

**Антикризисные коммуникации государства в условиях девальвация рубля (ноябрь-декабрь 2014 года).**

**Чухрова Татьяна Владимировна**

*Кандидат наук*

Московский городской педагогический университет, Москва, Россия

*E-mail: demidovva1@mail.ru*

В условиях системного экономического, финансового и внешнеполитического кризиса стремительная девальвация национальной валюты России - явление ожидаемое и неоднократно прогнозируемое экспертами. Система государственных ведомств, информационных и коммуникационных каналов требует системных управленческих решений не только по налаживанию, но и сглаживанию общественной бурной реакции на снижение курса рубля. Однако анализ публичной коммуникационной активности правительства, Центрального Банка РФ и других определяющих государственных стейкхолдеров наглядно демонстрируют отсутствие коммуникационной стратегии в случае подобного негативного явления, а также полное игнорирование системы коммуникационного менеджмента. Следствием отсутствия коммуникационного сопровождения стали массовые информационные спекуляции, появление хаоса покупательской активности, формирование устойчивых негативных стереотипов. В течении всего нескольких дней возникло два параллельно существующих информационных дискурса: 1) ретрансляция в СМИ насыщенной профессиональной банковско-финансовой дискуссии о причинах девальвации, политике правительства, Центробанка и банковского сектора. Данный информационный материал крайне скупо адаптировался для широкой аудитории. Эксперты более охотно комментировали второй разворот финансовых изменений. 2) массовые обсуждение и поиск "виновных" в происходящих событиях. Отсутствие грамотного диалога с обществом в одночасье сделало неэффективным всю разветвлённую систему государственных каналов цифровых ресурсов. Так, например, Центральный Банк России представлен мощными электронными ресурсами, собственными периодическими изданиями, видео каналом на видеохостинге YouTube и т.д., пресс-служба ЦБ ежедневно выпускает несколько пресс-релизов, неоднократно прибегал к политике открытости и популяризации, вспомним акцию "Говорят дети: как дети объясняют финансовые термины", однако отсутствие прямого диалога с обществом ( а за исследуемый период, председатель Центрального банка РФ Эльвира Набиуллина дала только два интервью российским телеканалам) приводит к потере доверия и интереса к первоисточнику. Так упомянутый выше официальный канал Центробанка на YouTube насчитывает лишь 1070 подписчиков, а самое продолжительной интервью Эльвиры Набиуллиной набрало за три месяца чуть больше 10 тыс. просмотров (10080 на 9.03.2015 см.// <http://youtu.be/VYNftzvJ2oo>), для сравнения интервью экспертов ( М.Делягина, с.Глазьева, А. Кудрина и др.) набираю в разы большее количество просмотров на том же ресурсе. Экономический кризис 2014-2015 гг. наглядно демонстрирует отсутствие стратегического государственного коммуникационного менеджмента в отношении кризисных экономических явлений в стране.

### **Источники и литература**

- 1) Официальный сайт государственного интернет-канал "Россия"(ВГТРК) <http://vgtrk.com/>
- 2) Официальный сайт Первого канала <http://www.1tv.ru>
- 3) Официальный сайт Сбербанка России <http://www.sberbank.ru>
- 4) Официальный сайт телеканала «Дождь» <http://tvrain.ru>

- 5) Официальный сайт телеканала РБК <http://rbctv.rbc.ru>
- 6) Официальный сайт Центрального банка Российской Федерации <http://www.cbr.ru>