

Кризисная коммуникация органов государственной власти в условиях природной катастрофы

Акимович Екатерина Викторовна

Аспирант

Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия

E-mail: italkat@rambler.ru

Органы государственной власти сталкиваются с кризисами различного характера, используя при этом различные стратегии и инструменты для их преодоления. Стратегии и технологии варьируются в зависимости от типа кризиса, а также от канала коммуникации [1]. В данной работе рассмотрены кризисные коммуникации властных структур в социальных медиа в период наводнения в Хабаровском крае в 2013 году.

Для анализа кризисной коммуникации представителей власти РФ в традиционных медиа были выбраны следующие печатные СМИ федерального уровня разной политической направленности: «Российская газета», «Комсомольская правда», «Новая газета», «Коммерсант»; в социальных медиа - микроблог Twitter. По данным TNS Web Index за 2013 г., Twitter входит в пятерку самых популярных социальных медиа России [4]. Выборочная совокупность составляет 100%. За 25-ти дневный кризис в Хабаровске было опубликовано 67 материалов, среди которых 31 - в «Комсомольской правде», 17 - в «Российской газете», 7 - в «Новой газете», 12 материалов - в «Коммерсанте». В основном жанром заявлений субъекта стали комментарии и информация. Также была разработана авторская шкала оценки оперативности коммуникативных действий власти: а) спустя 1-2 часа после наступления кризиса - отлично; б) спустя 2-4 часа - хорошо; в) спустя 4-8 часов - удовлетворительно; г) спустя 8 часов и более - неудовлетворительно. Целью исследования стало выявление основных фреймов и коммуникационных стратегий органов государственной власти в сегменте онлайн и оффлайн.

В ходе анализа материалов печатных СМИ были отобраны ключевые акторы кризисной коммуникации на основе количества упоминаний в традиционных медиа: президент РФ - В. Путин (общее количество упоминаний: 116); глава МЧС - В. Пучков (68); экс-министр развития Дальнего Востока - В. Ишаев (30); премьер-министр - Д. Медведев (28); губернатор Амурской области - О. Кожемяко (24); губернатор Хабаровского края - В. Шпорт (19).

Аккаунты данных акторов были проанализированы в микроблоге Twitter. Хронологические рамки исследования обусловлены фазой непосредственного кризиса: с 12 августа по 5 сентября 2013 года.

Редакционная политика «Российской газеты» в отношении федеральных властей, как и предполагалось, оказалась положительной. Количество упоминаний В. Путина и Д. Медведева с положительной тональностью максимальное в сравнении с другими анализируемыми медиа. Закрепленный за изданием «Новая газета» статус оппозиционного издания, в период наводнения в Хабаровске подтверждается. Только в данном издании был обнаружен фрейм «стихийное бедствие, но власти усугубили положение». Также общее количество амбивалентных оценок действий акторов кризиса здесь превышает соответствующие оценки в других СМИ. В «Комсомольской правде» все тексты определяются фреймом «стихийное бедствие, вины органов исполнительной власти нет». Основной фрейм, заложенный в материалы «Коммерсанта» идентичен фрейму «Комсомольской правды» и «Российской газеты». Однако, были выявлены 4 текста, с ключевым сообщением «органы исполнительной власти улучшили ситуацию в Хабаровске».

Ключевым актором в кризисной коммуникации на площадке Twitter оказался Владимир Путин. За анализируемый период на его странице было опубликовано 9 сообщений, посвященных наводнению в Хабаровске. Все они имели формальный характер и сообщали исключительно о действиях президента. В аккаунте премьер-министра не было опубликовано ни одной записи о наводнении. Аккаунты В. Ишаева, экс-министра развития Дальнего Востока, и О. Кожемяко, губернатора Приамурья, структурно идентичны. Сообщения в аккаунтах отбираются автоматической программой публикации новостей, в которых есть упоминание о владельце аккаунта, от News Rambler. На подобных страницах, как правило, небольшое количество подписчиков и подписок, что обусловило отсутствие обратной связи от фолловеров. Самый активный аккаунт - у губернатора Хабаровского края Вячеслава Шпорта. Все сообщения в аккаунте были опубликованы от его лица, также в аккаунте была налажена двусторонняя коммуникация с подписчиками. Большая часть сообщений - информация об уровне воды.

В общем и целом, анализ текстовых сообщений показал, что органами государственной власти соблюдались два базовых принципа кризисной коммуникации - обеспечение «инструктирующей» и «поддерживающей» информацией [3].

По ситуационной теории Т. Кумбса [2], кризис, вызванный стихийным бедствием, относится к группе происшествий с низкой степенью ответственности, в связи с чем, при наличии предыдущей негативной кризисной истории (в данном случае - наводнение в г. Крымск), Кумбс рекомендует использование стратегии восстановления. Однако, помимо стратегии восстановления, органами государственной власти были применены также стратегии обоснования и заискивания. Стратегия восстановления была использована в первый же день кризиса: главой МЧС был озвучен размер компенсаций пострадавшим.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что сообщения властных структур в традиционных и новых медиа позволяли удерживать контроль за информационным полем и пресекали распространение слухов о причинах бедствия. Версия причины наводнения была озвучена специалистами Росгидрометцентра за неделю до превышения максимального уровня воды. Это объясняет два сформировавшихся фрейма в материалах традиционных СМИ и на площадках социальных медиа: «стихийное бедствие, вины властей нет» и «стихийное бедствие, власти улучшили ситуацию».

Благодаря тому, что в августе 2013 года органы исполнительной власти РФ заранее знали о надвигающихся паводках, времени для подготовки было достаточно, что способствовало проведению наиболее эффективной кризисной коммуникации и наиболее оперативной реакции. По приведенной выше шкале она оценена на «отлично».

Источники и литература

- 1) Улмер Р., Селлнау Т., Сиджер М. Эффективная кризисная коммуникация. – Харьков. – 2011.
- 2) Coombs T., Holladay S. The Handbook of crisis communication. – Chichester. – 2012.
- 3) Coombs T. Ongoing crisis communication. – Los Angeles. – 2007.
- 4) Комсомольская правда: <http://kp.ru>