

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА
ШЕВЧЕНКА
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЖУРНАЛІСТИКИ
Кафедра мультимедійних технологій і медіадизайну

Кваліфікаційна робота

на здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти
на тему:

«Розробка мобільного додатку “ПА – Персональний
Інтроспективний Асистент” для моніторингу ментального здоров’я»»

Терміни реалізації проекту:

початок – 1 червня 2021 р.

закінчення – 24 грудня 2022 р.

Виконала

студентка магістратури
денної форми навчання
спеціальності 061 –
журналістика
освітньо-професійної програми
«Цифрові медіа»
Тетяна БОРОВСЬКА

Керівник

д. н. із соціальних комунікацій
професор
Вікторія ШЕВЧЕНКО

ЗМІСТ

1. Загальні відомості	2
2. Характеристики проекту	13
2.1. Ключові слова	13
2.2. Реферат проекту	13
2.3. Масштаб проекту	17
2.4. Спрямованість проекту	18
2.5. Ступінь новизни	18
3. Організаційний план розробки проекту та організації виробництва	19
3.1. Стан виконання робіт за проектом до моменту його схвалення	19
3.2. Календарний план виконання робіт за проектом	19
3.3. Організація заходів	22
4. Очікувана ефективність проекту	23
4.1. Економічна ефективність проекту	23
4.2. Соціальна ефективність проекту	24
4.3. Інші види ефектів	24
5. Аналіз потенційних ризиків проекту	25
5.1. Основні фактори ризику проекту	25
5.2. Управління ризиками	26
6. Загальні висновки	27
7. Список джерел	28
8. Додатки	
9. Презентація	

1. Загальні відомості

Людську психіку разом з її цінністю та властивостями часто недооцінюють. Експериментально доведено, що переживання від стресової ситуації, змодельованої в голові, рівноцінні переживанням від важкої фізичної травми. І якщо фізичним здоров'ям переймається більшість, бо це те, що завжди на поверхні, про ментальне здоров'я багато чого замовчується з різних причин.

Тема ментальних хвороб все частіше стає ключовою в мистецтві та масовій культурі, але часто романтизується, подається з якимось зайвим лоском. Насправді, у психічних захворюваннях немає нічого романтичного: це когнітивна заноза, яка не дає людям насолоджуватись численними аспектами життя.

Психічні захворювання часто розвиваються на фоні комплексної взаємодії соціальних, психологічних та біологічних факторів. І якщо з генетикою ми посперечатись не можемо, це не означає, що ми обов'язково потрапимо в біологічний капкан. Бо схильність до проблем не передбачає обов'язкової наявності проблем. Когнітивний нейробіолог Керолайн Ліф виділяє генетичні схильності як певний неактивований набір якостей, а пов'язані з цим відхилення проявлятимуться лише в спеціально створених «сприятливих» умовах [6]. Тому пошуки причини своїх бід в генетиці доводять свою неефективність, і перекладання відповідальності за своє життя на жорсткий фатум справедливе лише у виняткових випадках.

В Україні існує ще одна проблема, яка гальмує розвиток суспільства та робить нас “депресивною нацією” на світовій арені: відсутність традиції регулярних візитів до психолога. В той час як у більш розвинених економічно країнах наявність особистого психолога, психотерапевта чи консультанта у цих питаннях є нормою, в нашому суспільстві існує безліч упереджень у цій темі. “Надання психологічних послуг населенню

відбувається дуже повільно, неорганізовано та безсистемно. Сьогодні прийнято говорити про те, що наші люди не дуже-то звикли ходити до психолога. Причини цього різні: традиції, менталітет, дорожнеча послуг, відсутність інформації тощо. У цьому контексті також слід визначати і низьку громадську активність самих психологів і їх професійних спільнот.” [12]. Дана цитата влучно ілюструє те, в якому напрямку рухатиметься ПІА: інформування суспільства насамперед про роль психічного здоров’я в житті людини, потім – про те, які проблеми існують та як їх можна уникнути й вирішити, зробіть доступ до цієї інформації вільним, безкоштовним, започаткує нові для нашого соціуму традиції та як наслідок змінить “менталітет”, який у своїй більшості виступає виправданням для прийняття хибних рішень та формування шкідливих, руйнівних звичок. Доктор психологічних наук, професор Василь Олександрович Лефтеров зазначає, що “Сьогодні назріла необхідність як спільнотам психологів, так і відповідним державним інститутам виробити концепцію комплексної та ефективної системи психологічного обслуговування населення для формування самодостатньої, цілісної, внутрішньо гармонійної та загалом психологічно здорової особистості” [12].

Своїм магістерським проектом ми хочемо представити потенційно найефективніший інструмент в боротьбі з «хворобами суспільства», а водночас і з масовим невіглаством у сфері психічного здоров’я. Цей підхід заснований на переконанні “*praemonitus, praemunitus*”, тобто «хто попереджений, той озброєний», що особливо зручно реалізувати в сучасну епоху масових комунікацій. Найдієвішим способом попередити виникнення проблем є започаткування традиції відповідального підходу та обережного ставлення до свого психічного здоров’я. Мобільний додаток ПІА може потенційно стати одним з флагманів виходу такого підходу в маси. Саме він допоможе зробити регулярну ментальну гігієну соціальною нормою, яка вкрай необхідна сучасному суспільству.

Особливе місце серед проблем, що призводять до часткової чи повної втрати роботоспроможності, а в запущеному вигляді – дієздатності, займає «синдром вигорання». Найчастіше говорячи про даний синдром, мається на увазі саме професійне вигорання. «Цей синдром зазвичай розцінюється як стрес-реакція у відповідь на виробничі й емоційні вимоги, що походять від зайвої відданості людини своїй роботі із супутньою при цьому зневагою до сімейного життя або відпочинку. Безперервне або прогресуюче порушення рівноваги неминуче призводить до «професійного вигорання». «Вигорання» є не просто результатом стресу, а наслідком некерованого стресу. Цей стан виникає внаслідок внутрішнього накопичення негативних емоцій без відповідної «розрядки» або «звільнення» від них. По суті – це дистрес або третя стадія загального адаптаційного синдрому – стадія виснаження» [13].

При професійному вигоранні втрачається мотивація робити щонебудь, навіть банальні буденні справи, які підтримують функціонування організму в нормі, що на пряму негативно впливає на фізичне здоров'я. За статистикою, зібраною FlexJobs та Mental Health America, 75% працівників зазнали вигорання за період пандемії COVID-19. [20] Оскільки ВООЗ позначає вигорання як «явище», а не захворювання [2], наявність даного синдрому не звільняє від тих обов'язків, які лежать на людині. Відчуття немічності та безсилля у подібних ситуаціях лише посилюють довготривалий стрес, а це вже призводить до тих станів, які класифікуються МКХ як хвороби. Окрім професійного, вигорання може бути й емоційним. У ЗМІ часто змішують ці поняття, і вони часто дійсно взаємопов'язані, однак емоційне вигорання виникає не лише при перевантаженні роботою, але й при довготривалій негативній взаємодії з людьми в цілому, при невирішеному конфлікті, який не виходить з голови, при неповноцінному переживанні певної життєвої трагедії, при втраті життєвих орієнтирів тощо.

ЗМІ називають вигорання “синдромом двадцять першого століття” [10], тому контенту про коупінг з цим явищем в інтернет-просторі багато. Але тут виникає зворотній ефект. Перевантаження інфополя невтішними даними про частотність та наслідки стресу призводять до ефекту паніки, в якій люди, не розбираючи ситуацію в повному масштабі, починають уникати стресу за будь-яких умов. А якщо заглибитись у тему стресу, ми побачимо, що в залежності від його тривалості, стрес може діяти на нас позитивно чи негативно. Так, за словами професора нейробіології зі Стенфордського університету Ендрю Губермана, короткотривалий стрес допомагає увімкнути «надможливості» мозку та тіла [3] і це цілком нормально трактувати такий стрес як імпульс до дій: при викиді адреналіну люди здатні подолати труднощі, які перед ними виникли та викликали стрес, і це спонукає їх до розвитку. Якщо ж задача непосильна, короткотривалий стрес перетворюється на довготривалий та починає поступово руйнувати організм.

Окремо слід зазначити негативні наслідки пандемії останніх років COVID-19, яка викликала зниження рівня життя, зокрема через недосліджений постковідний синдром та його вплив на ментальне здоров'я людини [21].

Поведінкові тенденції демонструють, що навіть в епоху надлишковості інформації, членам соціуму все ще складно знайти орієнтири, взяти себе в руки і почати втілювати надбані фрагментарні знання у життя, що є безпосередньою першочерговою задачею отримання цих знань.

Метою проекту є поліпшення якості життя кожного користувача, налагодження соціальних зв'язків та взаємовідносин між людьми у різних сферах життя та насамперед залучення якомога більшої аудиторії до цієї цікавої, неоднозначної, проте достатньо актуальної теми. Для цього заплановано залучити соціальні медіа для підняття обізнаності та

зацікавленості в персональному та суспільному добробуті, а також спеціалістів у сфері психології, соціології та психотерапії для безпосередньої участі у створенні та покращенні проекту.

Розробка мобільного додатку «ПІА» є інноваційним проектом у сфері самоосвіти та психології, а також соціальних комунікацій, заснованим на сучасному підході, який не має зареєстрованих аналогів у світі, проте має потенційних конкурентів, які можуть стати частковими заміниками. Досліджуючи ринок та рішення, які пропонуються, я дізналась, що Європа та Північна Америка вже реалізують проекти, чимось схожі на мій мобільний додаток. Тому для ілюстрації інноваційності нашого проекту необхідно розібрати популярні сервіси зі схожою тематикою, проаналізувати та порівняти їхній формат, функціонал, вартість з тим, що пропонуємо ми. Серед потенційних конкурентів:

- MoodMission (<https://moodmission.com>) – додаток, доступний для IOS та Android вартістю 4,99 доларів. Позиціонує себе як «додаток для подолання стресу, поганого настрою та тривоги». Пропонує фізичні вправи, подкасти для поліпшення емоційного стану користувача та слугує своєрідним «трекером» та має внутрішню систему набору балів, які відображають прогрес;
- Talkspace (<https://www.talkspace.com>) – додаток для «онлайн-терапії», який пропонує користувачеві пройти опитування стосовно його уявлень про психотерапію та психотерапевтів, обрати зручний для нього бюджет-план, після чого зв'яже його з приватним психотерапевтом, який, згідно з описом на офіційному сайті, доступний для обміну повідомленнями 24/7;
- Headspace (<https://www.headspace.com>) – сервіс з підбіркою метадацій на будь-який запит та в різних ситуаціях та емоційних станах. Доступний англійською, іспанською, німецькою, португальською та французькою. Має

безкоштовний тестовий період тривалістю 7 днів, далі пропонує місячну підписку за 9,99 доларів та річну підписку вартістю 49,99 доларів;

- Balance (<https://www.balanceapp.com>) – ще один додаток з медитаціями, які націлені вивести користувачів з негативного стану в залежності від його специфіки (тривога, прокрастинація, апатія, дефіцит уваги тощо). Для кожної медитації можна обрати чоловічий або жіночий голосовий супровід. Перший рік користування сервісом безкоштовний, далі підписка на місяць коштуватиме 11,99 доларів, а на рік – 69,99 доларів;
- MindDoc (<https://mymoodpath.com/en/>) за функціоналом та спрямуванням постає найбільш наближеним до того формату, який ми пропонуємо. Розроблений клінічними психологами та дослідниками у сфері емоційних станів, їхніх складових, причин та наслідків, даний додаток допомагає моніторити внутрішній стан людини, самостійно вести спостереження за допомогою календаря з проаналізованими результатами регулярних міні-опитувань, а також надає платний доступ до статей про різноманітні психологічні проблеми на вибір та пропонує «курси», що складаються з наборів вправ для поліпшення ментального стану людини. Безкоштовний пробний період з обмеженим функціоналом триває 14 днів. Є тижневий пробний період з розширеним функціоналом вартістю 7,49 доларів та преміум версія, що коштує 48 доларів.

Перераховані вище сервіси мають кілька спільних рис: вони доступні однією (лише англійською) чи кількома мовами, серед яких немає української чи російської. Також деякі з них мають безоплатний пробний період, але жоден сервіс не є повністю безкоштовним.

У цьому принципова відмінність нашого додатку від усіх вищезазначених. ППА стане першим україномовним сервісом подібного формату. Тут нюанс не лише в мові, якою подана інформація, але й в урахуванні культурних особливостей та менталітету при створенні формату. Зважаючи на це, ППА не є мобільним додатком для терапії, медитативних практик чи прямої психологічної допомоги (хоча останнє буде однією з доступних функцій у вигляді гарячої лінії). ППА – про самопізнання, про, з одного боку, задоволення інтересу в темі, яка хвилює, а з іншого – певне абстрагування від «нав'язаності» інформації та методів традиційних терапевтичних практик, які лягли в основу інших додатків за темою ментального здоров'я.

Таким чином ми прагнемо мінімізувати ефект спостереження за користувачем, який може створювати тиск, психологічний дискомфорт при користуванні додатком, адже якщо з користувацьким досвідом будуть пов'язані негативні враження, проект не зможе реалізуватись успішно. Усі дії користувача не будуть вимушеними чи контрольованими, буде відсутня реклама, рекомендації також зведені до мінімуму (у форматі рубрик та персоналізованої стрічки контенту): саме в цьому полягає терапевтична функція додатку, який не позиціонує себе як «терапевтичний» – людина повністю розпоряджається своїм життям і все, що вона робить в межах мобільного додатку ППА є її власним свідомим вибором.

Формат додатку ППА – енциклопедичний: тут у різному вигляді будуть зібрані погляди експертів на різноманітні теми, які стосуються ознайомлення з термінологією, розбором звичних та незвичних явищ, поясненням особливостей людської психіки, зокрема для різних типів характерів та особистостей. Водночас, ідея в тому, щоб уникнути інфосміття, пропаганди та поверхнево викладеного матеріалу: тобто тих тенденцій, які наразі прослідковуються в інтернеті та соціальних мережах, на особистих сторінках так званих «коучей» та «експертів», які завдяки

успішному розвитку персонального бренду (а це нерозривно пов'язано з певним іміджем та просуванням конкретних ідей та рішень) можуть обмежити у своїх глядачів, слухачів, учнів бачення людини як складного нестійкого організму з високим рівнем когнітивної та психологічної діяльності. Задля цього кожен матеріал (стаття, подкаст, відео) підлягатиме ретельному аналізу та відбору і далі потраплятиме в одну з запропонованих рубрик. Журналістами та психологами буде також підготовлено ознайомчий матеріал, аби користувач зміг вільніше орієнтуватися в термінології, окремих темах та взаємозв'язках.

Важливим етапом роботи над проектом є розробка брендбуку, оскільки він є одним із ключових елементів внутрішньої та зовнішньої комунікації. Його розробка для нашого проекту є необхідною, оскільки в брендбуку закладаються принципи ідентифікації, універсальності, структурованості і зручності у використанні, філософії бренду та чіткі правила щодо застосування айдентики бренду, відповідно до його концепції та ідеології. Символіка бренду складається в першу чергу з логотипу, фірмових кольорів та шрифтів. Графічні елементи розробленого стилю, зокрема “внесуть функціональність в композицію” [14] самого продукту. Окрім цього, розробка візуальних елементів, в тому числі втілених у брендбуці, вимагає втілення універсальних законів сприйняття композиції: цілісності, контрасту, типізації, підпорядкованості всіх закономірностей і засобів композиції ідейному задуму [15, 53]. Саме тому створення брендбуку на початковому етапі реалізації проекту є доцільним.

Внутрішня комунікація в організації може бути вертикальною та горизонтальною, формальною та неформальною. Комунікаційна мережа між командою, що причетна до створення мобільного додатку «ПА» є варіативною. Вибір форми комунікації залежатиме від міжособистісних стосунків членів команди. Згідно з дослідженнями, близько 70% усіх організаційних комунікацій мають неформальний характер [11].

Комунікаційна мережа всередині нашого колективу потенційно відповідатиме даній цифрі чи буде вищою. Оскільки на автора проекту покладена організація усіх процесів та реалізацією більшості складових, оптимальними формами внутрішньої комунікації слугуватимуть особисті зустрічі, онлайн-конференції та телефонні розмови; серед письмових різновидів – електронне листування для формальної комунікації та залучення меседжерів для неформальної; серед комбінованих – онлайн конференції з презентацією поставлених задач автором проекту та презентацією напрацювань співробітниками та підлеглими.

Деякі з особистих зустрічей чи онлайн-зустрічей включатимуть процеси співпраці: це полегшить виконання окремих видів робіт та підвищить ефективність дотримання інноваційної та креативної складової.

Зовнішня комунікація на ранніх етапах слугує для двох основних цілей: залучення інвестицій і створення та підвищення впізнаваності бренду. В обох випадках є необхідність у креативній та оперативній команді, адже та низка задач, яка перед нами постає, вимагає багато часу, уваги та унікальних ідей. Комунікаційна стратегія у соціальних мережах також має на меті створення довірливих відносин з потенційною цільовою аудиторією.

Для підвищення впізнаваності бренду створено сторінки у Facebook (<https://www.facebook.com/pia.cares.for.you/>) та Instagram (https://instagram.com/pia_cares_for_you/). Наша цільова аудиторія розподілена в основному на цих майданчиках. На Facebook уже створюється невелике ком'юніті, це пов'язано зі специфікою даної мережі: там частіше роблять репости публікацій, а також є шанс “випадково” залучити потенційну цільову аудиторію. Instagram у цьому плані є більш закритим: репости можливі лише в Stories і цим займаються рідше. Тому для розкрутки профіля в Instagram знадобиться налаштування таргетингової реклами.

Наступним етапом буде розкрутка бренду в сервісі TikTok та створення акаунту в Twitter, в основному наповненого афірмаціями та новинами про додаток і про дослідження у галузі психології та здорового способу життя.

Для грамотного ведення сторінок на різних соцмережах необхідні різні стратегії, адже їхня специфіка відрізняється. Для підтримки та розвитку цих сторінок буде залучена команда з SMM-спеціалістів, контент-менеджерів та контент-мейкерів для кожної соціальної мережі. При створенні SMM-стратегії необхідно дотримуватись звичних форматів для кожної соцмережі, водночас зберігаючи унікальний стиль бренду ПА.

Необхідно також створити лендинг з кнопкою «завантажити додаток», який покаже користувачам унікальну торгову пропозицію. Створення сайту, як показали проведені нами дослідження, є необхідним, але відбуватиметься на більш пізніх етапах, ближче до запуску готового продукту в App Store та Play Market. На відміну від соціальних мереж та інших засобів зовнішньої комунікації, веб-сайт – єдиний інструмент в Інтернеті, що повністю підпорядкований організації.

Для залучення інвестицій необхідно детально продумати пітчінг: виділити основні моменти та цікаво їх подати, акцентуючи на новизні, суспільній користі, та потенційних позитивних ефектах проекту. Для точної передачі меседжу я планую співпрацювати з моушн-дизайнером, який зможе візуалізувати концепцію, зробивши її «живою», а також створю аудіосупровід, який водночас створюватиме атмосферу довіри та виділятиме нас з-поміж потенційних конкурентів.

Важливо також окреслити архетипи бренду та пояснити, чому саме їх ми взяли за основу в побудові іміджу та комунікації проекту ПА. В основі лежить архетип Мага, покликаний замотивувати суспільство на глибинні трансформації, які починаються з кожної людини. За класифікацією Юлії Лос з Академії архетипічного брендингу, стратегія

Мага полягає у тому, щоб “створити бачення та жити ним” [7], його бажання – “знати, як працює світ чи Всесвіт, робити мрії та сни реальністю, створювати “чарівні моменти”” [7], а ціль – реалізовувати ці мрії. Цей архетип відповідає меті та місії інноваційного проекту. А в якості засобів досягнення цієї мети, реалізації нашої місії, було обрано якості архетипів Ментора, який, власне, відображає клієнтоорієнтованість та щире зацікавлення у користувачах та Шукача, готового виходити за рамки звичного, зрозумілого, найвищою цінністю якого є свобода та повноцінне життя.

Формат додатку, а також ідея структуризації якісної інформації, створення ознайомчого, доступного контенту та феномен “пояснення складних явищ простими словами та аналогіями” мають багато спільного з архетипом Мудреця.

Також, враховуючи усі нюанси комунікаційної стратегії, ми схильні вважати, що основним архетипом нашої цільової аудиторії є архетип Невинного, який прагне пізнати себе і світ навколо, стати щасливим і жити в гармонії.

Серед візій проекту, запланованих на наступний етап, – створення бази консультантів для платного живого спілкування та перетворення концепції ПІА на голосового помічника на базі штучного інтелекту на кшталт Siri (Apple Inc.) чи Аліси (Яндекс).

2. Характеристики проекту

2.1. Ключові слова

Мобільний додаток, цифрові медіа, психологія, самоосвіта, інноваційний проект, масові комунікації, соціальна значущість.

2.2. Реферат проекту

Назва проекту:

Розробка мобільного додатку «ПАА – Персональний Інтроеспективний Асистент» для моніторингу ментального здоров'я.

Опис проекту:

ПАА чи Персональний Інтроеспективний Асистент – це комплексний застосунок для аналізу, моніторингу, профілактики та покращення ментального стану людини.

- **Персональний** – особистий, бо знаходиться на смартфоні користувача, та персоналізований, бо налаштовується відповідно до його побажань та потреб.
- **Інтроеспективний**, тобто такий, що займається дослідженням і пізнанням моментів власної активності: окремих думок, образів, почуттів, актів мислення та станів.
- **Асистент** – помічник. Не психотерапевт, не радник, а компаньйон користувача на його шляху до самопізнання та самовдосконалення.

Вибір формату мобільного додатку пов'язаний головним чином з такими особливостями:

- **портативність** – смартфон – це те що в нас постійно під рукою. Онлайн-платформа дозволяє «завжди бути на зв'язку», а якщо онлайн недоступний, в кеші зберігаються останні перегляди та базові дані;
- **інтерфейс** – візуальна складова в цьому питанні є надзвичайно важливою, а тому комбінація персоналізованих елементів дизайну, що

відповідають емоційному стану користувача та задовольняють його потреби на даний момент, обумовлюють вибір мобільного додатку для реалізації його проекту.

Принцип роботи мобільного додатку для користувача розділений на наступні етапи:

1. Збір даних у формі тесту чи анкетування.
2. Знайомство. Тут відбувається презентація даного проекту, користувач ознайомлюється з нюансами роботи з ППА та перевагами використання додатку на постійній основі. Після чого користувач може поділитись додатковою інформацією, яку вважає необхідною та яка не була врахована на першому етапі.
3. Обробка даних. На цьому етапі відбувається евалюація та аналіз бекграунду користувача.
4. Персональне налаштування. Частина налаштування відбувається автоматично, інше користувач зможе відкоригувати сам. Серед таких налаштувань, наприклад, вільний вибір тем, що цікавлять, вигляд інтерфейсу, нагадування та сповіщення, формат подачі інформації, тощо.
5. Видача порад відповідно до оброблених даних користувача.
6. Пропозиція додаткових джерел для заглиблення у цікаву для читача тему.
7. Подальший аналіз матеріалів з найбільшим попитом та розвиток у цьому напрямі.

Користувач зможе проходити персоналізовані опитування в той час, коли йому зручно і необмежену кількість разів. Усі дані зберігатимуться в особистому кабінеті в хмарному сховищі.

Вирішення проблем державного та глобального рівня:

Вагома соціальна користь даного проекту дасть йому шанс отримати підтримку місцевих та всесвітніх організацій, які займаються захистом прав, свобод та здоров'я людини. Це, зокрема, спеціалізована структура UNICEF, яка займається захистом прав та інтересів дітей та молоді. З огляду на таку аудиторію, в перспективі можна створити спільний проект, метою якого буде популяризація психологічної освіти, самоосвіти серед дітей та молоді. У перспективі можливе звернення до Amnesty International – правозахисної організації, яка веде активну боротьбу з усіма видами дискримінації, а також проводять дослідження порушень прав людини.

За будь-якої співпраці з організаціями, які займаються захистом прав та свобод людини, ПША не братиме участь у політичній діяльності та не виражатиме жодної політичної прихильності чи засудження, адже це не відповідає нашій концепції.

Основні техніко-економічні показники:

Для створення мобільного додатку, налаштування функціоналу та запуску необхідно залучити відповідних фахівців. Для розробки інтерфейсу, фірмового стилю та роботи з іншими візуальними складовими планується залучити веб-дизайнера. Також передбачається консультація маркетолога та спеціаліста у створенні ефективного брендингу. Для створення та поповнення інформаційної бази, а також для подальшого покращення функціоналу та освітньої функції проекту необхідно залучити дипломованих або сертифікованих психологів різних напрямків. Для популяризації проекту в соціальних медіа, а також налаштування та ведення комунікації проекту в соціальних мережах знадобиться залучення журналістів та блогерів.

Наявність фізичних робочих місць, а також особливого приміщення та обладнання для реалізації даного проекту не передбачена. Представники

усіх вищезазначених професій найматимуться на умовах фрілансу чи дистанційної роботи.

Термін реалізації проекту: 1 червня 2021 р. – 24 грудня 2022 р..

Витрати на реалізацію проекту: 145,6 тисяч гривень

Джерела і умови фінансування проекту:

Найкращим джерелом фінансування даного проекту можна вважати так звану «підвішену послугу». Оскільки основною ідеєю (яка реалізується при наявності відповідної можливості) є зробити сервіс безкоштовним, тобто доступним для всіх, рекомендую запровадити частково благодійну, частково інвестиційну систему, що базується на краудфандингу. Так, ті, хто може собі дозволити регулярні візити до терапевта, по суті, нічого не втратять, інвестувавши в проект, що дозволяє проводити автономні сеанси; натомість ті, хто не може собі дозволити подібного, здобудуть можливість поєднати самоосвіту з самопізнанням.

Зацікавитись у добробуті власних працівників можуть й успішні організації, але в такому разі в проект доведеться внести модифікації чи створити спеціальний окремий додаток, в основу якого ляже структура та формат ПІА.

Таблиця 1. Стислий перелік робіт та необхідні обсяги фінансування.

п/п	Найменування робіт	Необхідні обсяги фінансування (у тис. гривень)
1.	Розробка логотипу, фірмового стилю та інтерфейсу додатку	10
2.	Розробка мобільного додатку	48
3.	Консультація маркетологів та налаштування комплексної реклами додатку	15
4.	Створення та ведення офіційних сторінок у соціальних мережах	11
5.	Популяризація бренду в соціальних медіа блогерами та журналістами	15
6.	Консультація з психологами	20
7.	Створення та запуск лендингу і сайту	23
8.	Юридичне оформлення проекту, збір необхідних документів, патент на інтелектуальну власність	3,6
	Усього	145,6

Оцінка ефективності проекту:

Економічний ефект: проект неприбутковий.

Соціальний ефект: формування у членів суспільства здорової звички доглядати за своїм психологічним станом, зменшення конфліктів та непорозумінь між людьми, оптимізація часових та фінансових витрат на психотерапію, поліпшення обізнаності в психології людини.

2.3. Масштаб проекту

Державний: Початково дана послуга все-таки більш орієнтована на нашу культуру, якій чужі певні «Західні» елементи, зокрема надмірна відкритість, певний маркетингово-капіталістичний лоск (тому сервіс початково безкоштовний). Вітчизняний менталітет відрізняється від західного більшою закритістю, певним замовчуванням проблем або взагалі їх ігноруванням. За допомогою інформаційної політики в соціальних медіа я планую показати нашим співвітчизникам, що проблеми та незручності

виникають у всіх, і що регулярно слідкувати за своїм внутрішнім станом, очищуючись та розбираючись з дрібними незручностями, раціональніше та менш шкідливо, ніж виправляти ситуацію, в якій через накопичення невирішених проблем зруйнувався здоровий, природній порядок речей.

Глобальний: в планах створення версії англійською, пізніше – іншими міжнародними мовами. Це дозволить нам поділитись зі світовою спільнотою ще одним корисним інструментом для моніторингу та поліпшення психічного здоров'я кожного громадянина. Соціальний напрямок проекту та грамотна інформаційна політика дозволять вийти на світову арену в якості новаторів: тема з одного боку високоактуальна та гостра у сучасному суспільстві, з іншого – ми пропонуємо такі нововведення, до яких соціум прагне, проте ще не дійшов.

2.4. Спрямованість проекту

Даний проект має на меті надати кожному бажаючому доступ до елементарних та поглиблених знань функціонування своєї психіки, зорієнтувати користувачів у справжніх власних потребах та бажаннях. За допомогою нашого сервісу можна буде вирішити в тому числі проблеми криз різного віку. В будь-якому разі самоаналіз, слідування власним потребам та самостійне вирішення проблем є дієвішим, ніж зовнішній вплив, нав'язування, запізнене виховання та примусові технології.

2.5 Ступінь новизни

Враховуючи особливості описаної вище концепції та відсутність аналогів подібного мобільного додатку у світі, ми оцінюємо ступінь новизни нашого проекту як високу. Він дозволить членам суспільства оптимізувати свій час та зусилля на пошук психологічної допомоги чи навіть елементарної розради й отримати нові та систематизувати набуті знання у даній сфері.

3. Організаційний план розробки проекту та організації виробництва

3.1. Стан виконання робіт за проектом до моменту його схвалення.

○ досліджено та обґрунтовано наукові аспекти	100%
○ досліджено та обґрунтовано технічні аспекти	90%
○ проведено теоретичні та експериментальні дослідження	40%
○ розроблено технологію, ескізний і технічний проект	80%
○ розроблено робочу документацію, створено дослідні зразки	90%
○ наявні необхідні права на об'єкти інтелектуальної власності	0%
○ проведено соціальні дослідження	50%
○ наявність матеріально-технічної бази	70%
○ наявність необхідного персоналу	50%
○ визначено та узгоджено фінансування проекту	20%
○ визначено та узгоджено місце виконання проекту	100%
○ інші види робіт	60%

3.2. Календарний план виконання робіт за проектом

Таблиця 2. План виконання робіт за проектом.

п/п	Найменування робіт	Виконавець	Термін, міс.	Витрати, тис. гривень
1	Підготовчий етап			
1.1	Дослідження теоретико-соціологічної бази	Боровська Т. І.	1 червня - 1 липня 2021 р.	0
1.2	Збір та систематизація даних	Боровська Т. І.	1 липня - 31 листопада 2021	0
1.3	Пошук необхідних фахівців	Боровська Т. І.	1 липня - 31 грудня 2021 р.	0

1.4	Консультація з програмістами	Боровська Т. І.	1 - 31 серпня 2021 р.	3
1.5	Внесення правок у технічне завдання, план та календар робіт, коригування функціоналу додатку	Боровська Т. І.	1 - 31 вересня 2021 р.	
2	Етап виконання			
2.1	Розробка логотипу та фірмового стилю та інтерфейсу	Боровська Т. І., Авдєєва А. А.	1 вересня - 15 жовтня 2021 р.	10
2.2	Розробка контент-плану для публікацій в соціальних мережах	Боровська Т. І.	15 жовтня - 1 листопада 2021 р.	0
2.3	Розробка брендбуку	Боровська Т. І.	20 листопада - 29 грудня 2021 р.	0
2.4	Оформлення лендингу	Боровська Т. І.	1 - 29 грудня 2021 р.	0
2.5	Розробка прототипу	Боровська Т. І.	3 січня - 10 лютого 2022 р.	0
2.6	Юридичне оформлення проекту, збір необхідних документів, патент на інтелектуальну власність	Боровська Т. І., Боровська Н. В.	11 лютого - 31 квітня 2022 р.	3,6
2.7	Залучення психологів та інших експертів для поповнення та структуризації інформаційної бази	Боровська Т. І., Запацька А. М., психологи	3 1 лютого 2022 р.	20
2.8	Пошук та залучення фінансування	Боровська Т. І., Боровська Н. В.	3 1 травня 2022 р.	0
2.9	Розробка мобільного додатку	Захаренко С. І., Байрака М. В. та команда	7 січня - 31 вересня 2022 р.	45
3.	Етап просування			
3.1	Створення сторінок у соціальних мережах, публікації в інтернеті та	Боровська Т. І., Федорова А. О.,	3 10 листопада 2021 р.	11

	налаштування таргетингової реклами			
3.2	Створення сайту	Боровська Т. І. та команда	2 травня - 1 червня 2022 р.	4
3.3	Запуск лендингу	Боровська Т. І.	2 травня 2022 р.	14
3.4	Робота з маркетологами	Effect M	3 2 травня 2022 р.	15
3.5	Тестування додатку	Волонтери	31 вересня - 1 листопада 2022 р.	0
3.6	Проведення необхідних модифікацій	Боровська Т. І. та відповідні спеціалісти	1 листопада - 10 грудня 2022 р.	?
3.7	Проведення рекламної кампанії до запуску на цифрових майданчиках	Боровська Т. І.	10 грудня - 24 грудня 2022 р.	15
4	Етап запуску проекту			
4.1	Запуск сайту	Боровська Т. І. та відповідні спеціалісти	24 грудня 2022 р.	5
4.2	Запуск мобільного додатку в App Store Play та Market	–	24 грудня 2022 р.	–

3.3. Організація заходів.

Стислий перелік технологічних процесів.

Необхідно дотримуватись порядку, зазначеного в плані виконання робіт та оперативно реагувати на будь-які зовнішні чинники, що можуть зсунути визначені дати.

Основним виконавцем та керівником процесами є автор проекту. Деякі задачі входять в мої компетенції завдяки освоєнню певного матеріалу, навчаючись на ОПП “Цифрові медіа”. Інші завдання виконуватимуть дипломовані чи сертифіковані спеціалісти або люди/організації з досвідом роботи.

На даному етапі розроблено фірмовий стиль бренду: логотип створений та оформлений у двох варіаціях, обрані фірмові кольори та кольорові темі, фірмовий шрифт, який використовуватиметься всередині додатку. Також створений брендбук, де втілена філософія та концепція бренду, і все вищеперечислене обґрунтовано та представлено візуально.

Також реалізовано запуск сторінок у соціальних мережах Facebook та Instagram, наповнення сторінок контентом відбувається регулярно, згідно зі складеним та затвердженим контент-планом. Довготривалим процесом виявився збір та аналіз даних, необхідних для написання ознайомчих статей всередині додатку та перших публікацій в соціальних мережах.

Після цього буде оформлено лендинг. Для оптимізації часу та коштів запуск лендингу планується після запуску мобільного додатку.

Створення бази даних з матеріалами, що є у відкритому доступі, почнеться безпосередньо перед затвердженням фінального варіанту прототипу додатку та розробки самого застосунку програмістами.

4. Очікувана ефективність проекту

4.1. Економічна ефективність проекту.

Даний проект не приносить прямого прибутку, проте має перспективу вплинути на продуктивність індивідумів в цілому. Кожен роботодавець зацікавлений в оптимізації та якісному виконанні роботи своїми підлеглими, а тому спостерігається потенційний непрямий масштабний економічний ефект.

4.2. Соціальна ефективність проекту.

Саме досягнення соціального ефекту є основною метою інноваційного проекту “ПІА – Персональний Інтроективний Асистент” для моніторингу ментального здоров’я”. В здоровому не лише фізично, але й ментально соціумі усі соціальні процеси виходять на новий рівень. Починати треба з малого: Україна часто посідає останні місця в рейтингах щастя країн. Там враховуються такі показники, як тривалість життя, політична та економічна ситуація в країні, тощо. Якщо перший показник напряду залежить від психологічного стану людини, то на наступних двох зупинимось детальніше.

Деякі люди в нашій країні цікавляться політичним життям, бо прагнуть на нього вплинути, генерувати нові корисні ідеї та шукати способи їх втілення. Інші – з захопленням слідкують за політичним фарсом, піддаються очевидній та неякісній пропаганді, яка псує їхнє життя. Такі випадки зумовлені в тому числі недостатньою увагою до свого власного внутрішнього світу, за рахунок недосліджених внутрішніх блоків та комплексів створюється проекція закоркованого всередині негативу на оточуючий світ. Ця нездорова тенденція породжує замкнений круг ненависті та агресії, в той час, як можна елементарно розібратись зі своїми забутими чи непоміченими психологічними проблемами. Цим, власне, і

займається психотерапія. І тут варто зазначити про економічну проблему: навіть коли для більшості українців походи до психолога стануть чимось буденним, радше ніж соромним, економічна ситуація в нашій країні не дозволить зробити це такою ж соціальною нормою, як на заході, де кожен навіть з рівнем доходу нижче середнього має персонального психолога.

Саме задля вирішення цієї економічної проблеми з'явилась ідея зробити сервіс безкоштовним та адаптувати його під користувача з будь-якими смаками, життєвими пріоритетами та можливостями.

4.3. Інші види ефектів.

Усі види прогнозованих ефектів нерозривно пов'язані між собою. Вище було описано вірогідний взаємозв'язок очікуваних ефектів, який можна продовжувати у будь-якому заданому напрямі. Наприклад, робота над собою може призвести до розвитку таких душевних якостей як емпатія, проникливість, інтуїція – це складові емоційного інтелекту, який часто є одним з ключових навичок ідеального працівника для роботодавців сучасних успішних компаній. Очевидно, цей ефект причетний до покращення та розвитку глобальної економіки, хоча більш цінним ефектом тут є усвідомлення власної цінності потенційним користувачем. З іншого боку, різностороння та неупереджена подача інформації у всьому (окрім того, що стосується важливості ментального здоров'я, самоосвіти та самопізнання) сприяє розвитку критичного мислення, логіки, а це позитивно відображається як на професійній сфері, так і на особистому та буденному житті.

5. Аналіз потенційних ризиків проекту

5.1. Основні фактори ризику проекту.

1. Одним з основних очікуваних факторів ризику є нападки з боку дорогих психотерапевтів. Йдеться про можливі інформаційні атаки, спрямовані підірвати репутацію бренду через страх зменшення клієнтів.

2. Окрім цього, може бути присутнє небажання проходити реєстрацію для створення особистого кабінету та страх витоку особистої інформації.

3. Потенційна імітованість формату/наповнення.

5.2. Управління ризиками

1. Головним методом управління ризиками є потужна інформаційна кампанія. Необхідно не лише постійно поповнювати соцмережі, блоги та ЗМІ публікаціями про користь ментального здоров'я, методи його захисту тощо, але й вчасно спростовувати можливі наклепи та захищатись від інформаційних атак недобросовісних конкурентів.

Разом з тим, конкуренція з приватними психотерапевтами тут недоцільна. Необхідно розуміти, що даний мобільний додаток не претендує на роль повноцінного замітника консультації зі спеціалістом та спілкування з людьми. Він лише полегшує задачу тим, кому вищезазначені альтернативи тимчасово недоступні. Тому ще однією задачею управління ризиками є завжди доносити точну інформацію, не вводячи випадково користувачів в оману, адже обрана сфера є дуже суперечливою, тому професіоналізм залучених кадрів є визначальним.

2. Сервіс забезпечує повну анонімність (для тих, хто не обере інше) за допомогою шифрування даних. Серед правил і нормативні актів гарантія конфіденційності даних.

3. Необхідно вивчити патенти на схожі сервіси (за нашими оцінками, прямих конкурентів немає, проект є інноваторським форматом,

проте краще довірити перевірку Укрпатенту) та захистити авторські права на те, чим наша модель відрізняється. Є шанс закріпитись у масовій свідомості як еталон. Будь-яка імітація розглядатиметься юристами, а якщо порушень не буде, серед переваг над потенційними конкурентами й очевидний часовий люфт: ми запровадили дану систему раніше, а тому будь-яка імітованість буде менш актуальною. До того ж, ми оперативніше додаватимемо нові функції та прибиратимемо застарілі.

6. Загальні висновки

Проблеми, про які йде мова, існували завжди. Але ніколи не поставали так гостро, як у глобалізованому світі. Тому сьогодні існує багато методів їх вирішення: є безліч літератури, спеціалістів, порад на усіх медіаплатформах від форумів до ютуб-каналів та ЗМІ. Але хто займатиметься сортуванням такої маси контенту? Саме тут в гру вступає ПІА. ПІА – це енциклопедичний сервіс, який буквально «підлаштовується» під настрій споживача та видає йому персоналізовану, тобто корисну саме для нього інформацію, при чому саме так, як йому це потрібно. Йдеться про поєднання як самого наповнення, так і характеру подачі інформації.

Формат віртуального персонального асистента допомагає подолати дискомфорт, що виникає у спілкуванні з живими людьми, в тому числі й страх бути незрозумілим та засудженим. Перевага такого формату над традиційною психотерапією очевидна: зменшується період звикання, а ще ПІА доступний в будь-який час, тому не доведеться будувати планів та томитись в очікуванні сеансу.

І тим не менш, варто пам'ятати, що запропонований для створення сервіс не є заміником лікування, він створюється для профілактики та вчасного виявлення ментальних несправностей, для регулярного догляду за собою.

Отже, ПІА – це інноваційний проект у сфері цифрових медіа та соціальних комунікацій, який вкрай необхідний сучасному суспільству для оптимізації часу, зусиль, в тому числі пошукових, та виведення людських взаємовідносин на новий рівень.

7. Список джерел

1. Brie W. Reynolds FlexJobs, Mental Health America Survey: Mental Health in the Workplace – соціологічне дослідження — Режим доступу: <https://www.flexjobs.com/blog/post/flexjobs-mha-mental-health-workplace-pandemic/>
2. Burn-out an "occupational phenomenon": International Classification of Diseases / World Health Organisation, 28/05/2019 — Режим доступу: <https://www.who.int/news/item/28-05-2019-burn-out-an-occupational-phenomenon-international-classification-of-diseases>
3. Dr. Robert Sapolsky: Science of Stress, Testosterone & Free Will | Huberman Lab Podcast #35 – подкаст Ендрю Губермана, інтерв'ю з Робертом Сапольські — Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=DtmwtjOoSYU>
4. Innovations in Science and Technology: the XVI All-Ukrainian R&D Students Conference Proceeding, (Kyiv, April 18, 2016) / National Technical University of Ukraine “Kyiv Polytechnic Institute”. – Part II. – Kyiv, 2016. – 116 p.
5. Lits M. Du récit au récit médiatique, 2e Édition / M. Lits, J. Desterbecq — 2017, 272 p. – p. 59
6. Neuroscientist Explains Brain & Mind Connection – інтерв'ю з когнітивним нейробіологом Керолайн Ліф — Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=EDiLXS6WG1w&t=2s>
7. Архетип “Визионер” (Волшебник) /Юлия Лос — Режим доступу: <https://yulialos.com/archetypes/opisanie-arhetipov/magician/>
8. Броннікова Л.В. Проблеми розвитку науки і освіти в інформаційному суспільстві / Л.В. Броннікова // Вісник Національного авіаційного університету. Серія : Філософія. Культурологія : Збірник наукових праць. – Вип. 2 (24). – К.: НАУ, 2016. – С. 40-43.

9. Даниелян Н. В. Информационное общество — сетевое общество — «общество знания». М.: МГОУ, 2014. 112 с.
10. Емоційне вигорання або синдром двадцять першого століття / DeltaMed, 06/06/2020 — Режим доступу: <https://delta-med.com.ua/emotsijne-vygorannya-abo-syndrom-dvadsyat-pershogo-stolittya/>
11. Ефременко Д. В. Концепция общества знания как теория социальных трансформаций: достижения и проблемы // Вопросы философии. 2010. № 1. С. 49—61.
12. Крисько, Ж.Л., Скишляк, О.А. Важливість неформальних комунікацій в управлінні бізнесом. Інфраструктура ринку. Електронний науково-практичний журнал, (32), 131-136. / Режим доступу: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/32_2019_ukr/21.pdf.
13. Лефтеров В. О. Проблеми психологічного здоров'я та надання психологічних послуг населенню / В. О. Лефтеров // Інтегративна антропологія. - 2013. - № 2. - С. 47-50. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ia_2013_2_10
14. Синдром вигорання / Нромова Tetyana – дослідження CRUPP, 02/11/2017 — Режим доступу: <https://crupp.org/uk/sindrom-vigorannya/>
15. Шевченко В. Е. Визуальный контент как тенденция современной журналистики // Медиаскоп: Электронный журнал факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова. –Выпуск 4. – 2014. — Режим доступу: <http://www.mediascope.ru/node/1654>
16. Шевченко В. Е. Законы дизайн-композиції : Електронні дидактичні демонстраційні матеріали з дисципліни «Основи технічної естетики і дизайну видання» для студентів напряму підготовки 6.030303 «Видавнича справа та редагування» . – Режим доступу:

- <http://smd.univ.kiev.ua/?p=7364> - К.: Інститут журналістики, 2015. – 168 слайдів.
17. Шевченко В. Е. Художні засоби композиції (закони гармонії) : Електронні дидактичні матеріали з дисципліни “Основи технічної естетики та дизайну видання ” для студентів напряму підготовки 6.030303 «Видавнича справа та редагування». - Ч. 1. Види симетрії/ Режим доступу: <http://smd.univ.kiev.ua/?p=13162> – К. : Інститут журналістики, 2015. – 114 слайдів.
 18. Шевченко В. Художні засоби композиції (закони гармонії) : Електронні дидактичні матеріали з дисципліни “Основи технічної естетики та дизайну видання ” для студентів напряму підготовки 6.030303 «Видавнича справа та редагування». – Ч. 2. Динаміка та статика / Режим доступу: <http://smd.univ.kiev.ua/?p=13165> – К. : Інститут журналістики, 2015. – 164 слайда.
 19. Шевченко В. Е. Художні засоби композиції (закони гармонії) : Електронні дидактичні матеріали з дисципліни “Основи технічної естетики та дизайну видання ” для студентів напряму підготовки 6.030303 «Видавнича справа та редагування». – Ч. 3. Змістовий центр. /Режим доступу: <http://smd.univ.kiev.ua/?p=13169> – К. : Інститут журналістики, 2015. – 120 слайдів.
 20. Шевченко В. Е. Візуальне сприйняття і застосування гештальтпсихології в дизайні видання: Електронні дидактичні демонстраційні матеріали з дисципліни «Основи технічної естетики і дизайну видання» для студентів напряму підготовки 6.030303 «Видавнича справа та редагування» Інституту журналістики / Вікторія Шевченко. - Режим доступу: <http://smd.univ.kiev.ua/?p=9868> – К.: Інститут журналістики, 2015. – 75 слайдів.

21. Як постковідний синдром впливає на психічне здоров'я? – Міністерство охорони здоров'я України — Режим доступу: <https://www.facebook.com/moz.ukr/videos/640867023748300/>
22. Яловий Г.К. Економіка та організація виробництва / Яловий Г.К., Пашін В.П., Сичов В.С. – К.: "Політехніка", 2004. – 80 с.