźbą katastrofy', ale także możliwością zmiany, przejścia na nowy poziom rozwoju osobistego, źródło siły).

Podjęto próbę na podstawie globalnego kryzysu – pandemii COVID-19, która radykalnie zmieniła życie obywateli niemal wszystkich krajów świata i doprowadziła do śmierci milionów ludzi, zdefiniować kryzys jako zagrożenie i jako możliwość.

Określony w naszym opracowaniu kryzys prowadzi do wzrostu napięcia i niepokoju w społeczeństwie oraz przyczynia się do tego, że aktorzy mają możliwość rozpalania nowych konfliktów, co zwiększa zagrożenie destabilizacji państwa lub tworzy nowe możliwości.

Ponadto właśnie w czasie kryzysu pandemicznego nasz kraj stał się obiektem nowej fali wpływów informacyjnych. Jako przykład można przytoczyć informację, która została sztucznie rozpalona w Nowym Sanżarze w obwodzie połtawskim w lutym 2020 r., gdzie po raz pierwszy umieszczono do obserwacji obywateli Ukrainy powracających z Chin, gdzie według oficjalnych danych rozpoczęła się pandemia.

Znaczenie praktyczne. Uzyskane w trakcie badań wnioski rozszerzą ideę kryzysu jako zagrożenia i jako możliwości, a otrzymane wyniki mogły być wykorzystane w praktyce naukowej i edukacyjnej.

Słowa kluczowe: kryzys, zagrożenie, możliwość, pandemia COVID-19, organy rządowe, komunikacja kryzysowa.