

## **Национальные особенности антикризисных коммуникационных стратегий Китая (на примере частных предприятий)**

**Научный руководитель – Луканина Мария Владимировна**

***Ван Цичэнь***

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет мировой политики, Кафедра международной коммуникации, Москва, Россия

*E-mail: disi1336@gmail.com*

Актуальность исследования обусловлена тем, что кризисы репутации и доверия в условиях цифровой публичности развиваются быстрее, чем традиционные управленческие циклы, и напрямую влияют на устойчивость бизнеса. Для частных предприятий Китая антикризисные коммуникации формируются на пересечении рыночной логики и специфической культурно-институциональной среды: высокая роль регуляторов и платформ, сильное влияние государственно-ориентированной медиасферы, а также культурные нормы, связанные с сохранением «лица», избеганием публичной конфронтации и ожиданием социальной ответственности. В таких условиях универсальные модели кризисных коммуникаций требуют уточнения с учётом национального контекста, поскольку одинаковые по типу кризисы могут породить разные ожидания аудитории, разные ограничения и разные стандарты «правильного» ответа.

Цель исследования — определить культурные и институциональные особенности антикризисных коммуникационных стратегий частных предприятий Китая и показать, как эти особенности влияют на выбор тактик реагирования, каналов и аргументации в кризисных ситуациях. Объект исследования — антикризисные коммуникационные практики китайских частных предприятий. Предмет — национальная специфика стратегий реагирования (фреймы, риторические приёмы, последовательность действий и взаимодействие со стейкхолдерами) в условиях китайской медиасреды и институционального регулирования.

Для достижения цели решаются задачи: (1) систематизировать теоретические подходы к кризисной коммуникации и восстановлению репутации (теория восстановления имиджа) [2]; (2) описать культурные детерминанты коммуникации в китайском контексте (иерархичность, коллективная ответственность, «лицо», предпочтение деэскалации) [5]; (3) выделить институциональные детерминанты (регулирование, роль платформ, нормативные ожидания) и интерпретировать их через институциональный подход [3]; (4) применить фрейм-анализ к сопоставимым кейсам и выявить доминирующие смысловые рамки ответа [4].

Эмпирическая база включает публичные заявления компаний и руководителей, материалы государственных и коммерческих СМИ, коммуникацию в официальных аккаунтах на цифровых платформах и сообщения регуляторов за 2015–2024 гг. Методология сочетает анализ кейсов, контент-анализ и дискурс-анализ; сопоставимость обеспечивается фиксированными категориями: тип кризиса и атрибуция ответственности, стратегия ответа [2], скорость реакции, набор каналов и реакция ключевых аудиторий (потребители, партнёры, регуляторы, платформа) [1]. Дополнительно фиксируются элементы стратегии восстановления имиджа (извинение, компенсация, корректирующие действия) и их сочетания с фреймами ответственности [4].

Ожидаемая национальная специфика проявляется в трёх контурах. Культурно-нормативный контур задаёт предпочтение деэскалации и «восстановлению доверия через действия», где

важны быстрые корректирующие меры, сервисная логика и демонстрация заботы о потребителях [5]. Институционально-политический контур усиливает значимость комплаенса и согласования формулировок с нормативными ожиданиями; коэрцитивное и нормативное давление может вести к стандартизации ответов и повышенной роли «правильной» публичной позиции [3]. Платформенно-технологический контур делает платформы самостоятельным участником кризиса (распространение, алгоритмическая видимость, модерация), повышая ценность оперативности, единообразия сообщений и сочетания публичных и сервисных каналов [2].

Поставленная цель достигается через сопоставление универсальных моделей кризисных коммуникаций с китайским культурно-институциональным контекстом и анализ кейсов по единому протоколу. Перспективы дальнейших исследований: (1) типология национально-специфических стратегий (например, «быстрое исправление + социальная ответственность», «комплаенс-ориентированное объяснение», «платформенная деэскалация через сервис»); (2) выявление факторов эффективности в китайской медиасреде (скорость, согласованность каналов, приоритет действий над полемикой, встраивание в нормативные ожидания); (3) набор прикладных индикаторов оценки качества коммуникации частной компании (прозрачность, ответственность, корректирующие меры, работа с платформой, реакция аудитории) и рекомендации по настройке антикризисного протокола с учётом национальной специфики.

#### Источники и литература

- 1) Benoit W. L. Accounts, Excuses, and Apologies: A Theory of Image Restoration Strategies. Albany: State University of New York Press, 1995. [Электронный ресурс]. URL: [https://books.google.com/books/about/Accounts\\_Excuses\\_and\\_Apologies.html?id=LA-HIrc1kCwC](https://books.google.com/books/about/Accounts_Excuses_and_Apologies.html?id=LA-HIrc1kCwC) (дата обращения: 21.12.2025).
- 2) Coombs W. T. Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding. 5th ed. Thousand Oaks: Sage, 2019. [Электронный ресурс]. URL: <https://collegepublishing.sagepub.com/en-us/nam/ongoing-crisis-communication/book245663> (дата обращения: 21.12.2025).
- 3) DiMaggio P. J., Powell W. W. The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields // American Sociological Review. 1983. Vol. 48(2). P. 147–160. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.jstor.org/stable/2095101> (дата обращения: 21.12.2025).
- 4) Entman R. M. Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm // Journal of Communication. 1993. Vol. 43(4). P. 51–58. [Электронный ресурс]. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x> (дата обращения: 21.12.2025).
- 5) Hofstede G. Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations. 2nd ed. Thousand Oaks: Sage, 2001. [Электронный ресурс]. URL: <https://search.worldcat.org/title/cultures-consequences-comparing-values-behaviors-institutions-and-organizations-across-nations/oclc/1100848259> (дата обращения: 21.12.2025).