

## Кризисные коммуникации в компании железнодорожного транспорта

Научный руководитель – Гавра Дмитрий Петрович

*Петшик Дарья Аркадьевна*

*Студент (магистр)*

Санкт-Петербургский государственный университет, Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций Кафедра связей с общественностью в бизнесе,  
Санкт-Петербург, Россия  
*E-mail: dpetshik@yandex.ru*

Компания, осуществляющая железнодорожные перевозки, несет ответственность за их безопасность, а также, если мы говорим о национальном операторе, каким является ОАО «РЖД», и за безопасность страны. Информационное сопровождение деятельности компании с особым государственным значением имеет ряд отличий от сопровождения иного бизнес-субъекта. В связи с этим, коммуникационная политика железнодорожной компании должна быть четко сформулирована, обоснована, одобрена высшими должностными лицами, регламентирована в соответствующих корпоративных документах [п4].

Под контролем компании железнодорожного транспорта находятся объекты повышенной опасности, поэтому управленческий персонал должен быть готов к разного рода происшествиям, чтобы вовремя их устранить либо уменьшить тяжесть последствий. В частности, от своевременного реагирования службы по связям с общественностью на непредвиденную ситуацию зависит, насколько быстро организация нивелирует репутационные и финансовые угрозы, а также обеспечит безопасность пассажиров и работников.

Оперативность службы корпоративных коммуникаций сегодня имеет первостепенное значение, принимая во внимание широкое распространение онлайн-коммуникации. Технический прогресс и диджитализация контента стали катализатором одного из главных трендов сегодняшнего дня - становления социальных сетей как канала кризисных коммуникаций. Изучением этой тенденции занимается Т. Кумбс, стратеги по кризис-менеджменту и кризисным коммуникациям. Т. Кумбс считает, что в современных условиях система реагирования должна увеличить скорость в несколько раз, а кризисная команда работать в интернете 24/7. Тем не менее, суть кризисных коммуникаций остается без изменений. Во-первых, классические коммуникативные методы и технологии все так же используются во время кризиса, преобразившись в онлайн. Во-вторых, выстраивать стратегию кризисных коммуникаций все так же надо, вне зависимости от того, что специалисты в интернете в основном отвечают на негатив, не прибегая ни к каким стратегиям [п6]. Режим реального времени, необходимость контроля информации на уровне сообщений определяют сложность коммуницирования с общественностью в социальных сетях, в сравнении с реагированием на кризис посредством написания пресс-релиза или организации пресс-конференции.

Для удобства анализа кризисных коммуникаций на основе теоретических материалов У. Бенуа [п5] и Т. Кумбса [п7] была разработана типология основных кризисов для компании железнодорожного транспорта: чрезвычайное происшествие, конфликт с местным населением и властями, изменения в расписании и отмена поездов, рост тарифов и трудности с покупкой билетов. Каждому типу кризисов соответствуют конкретные методы и технологии кризисных коммуникаций. Чаще всего от компании требуется своевременная реакция и правильный подбор каналов коммуникации для сопровождения кризисной ситуации. Когда кризис имеет затяжной характер, рекомендуется регулярно освещать проблему и работу над ней в СМИ и социальных сетях, вести переговоры и публиковать

имиджевые материалы. В случае, когда кризисная ситуация провоцируется самой компанией (рост цен на билеты, задержка продаж), необходимо заранее планировать кризисные коммуникации и сглаживать недовольство стейкхолдеров.

Исследование кризисных коммуникаций ОАО «РЖД» показало, что компания, несмотря на монопольное положение на рынке, активно внедряет современные тренды маркетинговых и PR-коммуникаций. В условиях кризиса компания действует в соответствии со стратегиями информационного реагирования, применяет соответствующие меры, исходя из конкретной ситуации. У службы корпоративных коммуникаций есть собственный регламент для работы с информацией в чрезвычайных ситуациях [п1]. В остальных случаях ОАО «РЖД», в основном, использует стратегии снятия ответственности и восстановления, в числе постоянных мер и технологий - пресс-релиз, новость и комментарий. Реже используются пресс-туры, имиджевые материалы, встречи с населением и властями. Особую сложность на железнодорожном транспорте представляет тип кризиса «конфликт с местным населением и властями». Для его нивелирования компании необходимо идти на открытый разговор с журналистами и общественными организациями и предоставлять актуальную информацию о ходе работы над проблемой.

Что касается онлайн-взаимодействия, то ведущие железнодорожные компании мира уже активно используют социальные сети для установления контакта с потребителями. В частности, французская SNCF создала страницу в Facebook [п3] для налаживания обратной связи с клиентами: любой интересующийся пользователь может задать вопрос и получить на него ответ. В то же самое время аккаунты в социальных сетях ОАО «РЖД» выполняют исключительно фатическую функцию - поддержание контакта со стейкхолдерами. Кризисные ситуации при этом не затрагиваются, провокационным вопросам и жалобам подписчиков внимание уделяется не всегда.

### Источники и литература

- 1) Интервью автора с начальником службы корпоративных коммуникаций Октябрьской железной дороги – филиал ОАО «РЖД» Д.А. Туринским. 2017 Дек.
- 2) Официальный сайт стратега по кризис-менеджменту: <http://melissaagnes.com>.
- 3) Официальный аккаунт SNCF в Facebook: <https://www.facebook.com/SNCFOFFICIEL/>.
- 4) Титов З.Л. Связи с общественностью железнодорожного транспорта России // Издательство Алтайского государственного университета. 2010 С.257-261.
- 5) Benoit, W. (1997) Image repair discourse and crisis communication. Public Relations Review, Summer 1997.23(2). Available at: <http://www.ou.edu/deptcomm/dodjcc/groups/98A1/Benoit.htm> (accessed: 26.03.18).
- 6) Coombs, W. T. (2014) Crisis Management and Communications/ W.T. Coombs. – Institute for PR Research Library.
- 7) Coombs T., Holladay S. (2012) The Handbook of crisis communication. Chichester: Willey-Blackwell.