

*Татаренкова Д. С.*

*Уральский Федеральный университет*

## ОСОБЕННОСТИ PR-СТРАТЕГИИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ СТРУКТУР В ПЕРИОД КРИЗИСА

**Аннотация.** В ходе исследования было рассмотрено изменение PR-стратегии государственной структуры в связи с кризисной ситуацией в РФ на примере деятельности пресс-службы ГУФСИН России по Свердловской области; использован метод контент-анализа и интервью. Исследование позволило сделать вывод, что кризис потребовал изменений коммуникативных стратегий даже от тех государственных структур, которые напрямую не вовлечены в события, вызвавшие его; при подготовке материалов для СМИ на любые темы необходимо принимать в расчет кризисную ситуацию, иначе сообщения могут вызвать крайне негативную реакцию общественности.

**Ключевые слова:** PR-стратегии, ситуативный PR, пресс-службы правоохранительных органов, кризисные коммуникации

*Tatarenkova D. S.*

## FEATURES OF THE PR STRATEGY OF STATE STRUCTURES DURING THE CRISIS

**Abstract.** the study is devoted to the change in the PR-strategy of the state structure in connection with the crisis situation in the Russian Federation was considered on the example of the activities of the press service of the Federal Penitentiary Service of Russia in the Sverdlovsk region; in the study was used the method of content-analysis and interviews. The study

allowed us to conclude that the crisis required changes in communication strategies even from those state structures that are not directly involved in it. In addition, it is necessary to take into account the crisis situation in information for media, otherwise the messages may cause an extremely negative reaction.

Keywords: pr-strategies, situational pr, law enforcement press services, crisis communications

24 февраля 2022 г. Президентом РФ было объявлено о начале специальной операции на Украине. Ряд западных стран ввели экономические санкции в отношении России. В сентябре 2022 г. в РФ была объявлена частичная мобилизация. Все это изменило жизнь россиян, отразилось на экономическом, психологическом состоянии населения. Новая обстановка потребовала изменений и PR-стратегий всех государственных структур — появилась задача донести до населения страны, каким образом они реагируют на новые вызовы. Не стала исключением и система исполнения наказаний.

Информационные стратегии государственных структур в современных реалиях можно отнести к антикризисному PR. А. Н. Чумиков характеризует кризис как «прекращение нормального процесса, и непредвиденное событие, ставящее под угрозу стабильность предприятия». При этом отмечает, что кризис является «шансом для обновления» [3]. О. Н. Голуб подчеркивает, что состояние неопределенности является ключевым для кризисных коммуникаций, выражающее в неполноте и неточности информации, а также в неизвестности наступления результатов решений. Именно поэтому кризисные коммуникации необходимо направлять на снижение неопределенности [2]. Л. В. Володина определяет кризис как событие, по вине которого компания попадает в центр не всегда доброжелательного внимания СМИ и других внешних целевых аудиторий. Соответственно, PR-специалист должен работать в направлении оптимальной интерпретации происходящих вокруг кризиса событий

и последующего информационного воздействия на их восприятие людьми [1].

Система исполнения наказания напрямую не связана с политической или военной обстановкой, однако вплетена в государственную систему, тесно связана с экономикой регионов. В ГУФСИН России по Свердловской области входит 20 исправительных колоний, на территории которых расположены различные производства, и 4 исправительных центра для осужденных к принудительным работам на предприятиях региона. Руководством ГУФСИН было принято решение при подготовке материалов для СМИ сделать акцент на вкладе системы исполнения наказания в решение экономических проблем — развитии производства в колониях и трудоустройстве сотрудников УИС.

В ходе исследования был проведен контент-анализ 6552 материалов о деятельности ГУФСИН, вышедших в 2021 и 2022 гг. в региональных и федеральных СМИ. В 2022 г. количество материалов о производстве составило 43 % от общего количества материалов о деятельности ГУФСИН и выросло на 37 % по сравнению с 2021 г. (с 1282 до 1638 сообщений). На 32 % увеличилось количество материалов о производстве мебели.

Активизация освещения мебельного производства в исправительных колониях была обусловлена уходом с российского рынка крупной торговой мебельной сети. В связи с этим был использован ситуативный PR. В июне 2022 г. на выставке-ярмарке продукции учреждений ГУФСИН во время брифинга для журналистов один из руководителей ГУФСИН заявил, что система исполнения наказания готова заменить IKEA и произвести современную мебель, которая не будет уступать по качеству известному бренду, но будет значительно ниже по стоимости. Новость стала вирусной: быстро распространилась в интернете, вышла в 101 СМИ, агрегаторах и соцсетях и вошла в топ «Яндекс.Новости». В сети Интернет появились мемы, где были изображены изделия IKEA с новыми названиями с использованием

жаргона осужденных. Команды КВН использовали тему импортозамещения колониями в своих номерах. Большинство материалов не носило негативной окраски и привлекло внимание к производству в учреждениях ГУФСИН бизнес-сообщества и общественности. Только в четырех материалах новость была негативно оценена журналистами. Помимо этого, о ярмарке ГУФСИН в СМИ вышло еще 70 материалов, в которых было рассказано не только о качестве готовой продукции, но и модернизации производства в ГУФСИН, готовности к импортозамещению.

Вместе с уходом с российского рынка некоторых западных компаний возникла и проблема сокращения сотрудников. Поэтому количество материалов о вакансиях в системе исполнения наказания и социальных гарантиях сотрудников в 2022 г. было увеличено и выросло на 21 % по сравнению с предыдущим. Вместе с этим были распространены в СМИ материалы о трудоустройстве осужденных к принудительным работам на предприятиях Свердловской области, в которых отмечалось, что зарплата осужденных составляет от 50 до 240 тыс. рублей. Целью материалов было снизить негативное отношение общественности к открытию исправительных центров в городах, показав, что осужденные выплачивают иски потерпевшим, налоги в доход региона, приобретают профессии и социализируются. Однако материалы о трудоустройстве осужденных на общем фоне понижения доходов населения и материалов о вакансиях сотрудников УИС, зарплата которых начинается от 25 тыс. рублей, вызвали крайне негативную реакцию аудитории.

Исследование позволяет сделать следующие выводы: опосредованно кризисные ситуации в стране касаются всех государственных структур, поэтому требуют изменений их PR-стратегий; задача пресс-служб государственных ведомств — проинформировать общественность о работе по решению проблем связанных с кризисом; одним из успешных методов антикризисной PR-стратегии является

ситуативный PR; в условиях кризиса при подготовке позитивных материалов следует учитывать общий информационный контекст, в противном случае сообщения могут вызвать обратный эффект.

### **Литература**

1. Володина, Л. В., Карпухина О.К. Деловое общение и основы теории коммуникации. — Текст : электронный / Л.В.Володина, О.К.Карпухина. — Санкт-Петербург: СПбГУТ, 2002. — URL: <https://studfile.net/preview/3191008/> (дата обращения: 21.02.2023).

2. Голуб, О.Ю. Управление кризисными организационными коммуникациями: теоретические основания / О.Ю.Голуб // Известия Саратовского университета. Сер.: Социология. Политология. — 2011. — Т. 11. — вып. 4. — С. 41–48.

3. Чумиков, А. Н., Бочаров М. П. Связи с общественностью: теория и практика / А.Н. Чумиков, М. П. Бочаров. — Москва: Дело, 2004.

**УДК 070.4:004.032.6+378.17+37.01:070+616.9COVID:[338:364]**

*Устюжанина Д. А.*

*Сибирский федеральный университет*

## **ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ДАННЫХ: ГРАНИЦЫ ПРИМЕНЕНИЯ В РОССИЙСКИХ ОНЛАЙН-СМИ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ COVID-19**

**Аннотация.** Работа посвящена особенностям использования визуализации данных в российских онлайн-СМИ в период пандемии COVID-19. Объектом исследования является визуальная коммуникация в журналистике, предметом — визуализация данных как метод представления информации. На основе контент-анализа 127 примеров