

Секция «Принятие решений: коммуникационные стратегии и социальные практики»

**Теории и стратегии кризисных коммуникаций. Актуальные тренды 2022 г. и риски коммуникации в 2023 г.**

**Козлова Виктория Максимовна**

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный институт международных отношений, Факультет международной журналистики, Москва, Россия

*E-mail: kozvicmax@gmail.com*

Сегодня можно уже смело говорить о том, что глобальная пандемия COVID-19 открыла собой новую эру в управлении кризисными коммуникациями [3]. Она стала для компаний вызовом, проверкой на прочность, позволила выяснить насколько они способны быть гибкими в условиях системного кризиса, а также оценить эффективность имеющихся в их арсенале инструментов реагирования. Таким образом, кризис, связанный с пандемией, носил обоюдоострый характер: с одной стороны, он был связан со стрессом и рисками для бизнес-среды, с другой стороны, он позволил бизнесу извлечь полезные уроки на будущее. Изменился сам взгляд на понятие "кризис", произошла трансформация стратегий и инструментов борьбы с ним. Итогом такого переосмысления стало смещение акцентов с исключительно негативной коннотации кризиса на его позитивные составляющие.

**Актуальность** данного доклада продиктована необходимостью новых интерпретаций уже существующих теорий, стратегий и инструментов кризисных коммуникаций, в основе которых могло бы встать новое позитивное прочтение кризисного опыта. В этом новом прочтении кризиса представляется целесообразным продемонстрировать кризисные коммуникации не столько как инструмент устранения негативных экономических последствий и репутационного менеджмента, сколько эффективные стратегии и практики, ориентированные на открывающиеся перед бизнесом перспективы и возможности роста в условиях кризиса.

**Цели и задачи данного доклада:**

1. Анализ и критика существующих в науке теорий кризисных коммуникаций.
2. Проанализировать тренды коммуникации в 2022 году.
3. Выявить потенциальные риски, с которыми столкнется бизнес в 2023 году и эффективные стратегии и инструменты борьбы с ними.

**Объектом исследования** в данном докладе являются теории и стратегии кризисных коммуникаций, а также тренды и риски коммуникации в бизнесе. В качестве предмета исследования в данном докладе рассматривается применение на практике стратегий и инструментов кризисных коммуникаций компаниями в 2022 году.

**Основными методами исследования**, применяемыми в докладе, являются анализ новейшей научной и бизнес-литературы по теме кризисных коммуникаций; анализ и сравнение кейсов компаний, связанных с кризис-менеджментом; медиа-аналитика и медиа-статистика по кризисам компаний как показатель эффективности или неэффективности той или иной кризисной коммуникации; прогнозирование грядущих трендов в сфере коммуникации.

**Основное содержание доклада**

До настоящего времени в науке преобладало однозначное понимание кризиса как негативного феномена, который имеет деструктивную природу. Одни исследователи, Р.Уилмер, Т.Селлнау, М.Сиджер, понимали кризис как неожиданное событие, угрозу; другие воспринимали его через призму его негативных последствий на организацию, общественность или даже всю индустрию (У.Т.Кумбс); третьи (С.Финк) характеризовали кризис как нестабильный период, во время которого происходят коренные изменения и т.д. [1]. Учеными

были разработаны основные положения теории кризисных коммуникаций: понятие "кризисные коммуникации", разработаны инструменты моделирования кризисной ситуации, стратегии поведения бизнеса в экстремальных условиях.

В 2022 году произошли тектонические сдвиги в мировой геополитике, экономике, технологиях и экологии, имевшие своими последствиями углубление кризиса и приобретением им затяжного характер. Таким образом, мировое бизнес-сообщество, не успев оправиться от шоковых последствий пандемии и вернуться в зону комфорта, вновь столкнулся с дилеммой, связанной с поиском новых стратегий кризисных коммуникаций и кризисного планирования. Кризис 2022 выявил следующие новые риски и угрозы деятельности организаций: во-первых, связанные с поляризацией в мире под влиянием войны и геополитической ситуации, а именно необходимостью принятия компаниями политизированных решений зачастую в ущерб своим бизнес-интересам из-за боязни оказаться на "доске позора" [5]; во-вторых, внешнее давление фейк-ньюс и дезинформации на деятельность компании [5]; в-третьих, острые проблемы кибербезопасности (массовые утечки данных пользователей и нарушение конфиденциальности) [2,5]; в-четвертых, возникновение феномена «Большого ухода» (массовый добровольный уход сотрудников с работы (США)) [6]; в-пятых, недоверие к т.н. «замещенным» брендам (Россия). К сожалению, большинство компаний оказалось неподготовленным к новой кризисной реальности [4], поскольку они не использовали актуальные стратегии и инструменты кризис-менеджмента: открытость и прозрачность в отношении со стейкхолдерами [7]; цифровизация (инвестирование в информационные технологии: ИИ, нейросети, NFT, метавселенные) [7]; тренд на инклюзивность, иммерсивность и т.д.

#### **Вывод:**

Новый виток развития глобального кризиса, который мы наблюдали в 2022 году, продемонстрировал уникальные ситуации кризисных коммуникаций, сценарии репутационного менеджмента, ответные стратегии бизнеса на вызовы времени и поставил ребром вопрос о необходимости обновленной теории кризисных коммуникаций, которая бы включала новые эффективные стратегии и инструменты, обеспечивающие бизнесу устойчивость и рост вне зависимости от масштабов катастрофы.

#### **Источники и литература**

- 1) Козлова В.М. Кризисные коммуникации и их теоретические основы. Взгляд современной науки на кризисные коммуникации и кризисное управление в период глобальной пандемии COVID-19 // Международные коммуникации. 2021. №1-2(17).
- 2) Brennan, Dan (2022). The Good, the Bad, and the Ugly: A Look at Tech Crisis Communications in 2022. URL: <https://icrinc.com/insights/tech-crisis-communications-2022/>.
- 3) Emergency and Crisis Communication Report 2022. URL: <https://fact24.f24.com/wp-content/uploads/2022/02/BCI-Emergency-and-Crisis-Communications-Report-2022.pdf>.
- 4) Fleet, Dave (2022). Companies aren't prepared for today's crisis landscape. URL: <https://www.prdaily.com/companies-arent-prepared-for-todays-crisis-landscape/>.
- 5) Rehkopf, Falk. (2022). Crisis Communications in 2022: Risks & Best Practices. URL: <https://www.plotlights.com/blog/crisis-communications-in-2022-risks-best-practices/#>.
- 6) Segal, Edward. (2021). 8 Ways Companies Could Change How They Manage A Crisis In 2022. Forbes, 2021. URL: <https://www.forbes.com/sites/edwardsegal/2021/12/13/8-ways-companies-could-change-how-they-manage-a-crisis-in-2022/?sh=13aace9451dd>.
- 7) World Economic Forum 2023. Is your business ready for the next crisis? URL: <https://www.weforum.org/agenda/2023/01/davos23-business-prepare-next-crisis/>.