

**САРАТОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н. Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО**

ЮРИДИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

КАФЕДРА СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

КРИЗИСНЫЕ КОММУНИКАЦИИ:

ДОЛГОСРОЧНАЯ СТРАТЕГИЯ

VS

СИТУАТИВНАЯ РЕАКЦИЯ

**СБОРНИК ТЕЗИСОВ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ**

г. Саратов

2022

УДК 323.21
ББК 66.3(2Рос)
К 82

К 82 Кризисные коммуникации : долгосрочная стратегия vs ситуативная реакция : сборник материалов по результатам научно-практической конференции (27 мая 2021 г., СГУ имени Н.Г. Чернышевского, г. Саратов) /под ред. О.Ю. Голуб, Е.В. Сергеева. - Саратов : Издательство "Саратовский источник", 2022 – 59 с.

ISBN 978-5-6047773-7-4

В опубликованных докладах ученых исследуются теоретические вопросы изучения кризисных коммуникаций, представлены актуальные тенденции практики организации кризисных коммуникаций в современных организациях, рассматриваются отдельные социальные технологии, методы и приемы организация проактивных и реактивных коммуникаций в период кризиса.

Редакционная коллегия:
д. соц. н., профессор О.Ю. Голуб (ответственный редактор),
к. полит. н., доцент Е.В. Сергеева

УДК 323.21
ББК 66.3(2Рос)

ISBN 978-5-6047773-7-4

© Коллектив авторов, 2022.

3. *Мусийчук М. В.* Коммуникативный механизм юмора как средство эффективного воздействия политического лидера // Мир науки. 2015. № 3. С. 35.
4. Путин — о секрете физической формы // Комсомольская правда [Сайт]. URL: <https://www.chel.kp.ru/daily/26763/3795111/> (дата обращения 21.05.2021).
5. *Трубецкой А. Ю.* Психология репутации – в социально-политической коммуникации : автореф. дис. ... д-ра психол. наук : 19.00.05. М., 2006. 48 с.

И. В. Повх
г. Брест

КОРПОРАТИВНЫЙ ФОЛЬКЛОР КАК ИНСТРУМЕНТ КРИЗИСНОЙ КОММУНИКАЦИИ¹

С точки зрения культуры, фольклор представляет собой совокупность текстов, артефактов и ритуалов, выступающих объединяющим фактором для группы людей, общим языком, посредством которого создаётся общий смысл, нередко понятный только участникам данной группы. Выступая объединяющим фактором, данный смысл приобретает особое значение в ситуации кризиса, неизменно сопровождающегося дефицитом собственных психологических ресурсов и потребностью во внешней поддержке.

Зарубежные исследователи выделяют следующие этапы коммуникации в ситуации кризиса: сбор фактической информации и формулировка ключевых сообщений; назначение лица, ответственного за донесение информации; установление целевой аудитории; выбор способа представления информации; контроль результативности публичных заявлений; оценка первой реакции и анализ новой информации; установление необходимости дальнейших публичных обращений [1; 2].

В зависимости от этапа, кризисная коммуникация выполняет одну или несколько из нижеуказанных задач: предоставление персоналу актуальной информации о ситуации; обеспечение понимания сотрудниками своих основных задач; сокращение масштабов проблемы, ограничивая её соответствующим подразделением или объектом; демонстрация приоритета безопасности и благополучия клиентов и сотрудников; защита репутации компании; демонстрация стремления предупредить и разрешить ситуацию.

Фольклорные речевые акты, используемые в контексте кризисной коммуникации, способствуют упорядочиванию отношений внутри организационной структуры, контролируя и направляя каждого из её представителей. Включение легенд об истории возникновения компании, её руководителях и знаменитых сотрудниках делает сообщение более личным, и, следовательно, убедительным и заслуживающим доверия. Рассказы о том, как

¹ Автор выражает благодарность Белорусскому республиканскому фонду фундаментальных исследований за финансовую поддержку проведения исследования и подготовки статьи в рамках задания «Белорусская фольклористика в современном мире: методологический, проблемно-тематический диапазон, теоретические новации»; договор № Г20У-004, номер государственной регистрации 20201112 от 26.06.2020/.

руководство компании справлялось с подобными проблемами в прошлом, способствуют лучшему пониманию участниками кризисной коммуникации своих основных задач, укрепляют уверенность сотрудников в собственных силах и в успешном разрешении ситуации. Артефакты материального фольклора, за каждым из которых стоит собственная история, иллюстрирующая динамику создания и совершенствования продукта, выпускаемого компанией, демонстрируют успешность бренда, содействуют защите корпоративной репутации и, следовательно, опять же повышает доверие целевой аудитории как к представленной ей информации, так и к её источнику.

Таким образом, корпоративный фольклор по своей сути представляет собой документальное свидетельство используемой компанией стратегии принятия решений, вовлекая в данный процесс всех заинтересованных лиц – в качестве как исполнителей, так и аудитории. Артефакты и нарративы составляют коллективную память бренда, выступая эффективным механизмом донесения до потребителя и общественности информации о корпоративной идентичности, миссии и ценностных ориентирах компании, что, в свою очередь, способствует укреплению её позиций на рынке.

Список использованных источников и литературы:

1. *Bernstein J.* The 10 Steps of Crisis Communications // Официальный сайт Bernstein Crisis Management [Сайт]. URL : <https://www.europarc.org/communication-skills/pdf/10%20Steps%20of%20Crisis%20Communications.pdf> (дата обращения: 23.05.2021).
2. *Waryjas, M.A.* Effective Crisis Management: Grace Under Pressure // Katten Muchin Zavis Rosenman [Электронный ресурс]. URL: https://katten.com/files/19748_effective%20crisis.pdf (дата обращения: 23.05.2021).

А. Я. Сарна
г. Минск

УПРАВЛЕНИЕ БУДУЩИМ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

В современной ситуации интенсификации взаимодействий на всех уровнях развития общества под воздействием технологий существенно возрастают риски возникновения конфликтных ситуаций, политических кризисов и правовых разногласий между разными социальными акторами. Государство пытается адаптироваться к вызовам времени и разрабатывает инструменты, способствующие трансформации управления из одномерных линейных социально-экономических процессов в стратегические программы на уровне политики технологического развития – в рамках новой парадигмы государственного управления *Anticipatory State*. Для этого создаётся многоуровневая аналитическая структура с высокой степенью доступа к различным источникам информации. Далее прорабатываются все негативные сценарии развития ситуации на разных уровнях (от природных катаклизмов до социальных международных противостояний) и предлагаются алгоритмы поэтапного программирования антикризисной деятельности: