

раніше, адже в документі виразно зазначено, що Степан Дропан у 1460 р. подарував монастиреві свою друкарню. А це означає, що в цей час він уже був її власником. Залишається тільки з'ясувати, де придбав її С. Дропан, чи він сам був винахідником, чи був тільки наступником іншого друкаря.

Заслуговує на увагу і таке твердження в документі: "Книга про священство або "Проповідь Іоана Златоустого" передрукована в 1614 р. знову (підкреслення наше. — О. М.) українським письмом". Це явний натяк на те, що книга друкувалася в 1614 р. не вперше. Можливо, перед тим вона була надрукована іншою мовою (грецькою або латинською). На жаль, цей друк не дійшов до нас.

Уривок з невідомого ксилографу опублікував недавно Ф. П. Максименко, зазначаючи, що "у Львівських ксилографіях ми мали б прямих попередників продукції Івана Федоровича, й стали б зрозумілими по-перше відомий вислів Федоровича в післямові до Львівського "Апостола" 1574 р., що він ходив "стопами нікогого богоизбранного мужа", а по-друге — натяк на його надгробній плиті, що Федорович "друкування занедбалое обновил..."<sup>74</sup>. На нашу думку, ксилографічний уривок, опублікований Ф. П. Максименком, слід віднести до більш давніх часів. Їх можна вважати попередниками інкунабул, які вийшли з-під верстата, подарованого Онуфріївському монастиреві Степаном Дропаном.

Підсумовуючи наведені факти, можна зробити такі висновки: 1) перша відома нам на сьогодні друкарня була заснована на Україні до

1460 р. у Львові українцем Степаном Дропаном, хоча є підстави думати, що вона існувала й раніше, бо Дропан подарував монастиреві "свою власну друкарню"; 2) Ставропігійське Братство зовсім не заперечувало проти факту дарування Дропаном друкарні монастиреві і існування її там протягом цілого сторіччя. Воно намагалося тільки довести, що має законне право на утримання цієї друкарні, оскільки навіть сам Дропан передав монастир під "покровительство і заряд св. Успенського Братства"; 3) друкарня відновлювалася в Онуфріївському монастирі ще два рази завдяки фундаціям князів Острозьких у 1518 і 1571 рр.; 4) перша згадка про Острозьку і Київську друкарні відноситься до 1531 р., хоча відомо, що князь Острозький фундував Львову друкарню після того, як вона тут згоріла в 1518 р.; 5) на Україні до 1572 р. існували ще й інші друкарні; 6) слова Івана Федорова в його післямові до Львівського "Апостола" 1574 р. і напис на надгробній плиті не залишаються більше загадковими.

З вищесказаного стає зрозумілим, чому Іван Федоров приїхав саме до Львова в Онуфріївський монастир і в Острог, а не до іншого міста.

Слід сподіватися, що далі пошуки дадуть ще багато нового в справі дослідження початків українського друкарства як перед Іваном Федоровим, так і під час його діяльності на Україні, яке ще так мало досліджене.

*Друкуємо за виданням:*

*Архіви України. 1968. № 2 (88). С. 3—14.*



## СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

УДК 331.105.44:[316.774-044.372:004.774](477)"364"(045)  
DOI: 10.36273/2076-9555.2023.9(326).18-26

*Анна Удовенко,*

*аспірантка Навчально-наукового інституту журналістики  
Київського національного університету імені Тараса Шевченка,*

*e-mail: anna@udovenko.net.ua*

*ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3306-7565>*

### **Кризові комунікації українських профспілкових громадських організацій в умовах війни**

*У статті розглянуто особливості кризових комунікацій профспілкових громадських організацій в умовах війни на основі комунікаційної діяльності Федерації профспілок України. Досліджено антикризові комунікації й технології, які використовували українські профспілки за період 100 днів до початку повномасштабного вторгнення й 100 днів після нього. Предметом дослідження стала комунікаційна діяльність профспілок на офіційному інтернет-ресурсі Федерації профспілок України. Основними методами дослідження слугували контент-аналіз і метод систематизації даних, окрім того, застосовано метод візуалізації даних, порівняльний, аналітико-синтетичний та факторний методи для аналізу джерел і зіставлення даних.*

<sup>74</sup>Ф. П. Максименко, Забуга сторінка з історії слов'янського друкарства, "Slavia", N 2, R. XXVIII, Praha, 1959, стор. 261—264.

Дослідження засвідчило, що українські профспілки швидко оптимізували й спрямували на боротьбу з кризою свої ресурси; в інформаційній діяльності профспілкових громадських організацій було використано нові антикризові комунікаційні технології. Трансформації в тематиці та жанровій палітрі публікацій, а також використання нових типів контенту доводять, що профспілки змінили вектор комунікаційної діяльності та почали формувати новий комунікаційний контент. З'ясовано, що в комунікаційному плані відбулося посилення. Профспілки, які раніше публікували багато матеріалів, через кризовий період не могли використовувати свої комунікаційні ресурси, але їх замінили колеги з інших регіонів, що є позитивною практикою антикризової комунікаційної діяльності українських профспілкових організацій. Новизна дослідження полягає в тому, що авторка вперше вивчила реакцію українських профспілок на початок війни й вважає це вагомим чинником розвитку наукових, практичних і стратегічних підходів до управління кризовими ситуаціями в умовах воєнного стану.

**Ключові слова:** кризові комунікації; профспілки; громадські організації; війна; криза; Федерація профспілок України; вебсайти профспілок

**Постановка проблеми.** Профспілки відіграють важливу роль у захисті й представленні прав та інтересів працівників, дотриманні соціальних-трудова стандарти. У воєнних умовах ця роль, безперечно, посилюється, оскільки виникають кризові ситуації, що потребують нових засобів і способів реагування.

24 лютого 2022 р. РФ розпочала повномасштабне вторгнення на територію України, що стало безпрецедентним викликом для кожного українця та держави загалом. Бомбардуваннями було зруйновано багато підприємств, росіяни на окупованих територіях викрадали, незаконно переміщували, звільняли з роботи, переслідували та вбивали людей. Багато підприємств припинило діяльність, але ті, хто спромігся вистояти, розпочали працювати відповідно до змін у законодавстві — у нових умовах воєнного стану.

Українські профспілки також не залишилися осторонь і в цей нелегкий час проводили інформаційну боротьбу на міжнародному рівні, зверталися по підтримку до міжнародних федерацій профспілок, організували допомогу військовим, інформували працівників і населення щодо евакуації, пунктів приймання біженців тощо.

Поступово профспілкові організації повернулися до регулярної діяльності: відстоювання прав та інтересів працівників, випуск періодичних вісників, реагування на зміни в законодавстві, участь у соціальному діалозі, переговори з міжнародними організаціями та партнерами, інформування працівників і громадськості щодо своєї діяльності. Водночас вектор роботи цих організацій змістився, й тепер вони є не лише голосом працівників у діалозі між роботодавцем і владою, а органом, до функцій якого додалися організація гуманітарної допомоги, підтримка внутрішньо переміщених осіб і працівників, яких мобілізували на війну.

Дослідження кризових комунікацій в умовах війни дасть змогу вдосконалити практики управління профспілковими громадськими організа-

ціями й зробити внесок у вивчення комунікаційних стратегій у схожих контекстах.

**Аналіз досліджень і публікацій.** Одним із перших, хто ще у 2000-х рр. зосередив увагу на науковому напрямі "кризові комунікації", був А. Ротовський. У дослідженні "Системний PR" [1] науковець акцентував на менеджерській функції керівництва організації у відносинах із громадськістю під час кризи, зокрема як публічні відносини впливають на здатність менеджерів підприємства виконувати обов'язки та управляти ситуацією під час кризи.

Схоже тлумачення міститься в науковому дослідженні О. Приятельчук та Ю. Ковальчук, які вивчають інструменти й технології комунікаційного управління репутаційним капіталом [2].

Серед українських науковців слід виокремити Г. Почепцова, котрий визначає кризову комунікацію як "володіння метаситуацією, коли вдається скеровувати розвиток не просто події, а події, яка розвивається здебільшого за непрогнозованим сценарієм" [3]. Науковець вирізняє й головну проблему — дефіцит інформації та зниження довіри до її джерела.

На думку Т. Кумбса, спеціаліста з кризової комунікації Коледжу комунікацій Університету Центральної Флориди, дослідження комунікацій під час кризи зазвичай розпочинається не з опанування теоретичних концепцій, підтвердження практикою, а саме з аналізу й узагальнення практики, що сприяє формуванню відповідної теоретичної бази знань [4, с. 24].

Проблеми кризових комунікацій, взаємодії з громадськістю та медіа під час криз порушували іноземні науковці Р. Р. Улмер [5], Т. Л. Селлау [5], М. В. Сиджер [5], Р. Л. Хез [6], Д. П. Міллар [6], Д. Веймер [7], Р. Хез [7], С. Бойс [8] та інші. Антикризові комунікації досліджували К. Ферн-Бенкс [9], М. Фрідман [10], І. І. Мітрофф [11], Г. Анагнос [11], М. Регестер [12], С. Фінк [13], С. Л. Карентеллі [14], Д. Сміт [15] та інші.

В Україні проблему кризових комунікацій вивчали О. Болотна [16], В. Горбулін [17], О. Додонов [17], Д. Ланде [17], О. Гусак [18], В. Ковалевський [19], П. Олещук [20], Т. Попова [21], В. Ліпкан [21], О. Скорук [22] та інші.

**Об'єкт дослідження** — комунікаційна онлайн-діяльність Федерації профспілок України (ФПУ) за 100 днів до початку війни в Україні (16 листопада 2021 р. — 23 лютого 2022 р.) і 100 днів після вторгнення (24 лютого 2022 р. — 3 червня 2022 р.).

**Предмет дослідження** — офіційний сайт і сторінка в соціальній мережі Facebook Федерації профспілок України.

**Мета статті** — окреслити особливості кризових комунікацій профспілкових громадських організацій в умовах війни на основі комунікаційної діяльності Федерації профспілок України.

Для досягнення мети сформульовано такі **завдання**:

— надати визначення ключовим поняттям статті: "кризова комунікація", "антикризове управління", "криза";

— порівняти довоєнну та післявоєнну комунікаційну діяльність Федерації профспілок України;

— визначити особливі риси кризової комунікації профспілкових громадських організацій.

**Методи дослідження.** Авторка дослідила комунікації на офіційному сайті зазначеної громадської організації та на її офіційній сторінці у Facebook, використовуючи контент-аналіз і метод систематизації даних. Дослідження сфокусовано на кількісних та якісних показниках публікацій за 100 днів до початку повномасштабного вторгнення РФ і через 100 днів після нього. Серед проаналізованих категорій: тематична наповненість, розподіл публікацій за географічною локалізацією та їх жанрове різноманіття. Для спрощення опрацювання контенту було застосовано метод візуалізації даних. Завдяки факторному методу авторка з'ясувала вплив певних чинників на результативні показники досліджуваних каналів комунікації, а завдяки порівняльному — зіставила результати дослідження, що дало змогу виявити загальну тенденцію. Усі джерела та дослідження науковців опрацьовано за допомогою аналітико-синтетичного методу.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Під час огляду наукових публікацій у сфері кризових комунікацій слід надати тлумачення основним поняттям, пов'язаним із "кризою", щоб зробити зрозумілими межі дослідження.

Поняття "криза" має багато дефініцій і тлумачень, окремі з яких [6]:

— базуються на помилках, що можуть виникнути в організації;

— акцентують на заходах з управління, що виходять за межі стандартних чи загальноприйнятих процесів управління;

— визначають критичний стан ситуації та напруженість;

— акцентують на втраті контролю, невизначеності, порушенні законодавства, етичних норм й інших формах зловживань.

Американський дослідник Т. Кумбс навіть власну інтерпретацію визначення поняття "криза". Науковець зауважив, що її можна сприймати обмежено, оскільки люди бачать лише верхню частину цього явища: "Кризу можна сприймати як події, що становлять загрозу важливим очікуванням учасників і можуть вплинути на функціонування організації. Визначення кризи значною мірою залежить від сприйняття. Якщо учасники вірять у наявність кризи, це означає, що організація перебуває в ній, поки вона не надасть учасникам і громадськості відповідну інформацію" [23].

Однією з ключових проблем у період кризи є питання про відповідальність, волю та здатність організації захищати свій репутаційний образ. Ця проблема також стосується юридичних аспектів її діяльності. Важливо зазначити, що антикризові заходи мають передбачати можливі ризики й надавати відомості цільовим групам щодо наближення кризи.

Проте на ці твердження можна спиратися, якщо криза стосується фінансових чи репутаційних проблем, тобто тих, які можна передбачити. А якщо розпочалася війна?

Дослідник Е. Лакомаа вважає війну найширше охопленою темою наукових досліджень [24]. Як зауважує К. Шлейхер, у вивченні кризових комунікацій є "непорозуміння щодо того, чи слід вважати війну кризою" [25, с. 75]. Виходячи з аргументації інших дослідників [26; 27], учена пропонує розглядати війну як особливу форму кризи.

Наявні також класичні підходи до класифікації кризових комунікацій. Згідно з одним із них вони поділяються на два види: навмисні техногенні кризи, що виникають через дії людей, або ж ті, які виникли через природні зовнішні чинники [28]. Залежно від джерела науковці часто класифікують кризи на внутрішні та зовнішні [29—31]. Внутрішні виникають всередині організації, як-от труднощі з персоналом, якістю продукції, недоліки в управлінні найвищою рівня та інші, а зовнішні завжди з'являються ззовні, як-от пандемія COVID-19,

напади з боку конкурентів, нововведення в законодавстві, глобальні економічні кризи та інші події, які не контролює організація.

Далі доцільно розглянути тлумачення терміна "антикризове управління", який науковці визначають як систему заходів і стратегій, спрямованих на керування та зменшення наслідків кризи [32, с. 5]. Серед основних функцій антикризового управління є передбачення або зниження негативних наслідків кризи й захист організації від можливого розпаду [33, с. 4]. Оскільки "антикризове управління" — це багатокомпонентний процес, що поділяється на превентивні заходи, план для розв'язання кризи, післякризовий аналіз і вивчення помилок, яких припустилася організація, то доцільно виокремити такі етапи: докризовий, кризовий і посткризовий.

Докризовий період — це час до настання кризової ситуації, що охоплює підготовчі дії з моніторингу зовнішнього середовища, розв'язання потенційних проблем, навчання спеціалістів, які відповідають за кризовий менеджмент, внутрішню та зовнішню комунікацію зі стейкхолдерами [32].

Кризовий період — це вже настання подій, які є загрозою для діяльності організації. Цей етап вкрай важливий, оскільки організація або підприємство має зібрати всі ресурси задля боротьби із подіями, які від них не залежать, але становлять загрозу для існування. Це найскладніший етап, оскільки передбачає щоденні антикризові дії [32].

Посткризовий період — це етап вивчення та аналізу досвіду з метою використання здобутих знань для протидії кризам у майбутньому [32].

Повномасштабне вторгнення РФ стало кризою для всіх бізнесових структур, неурядових і громадських організацій. Це та криза, яку не можна було передбачити, до якої не можна підготуватися, а отже й заздалегідь застосувати антикризове управління. Проте, як зазначалося, це багатоаспектний процес, що поділяється на три етапи. Українські громадські структури після початку агресії РФ зіткнулися одразу з другим етапом — кризовим періодом. На момент написання статті минуло вже майже півтора року від початку війни. За цей період організації та підприємства пристосувалися до нових умов праці й виробили певні технології антикризової комунікації та взаємодії з партнерами.

Можемо зробити висновок, що суспільство опинилося на межі кризового та посткризового етапів. З огляду на об'єкт дослідження авторка поставила за мету з'ясувати, якою була довоєнна

комунікація українських профспілкових організацій за 10 днів до початку війни та які зміни відбулися за перші кризові 100 днів від початку вторгнення. Окреслений період є знаковим, оскільки становить першу круглу дату від початку повномасштабного вторгнення на територію України. Це період, за який вже було вибудовано певну антикризову модель комунікації, подібну до постійної та стійкої довоєнної.

За даними Держстату України, на 1 липня 2023 р. в Україні зареєстровано 101 162 громадські організації, 28 764 з яких є профспілками (<https://www.ukrstat.gov.ua/>).

Федерацію профспілок України було обрано як об'єкт дослідження через те, що це найбільше всеукраїнське профспілкове об'єднання, до якого входять 44 галузеві членські організації та 27 територіальних об'єднань, а це майже 85% профспілок країни.

Окремі члени-профспілки, що входять до складу ФПУ, мають власні сайти, наприклад:

— Всеукраїнська профспілка спортсменів, працівників сфер фізичної культури і спорту, молодіжної політики та національно-патріотичного виховання (<https://profspilka-sportsmeniv.com.ua/>); чисельність становить 8938 осіб;

— Профспілка працівників агропромислового комплексу України (<http://profapk.org.ua/cms/about.html>); чисельність — понад 904 тис. членів;

— Атомпрофспілка (<http://atomprofspilka.info/Statut>); чисельність — 62 656 членів;

— Профспілка працівників вугільної промисловості України (<https://www.prupu.org/>); чисельність — 338 125 членів;

— Профспілка робітників морського транспорту (<https://mtwtu.org.ua/>); чисельність — 99 240 членів.

Водночас є загальний канал комунікації для всіх профспілок — офіційний вебпортал Федерації професійних спілок України, на якому публікують новини від членських організацій у розділі "Наша боротьба", підрозділі "Новини членських організацій", що становить предмет пропонуваної розвідки.

У дослідницьке поле авторки також потрапили акаунти ФПУ в соціальних мережах, а саме офіційна сторінка у Facebook ([https://www.facebook.com/fpsu.administration/?locale=ru\\_RU](https://www.facebook.com/fpsu.administration/?locale=ru_RU)). Зокрема, було виявлено, що підписниками організації є 6,3 тис. осіб, а загальна кількість післявоєнних публікацій налічує 39 дописів, перший з яких датовано 3 березня 2022 р., останній — 25 грудня 2022 р. Більшість публікацій має новинний характер щодо перебігу війни; 11 дописів

стосуються заяв профспілки до міжнародної спільноти; 1 згадка про подію, що відбулася за участі керівництва профспілки, а саме "Форум добрих справ"; 2 публікації присвячено гуманітарній діяльності регіональних профспілок.

Зважаючи на те, що кількість публікацій вкрай низька й неоднорідна (у порівнянні з матеріалами на головному сайті), а також на той факт, що від грудня 2022 р. не опубліковано жодного посту, авторка вирішила не брати до уваги цей канал комунікації. Водночас є змога широко дослідити довоєнну й післявоєнну комунікацію на сайті Федерації профспілок України.

Комунікаційну активність ФПУ на її офіційному вебресурсі репрезентовано в розділі "Наша боротьба", що містить два підрозділи: "Загальні новини" та "Новини членських організацій". У підрозділі "Загальні новини" останню публікацію датовано 30 січня 2020 р., тобто дописи є застарілими й не вартими дослідження.

Натомість у підрозділі "Новини членських організацій" постійно публікуються новини з періодичністю й у кілька днів, і в кілька годин. Найбільший інтервал із відсутніми публікаціями зафіксовано від 18 лютого до 4 березня 2022 р. Саме на ці 15 днів припадає початок війни з РФ та окупація перших територій.

Завдяки контент-аналізу було з'ясовано, що всі довоєнні публікації мали чітку структуру: заголовок, фото, загальна інформація. Щодо типів контенту, то всі довоєнні матеріали мали текстовий формат з візуальним рядом у вигляді фотографій.

Після 24 лютого 2022 р. з'явилися нові види контенту, зокрема відеозвернення профспілчан "Україні у війні: очима молоді", а також відеозвернення голови ФПУ Г. Осового до "Всесвітнього дня солідарності з Україною" (<https://www.fpsu.org.ua/nasha-borotba/novini-chlenskikh-organizatsij/21888-profspilki-zakarpatya-vsесviti-jden-solidarnosti-z-ukrajinoju-2.html>).

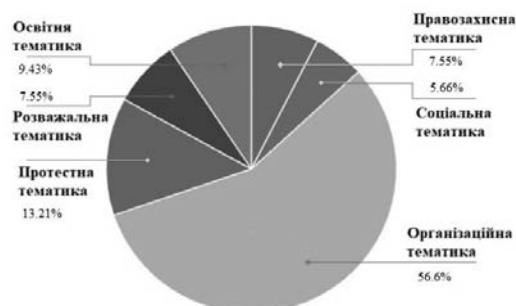
Авторка вперше натрапила на новий вид контенту — презентацію "Про роботу обласної ради профспілок та її членських організацій в умовах воєнного стану" від 17 травня 2022 р. (<https://www.fpsu.org.ua/nasha-borotba/novini-chlenskikh-organizatsij/22452-zakarpataska-oblprofrada-razom-do-peremogi.html>).

Загалом за 100 днів до початку війни на сайті Федерації профспілок України в інформаційному розділі було розміщено 51 публікацію.

За даними діагр. 1, найбільше публікацій було присвячено саме організаційній тематиці — 56,6%; друге місце посідає протестна тематика — 13,21%; третє належить освітній тематиці — 9,43%;

четверте поділяють публікації розважальної та правозахисної тематики — по 7,55%; найменше дописів соціального спрямування — 5,66%.

Публікації організаційної тематики присвячено проведенню президій, зборів, конференцій і зустрічей. Здебільшого це "паркетні матеріали" інформаційного характеру щодо діяльності профспілок.



Діагр. 1. Тематичний розподіл публікацій на сайті ФПУ за період 16 листопада 2021 р. — 23 лютого 2022 р.



Діагр. 2. Тематичний розподіл публікацій на сайті ФПУ за період 24 лютого — 3 червня 2022 р.

Під час дослідження публікацій, розміщених після 24 лютого 2022 р. авторка зробила висновок, що кількість дописів значно зросла — 87 матеріалів за 100 днів. Окрім того, майже всі публікації змінили тематичну спрямованість: як профспілка діє в складних умовах воєнного стану, як допомагає, яку гуманітарну роль виконує; усі засідання й події було присвячено боротьбі з окупантами, захисту прав працівників, які перебувають на фронті, допомозі армії.

Авторка також виявила публікації агітаційної тематики — 9,5%. Дописи вирізняються промовистими заголовками: "Зустрінемо ворога як слід!" (<https://www.fpsu.org.ua/nasha-borotba/novini-chlenskikh-organizatsij/21850-dnipropetrovshchina-zustrinemo-voroga-yak-slid.html>); "Міжнародні організації не можуть стояти осторонь, коли гинуть безвинні люди" (<https://www.fpsu.org.ua/nasha-borotba/novini-chlenskikh-organizatsij/21855-kijivshchina-mizhnarodni-organizatsiji-ne-mozhut-stoyati-ostoron-koli-ginut-bezvinni-lyudi.html>); "Працюють за себе

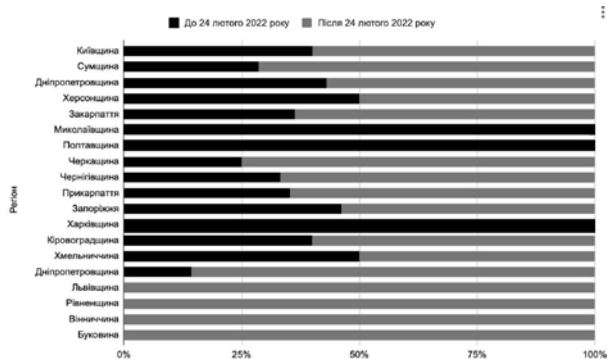
та своїх товаришів" (<https://www.fpsu.org.ua/nasha-borotba/novini-chlenskikh-organizatsij/22001-pratsyuyut-za-sebe-j-za-svojikh-tovarishiv.html>).

Унікальною є нова тематика публікацій, що торкається діяльності профспілок із підтримки армії та населення. Ці повідомлення становлять 50% загалу дописів й інформують щодо того, як члени профспілок України допомагають ЗСУ, волонтерять, збирають кошти, надають матеріальну допомогу, чергують у лікарнях тощо.

За досліджуваний період виявлено лише 2 матеріали, що не містять згадок про війну, а саме: 1 розважальної тематики — "Дніпропетровщина. Привітали з професійним святом" (<https://www.fpsu.org.ua/nasha-borotba/novini-chlenskikh-organizatsij/22297-dnipropetrovshchina-privitali-z-profesijnim-svyatom.html>) та 1 соціальної тематики — "У Закарпатті облорганізація профспілки працівників АПК підтвердила свою репрезентативність" (<https://www.fpsu.org.ua/nasha-borotba/novini-chlenskikh-organizatsij/22347-u-zakarpatti-oblorganizatsiya-profspilki-pratsivnikiv-apk-pidverdila-svoyu-representativnist.html>).

Цікавим є розподіл публікацій за географічною локалізацією. З'ясовано, що до війни чимало публікацій надходило з трьох регіонів, зокрема: Харківщина — 4 дописи, Полтавщина — 3, Миколаївщина — 2. За перші 100 днів від початку вторгнення з цих територій не опубліковано жодного матеріалу. Натомість з'явилося багато дописів із регіонів, які в досліджуваний довоєнний період взагалі не з'являлися в інфопросторі ФПУ: Львівщина, Рівненщина — по 6 публікацій, Вінниччина, Буковина — по 2. Найбільше матеріалів оприлюднено про Київщину — 21 та Прикарпаття — 11.

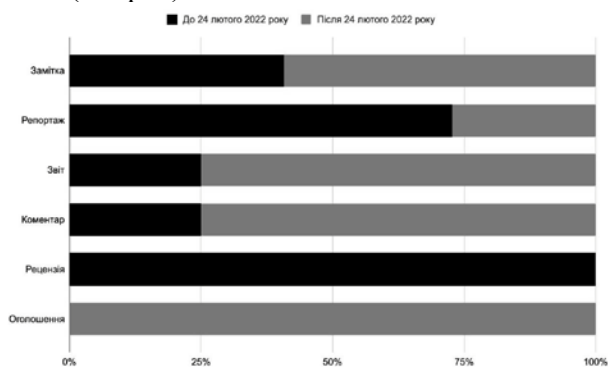
Авторка також звернула увагу, що Буковина з'явилася в інфопросторі профспілки лише наприкінці травня одразу з 2-ма матеріалами: "Профспілкова допомога колегам з Київщини" від 19 травня 2022 р. (<https://www.fpsu.org.ua/nasha-borotba/novini-chlenskikh-organizatsij/22466-bukovina-profspilkova-dopomoga-kolegam-z-kijivshchini.html>) і "З турботою як про рідних" від 24 травня 2022 р. (<https://www.fpsu.org.ua/nasha-borotba/novini-chlenskikh-organizatsij/22491-bukovina-z-turbotoyu-yak-pro-ridnikh.html>) (діагр. 3).



Діагр. 3. Розподіл публікацій за географічною локалізацією на сайті ФПУ за досліджуваний період

Щодо жанрового різноманіття, то прикметно, що саме після початку повномасштабного вторгнення в текстах розпочали використовувати новий жанр "оголошення" — 3 публікації. У довоєнний період 1 матеріал був мінірецензією на книгу М. Габорака "Із людьми і для людей" — публікація "І минуле, і сучасне" від 18 січня 2022 р. (<https://www.fpsu.org.ua/nasha-borotba/novini-chlenskikh-organizatsij/21659-ivano-frankivshchina-i-minule-i-suchasne.html>).

Авторка також з'ясувала, що жанр "звіт" профспілки розпочали використовувати з іншою конотацією та більш масово, ніж у довоєнний період. Якщо до початку війни це були звіти щодо різних подій — 11 дописів, то після вторгнення тексти було сфокусовано на тематиці надання підтримки й позначено гуманітарним змістом — 33 публікації. Матеріали містили статистику обсягів і видів гуманітарної допомоги, яку профспілки передали армії, іншим профспілкам, біженцям з окупованих територій тощо (діагр. 4).



Діагр. 4. Показники жанрового різноманіття публікацій на сайті ФПУ за досліджуваний період

**Висновки.** Діяльність профспілкових громадських організацій в умовах війни набула особливого характеру та значення, оскільки вони почали діяти не лише як представники й захисники прав та інтересів працівників, а і як важлива соціальна група, спроможна впливати на

розвиток подій, гуманітарну підтримку населення, інформування міжнародної спільноти про події, що відбуваються в Україні під час війни. Проаналізований у дослідженні матеріал дає підстави до кількох висновків.

Розуміння та оптимізація кризової комунікації стала критичним завданням для профспілкової спільноти, що підтверджують результати проведеного авторкою дослідження. Зокрема, після вторгнення вітчизняні профспілки швидко розпочали комунікаційну діяльність, і обсяг матеріалів, розміщених на інтернет-ресурсах організацій, значно збільшився в порівнянні з довоєнним аналізованим періодом. Це означає, що організації оптимізували власні ресурси й спрямували їх на боротьбу з кризою.

Наявність публікацій агітаційної тематики свідчить про те, що профспілки використовували антикризові комунікації. Усі опрацьовані матеріали мали позитивний патріотичний контекст, автори використовували фрази "не здаватися", "поборемо окупантів", "працюємо за тих, хто воює". Ці факти свідчать, що в інформаційній діяльності було застосовано нові антикризові комунікаційні технології.

За результатами дослідження авторка виявила такі тенденції: трансформації в тематиці публікацій, жанровій палітрі публікацій, використання нових типів контенту. Профспілки змінили

вектор комунікаційної діяльності й розпочали продукувати новий контент актуальної тематики. Це була реакція адаптації організацій до нової реальності, в якій слід було відновлювати роботу.

Констатовано, що окремі профспілки зникли з інформаційного поля через те, що їх підприємства було розташовано у прифронтових зонах, як-от Миколаївщина, Полтавщина та Харківщина. Водночас почав надходити контент від тих регіонів, які до війни не публікувалися. Показник матеріалів про діяльність профспілкових організацій на Львівщині, Рівненщині, Вінниччині та Буковині на кінець досліджуваного періоду став стабільно високим. Зафіксовано чимало публікацій, присвячених гуманітарній допомозі членів профспілок цих регіонів біженцям з окупованих територій і колегам із профспілок, інформаційним заходам для членів міжнародних профспілкових спільнот. Отже, в комунікаційному плані відбулося підсилення. Багато профспілок, які в довоєнний час активно публікували матеріали щодо своєї діяльності, не змогли використати комунікаційні ресурси через кризовий період, проте їх замінили колеги з інших регіонів, що також є позитивною практикою антикризової комунікаційної діяльності вітчизняних профспілкових організацій.

#### Список бібліографічних посилань

1. Ротовский А. А. Системный PR. Днепропетровськ : Баланс Бизнес Букс, 2006. 256 с.
2. Приятельчук О. А., Ковальчук Ю. С. Основні інструменти та комунікаційні технології управління репутаційним капіталом в умовах кризи. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2014. № 3. С. 124—133.
3. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації. Москва : Рефл-бук, 2001. 656 с.
4. Coombs W. T. Parameters for Crisis Communication. In Coombs W. T. & Holladay S. J. (Eds.). *The Handbook of Crisis Communications*. Malden, MA : Wiley-Blackwell. 2010. P. 17—53.
5. Улмер Р. Р., Селлнау Т. Л., Сиджер М. В. Ефективна кризова комунікація. Харків : Гуманітарний центр, 2011. 226 с.
6. Heath R. L., Millar D. P. A rhetorical approach to crisis communication: Management, communication processes, and strategic responses. New York : Routledge, 2004. 392 p.
7. Waymer D., Heath R. L. Emergent agents: The forgotten publics in crisis communication and issues management research. *Journal of Applied Communication Research*. 2007. № 35. P. 88—108.
8. Boys S. Inter-organizational crisis communication: Exploring source and stake-holder communication in the Roman Catholic clergy sex abuse case. In R. L. Heath, E. L. Toth & D. Waymer (Eds.), *Rhetorical and critical approaches to public relations*. New York : Routledge, 2009. P. 290—300.
9. Fearn-Banks K. *Crisis communication: A casebook approach*. 3rd edition. New York : Routledge, 2007. 358 p.
10. Friedman M. *Everyday crisis management: How to think like an emergency physician*. Naperville, IL : First Decision Press, 2002. 292 p.
11. Mitroff I. I., Anagnos G. *Managing crises before they happen: What every executive and manager needs to know about crisis management*. New York : AMACOM, 2001. 192 p.
12. Regester M. *Crisis management: What to do when the unthinkable happens*. London : Hutchinson Business, 1989. P. 489—507.
13. Fink S. *Crisis management: Planning for the inevitable*. New York : AMACOM, 1986. 245 p.

14. Quarantelli E. L. Disaster crisis management: A summary of research findings. *Journal of Management Studies*. 1988. № 25. P. 373—385.
15. Smith D. Beyond contingency planning: Towards a model of crisis management. *Journal of Industrial Crisis Quarterly*. 1990. № 4. P. 263—275.
16. Болотна О. В. Маркетинг відносин як сучасна концепція маркетингу. *Траектория науки. Електронний науковий журнал*. 2015. № 2—3. С. 241—256.
17. Горбулін В., Додонов О., Ланде Д. Інформаційні операції та безпека суспільства: загрози, протидія, моделювання : монографія. Київ : Інтертехнологія, 2009. 164 с.
18. Гусак О. П. Етичні аспекти кризової комунікації. *Вісник Харківської державної академії культури*. 2012. Вип. 35. С. 188—195.
19. Ковалевський В. О. Політична комунікація як інструмент подолання кризових явищ. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія "Питання політології"*. 2010. № 912. С. 144—151.
20. Олещук П. Кризові комунікації у політичному дискурсі. *Український науковий журнал "Освіта регіону"*. 2010. № 3. С. 161—165.
21. Попова Т. В., Ліпкан В. А. Стратегічні комунікації : словник / за заг. ред. В. А. Ліпкана. Київ : О. С. Ліпкан, 2016. 416 с.
22. Скорук О. Кризові комунікації під час пандемії COVID-19. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки*. 2020. № 59. С. 118—123.
23. Coombs W. T. Conceptualizing crisis communication. In R. L. Heath & H. D. O'Hair (Eds.). *Handbook of crisis and risk communication* New York : Routledge, 2009. P. 100—119.
24. Lakomaa E. The history of business and war: an introduction. *Scandinavian Economic History Review*, 2017. № 65. P. 224—230.
25. Schleicher K. Military, government, and media management in wartime. In Schwarz A., Seeger M. W., Auer C. (Eds.). *The Handbook of International Crisis Communication Research*. Hoboken, NJ : John Wiley, 2016.
26. Brecher M., Wilkenfeld J. *A Study of Crises*. Ann Arbor, MI : University of Michigan Press, 1997. 1064 p.
27. James P. *Crises and War*. Montreal : McGill Queen's University Press, 1988. 200 p.
28. Rosenthal U., Kouzmin A. Globalizing an agenda for contingencies and crisis management. *Journal of Contingencies and Crisis Management*. 1993. Vol. 1, № 1. P. 1—12.
29. Shin J. H., Cameron G. T., Cropp F. Occam's razor in the contingency theory: A national survey of 86 contingent variables. *Public Relations Review*. 2006. № 32. P. 282—286.
30. Jin Y., Cameron G. T. The effects of threat type and duration on public relations practitioners' cognitive, affective, and conative responses to crisis situations. *Journal of Public Relations Research*. 2007. № 19. P. 255—281.
31. Shaluf I. M. Disaster types. *Disaster Prevention and Management: An International Journal*. 2007. Vol. 16, № 5. P. 704—717.
32. Coombs W. T. *Ongoing crisis communication: planning, managing, and responding*. 2nd ed. Los Angeles : Sage, 2007.
33. Coombs W. T. *Ongoing crisis communication: planning, managing, and responding*. Thousand Oaks, CA : Sage, 1999.

**Anna Udovenko,**

*Postgraduate Student, Educational and Scientific Institute of Journalism,  
Taras Shevchenko National University of Kyiv*

### ***Crisis communications of Ukrainian Trade Unions public organizations in war conditions***

*The purpose of this study is to outline the specifics of crisis communications of trade union public organizations in the conditions of war based on the communication activities of the Federation of Trade Unions of Ukraine. We took a period of 100 days before the beginning of the Russian invasion and 100 days after and examined the anti-crisis communications and technologies used by Ukrainian trade unions during this period. The subject of the study was the communication activity of trade unions on the official Internet resource of the Federation of Trade Unions of Ukraine. The main research method was content analysis and the method of data systematization. Also, we applied the method of data visualization, comparative, analytical-synthetic and factorial methods for the analysis of sources and comparison of data.*

*The study proved that Ukrainian trade unions quickly optimized their resources and directed them to combat the crisis, new anti-crisis communication technologies were used in the information activities of trade union public organizations. Transformations in the topic of publications, the genre palette of publications, the use of new types of content prove that trade unions changed the vector of their communication activity and began to produce new, previously unused communication content. It was also found that there was a strengthening in terms of communication.*



Those trade unions, about which many materials were previously published, could not use their communication resources due to the crisis period, but they were replaced by colleagues from other regions, which is a positive practice of anti-crisis communication activities of Ukrainian Trade Unions. The value of the research lies in the fact that, for the first time, we investigated the reaction of Ukrainian Trade Unions to the beginning of the war, which becomes a necessary step for the development of scientific, practical and strategic approaches to the management of crisis situations in the conditions of war.

**Keywords:** crisis communications; trade unions; NGOs; war; crisis; Federation of Trade Unions of Ukraine; web sites of trade unions

### References

1. Rotovskii A. A. (2006). *Sistemnyj PR*. Dnipropetrovsk: Balans Biznes Buks.
2. Priyatelchuk O. A. & Kovalchuk Yu. S. (2014). Osnovni instrumenti ta komunikaciini tehnologii upravlinnya reputaciinim kapitalom v umovah krizi. *Zovnishnya torgivlya: ekonomika, finans, pravo*, 3, pp. 124—133.
3. Pochepcov G. G. (2001). *Teoriya komunikaciyi*. Moskva: Refl-buk, 2001. 656 s.
4. Coombs W. T. (2010). *Parameters for Crisis Communication*. In Coombs W. T. & Holladay S. J. (Eds.). *The Handbook of Crisis Communications*. Malden, MA: Wiley-Blackwell.
5. Ulmer R. R., Sellnau T. L. & Sidzher M. V. (2011). *Efektivna krizova komunikaciya*. Harkiv: Gumanitarnij centr.
6. Heath R. L. & Millar D. P. (2004). *A rhetorical approach to crisis communication: Management, communication processes, and strategic responses*. New York: Routledge.
7. Waymer D. & Heath R. L. (2007). Emergent agents: The forgotten publics in crisis communication and issues management research. *Journal of Applied Communication Research*, 35, pp. 88—108.
8. Boys S. (2009). *Inter-organizational crisis communication: Exploring source and stake-holder communication in the Roman Catholic clergy sex abuse case*. In R. L. Heath, E. L. Toth & D. Waymer (Eds.), *Rhetorical and critical approaches to public relations*. New York: Routledge, pp. 290—300.
9. Fearn-Banks K. (2007). *Crisis communication: A casebook approach*. 3rd edition New York: Routledge.
10. Friedman M. (2002). *Everyday crisis management: How to think like an emergency physician*. Naperville, IL: First Decision Press.
11. Mitroff I. I. & Anagnos G. (2001). *Managing crises before they happen: What every executive and manager needs to know about crisis management*. New York: AMACOM.
12. Regester M. (1989). *Crisis management: What to do when the unthinkable happens*. London: Hutchinson Business.
13. Fink S. (1986). *Crisis management: Planning for the inevitable*. New York: AMACOM.
14. Quarantelli E. L. (1988). Disaster crisis management: A summary of research findings. *Journal of Management Studies*, 25, pp. 373—385.
15. Smith D. (1990). Beyond contingency planning: Towards a model of crisis management. *Journal of Industrial Crisis Quarterly*, 4, pp. 263—275.
16. Bolotna O. V. (2015). Marketing vidnosin yak suchasna koncepciya marketingu. *Traektoriya nauki. Elektronnyj nauchnyj zhurnal*, 2—3, pp. 241—256.
17. Gorbun V., Dodonov O. & Lande D. (2009). *Informaciini operacii ta bezpeka suspilstva: zagrozi, protidiya, modelyuvannya* : monografiya. Kyiv Intertehnologiya.
18. Gusak O. P. (2012). Etichni aspekti krizovoi komunikacii. *Visnik Harkivskoi derzhavnoi akademii kulturi*, 35, pp. 188—195.
19. Kovalevskij V. O. (2010). Politichna komunikaciya yak instrument podolannya krizovih yavish. *Visnik Harkivskogo nacionalnogo universitetu imeni V. N. Karazina. Seriya Pitannya politologii*, 912, pp. 144—151.
20. Oleshuk P. (2010). Krizovi komunikacii u politichnomu diskursi. *Ukrainskij naukovij zhurnal Osvita regionu*, 3, pp. 161—165.
21. Popova T. V. & Lipkan V. A. (2016). *Strategichni komunikacii* : slovník. Kyiv: O. S. Lipkan.
22. Skoruk O. (2020). Krizovi komunikacii pid chas pandemii COVID-19. *Zbirnik naukovih prac Cherkaskogo derzhavnogo tehnologichnogo universitetu. Seriya: Ekonomichni nauki*, 59, pp. 118—123.
23. Coombs W. T. (2009). *Conceptualizing crisis communication*. In R. L. Heath & H. D. O'Hair (Eds.). *Handbook of crisis and risk communication* New York: Routledge.
24. Lakomaa E. (2017). The history of business and war: an introduction. *Scandinavian Economic History Review*, 65, pp. 224—230.
25. Schleicher K. (2016). *Military, government, and media management in wartime*. In Schwarz A., Seeger M. W., Auer C. (Eds.). *The Handbook of International Crisis Communication Research*. Hoboken, NJ: John Wiley. John Wiley an Sons.
26. Brecher M. & Wilkenfeld J. (1997). *A Study of Crises*. Ann Arbor, MI: University of Michigan Press.
27. James P. (1988). *Crises and War*. Montreal: McGill Queen's University Press, 1988.
28. Rosenthal U. & Kouzmin A. (1993). Globalizing an agenda for contingencies and crisis management. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 1 (1), pp. 1—12.