

КРИЗИСНИТЕ КОМУНИКАЦИИ НА БЪЛГАРСКОТО ПРАВИТЕЛСТВО В ПЕРИОДА ДЕКЕМВРИ 2021 Г. – ЮНИ 2022 Г.

ЛЮБОМИР ПАЛЕВ

Факултет по журналистика и масова комуникация
palev@uni-sofia.bg

Lyubomir Palev. Crisis communications of the Bulgarian government in the period December 2021 – June 2022

Abstract: Crisis communication occupies a huge part of the public relations of state institutions in Bulgaria. Bulgarian governments enjoy traditionally low levels of trust since the beginning of the democratic path of development of the country. The digital era has further contributed to the creation and development of crises, and to a particular extent, this fact concerns the political field. The effectiveness of crisis communications is of paramount importance for the governance of the country. The implementation of agreed and effective strategic government communications in times of crisis represents a real challenge in the modern conditions of the information and communication environment.

Keywords: crisis, crisis communications, government communications,

Увод

Кризисната комуникация заема голяма част от публичната комуникация на държавните институции в България. Поради редица фактори от различен характер те се ползват с традиционно ниски нива на доверие още от самото начало на демократичния път на развитие на страната. В този контекст ефективността на кризисните комуникации е от първостепенна важност за управлението на държавата, за стабилността и сигурността. Осъществяването на съгласувани и ефективни стратегически комуникации на правителството в случаи на криза представлява същинско предизвикателство в условията на съвременната информационно-комуникационна среда.

Предмет на настоящото изследване е управлението на правителствените кризисни комуникации. **Обект** на изследването е деветдесет и деветото правителство на Република България. Изследването включва комуникацията на правителството в периода декември 2021 г. – юни 2022 г. **Темата** е актуална, защото в последните години в България се засилват политическите

турбуленции, причина за които са редицата кризи, пред които се изправя държавата. **Целта** на изследването е да се анализира ефективността на кризисните комуникации на деветдесет и деветото правителство на България. **Тезата** на настоящото изследване е: Ефективността на кризисните комуникации на изпълнителната власт предопределя стабилното и успешно управление. Изследването съдържа теоретичен преглед и анализ на частни случаи, на базата на които са направени изводи.

Теоретичен преглед

1. Дефиниране на понятието криза

Според Катлийн Фърн-Банкс кризата преустановява нормалните организационни операции, като понякога може да застраши съществуването на организацията¹. Стивън Финк отбелязва, че кризата представлява нестабилно време или състояние на нещата, в което предстои решаваща промяна, която може да бъде с ясно изразена възможност за крайно нежелан резултат, или с ясно изразена възможност за силно желан и изключително положителен резултат².

Според Тимъти Кумбс кризата представлява възприятие за непредсказуемо събитие, което застрашава важни очаквания на заинтересованите страни, може сериозно да въздейства върху ефективността на организацията и да генерира отрицателни резултати³.

Кризите се характеризират с момента на изненада, със заплахата, която те носят, с краткото време за реакция, в особена степен последното се отнася в дигиталната ера, където времето за реакция е сведено до минимум. В случай, че не се реагира своевременно на дадена криза, организацията рискува информационния вакуум да се запълни от недоброжелатели, опоненти, конкуренти, с което тя рискува собствената си репутация и задълбочаване на проблемите за нея. Кризата зависи от това как заинтересованите страни ще я възприемат. Всъщност дали даден проблем представлява криза за организацията зависи от мнението на публиките за нея. Ако според тях определена ситуация е с особена важност, тогава те я възприемат като криза. Ролята на кризисната комуникация е да ги убеди, че заплахата е преодолима.

¹ FEARN-BANKS, Kathleen. Crisis Communications: A Casebook Approach. New York, NY: Routledge, 5th ed., 2017.

² FINK, Steven. Crisis Management: Planning for the Inevitable. New York, NY: AMACOM. 1986, p. 15

³ COOMBS, Timothy. Ongoing crisis communications: Planning, managing and responding. Los Angeles: Sage. 1999. 2-3

2. Организационна репутация

Репутацията на една организация представлява един от основните ѝ активи. В

контекста на кризисните ситуации добрата репутация съдейства за по-лесното преминаване през кризата, съответно лошата репутация води до по-голям натиск от заинтересованите страни върху организацията. Андрю Грифин дефинира репутацията като дългосрочен и ценен стратегически актив, за който организациите трябва да мислят проактивно⁴. Според Чавдар Христов репутацията илюстрира общественото доверие спрямо организацията, което обаче е динамична величина, зависима от постъпващата информация за организационната дейност и оценъчно отношение, което има морални измерения – придържането на организацията към общоприетите ценности рефлектира като подкрепа и лоялност в масовата аудитория⁵. Управлението на организационната репутация представлява комплексен и постоянен процес, чрез който се поддържа общественото доверие. Доверието, от своя страна, представлява очакването в общността за правилно, честно и съпричастно поведение на другите членове, основано на общо споделяни норми⁶.

В политиката основен актив, за който се борят политическите субекти представлява репутацията. В права пропорционалност с нея е нивото на обществено доверие, което зависи от управленските решения и тяхното комуникиране. Комуникацията на политическите партии подпомага постигането на основната им цел – печелене на доверието на избирателите, т.е. печелене на избори и упражняване на власт. Тя трябва да осигури адекватност между управляващи и управлявани и съвместяването на ценностите на двете групи. Политическата комуникация е гарант за приемането от страна на управляваните на режима и на всичко, което той включва, както и на възможността за управляващите да наложат решенията, които са взели⁷.

3. Управление на кризисни комуникации

Основна роля в овладяването на всяка криза има кризисната комуникация. За постигане на оптимални резултати и решаването на създаден проблем е необходимо да се комуникира по най-подходящия начин. Всяка криза води до нужда от информация, поради факта, че информацията редуцира несигурността. Именно чрез правилната комуникация се стига до удовлетворяване на информационните нужди на заинтересованите страни.

⁴ GRIFFIN, Andrew. *Crisis, Issues and Reputation Management*. London: Kogan Page, 2015.

⁵ ХРИСТОВ, Чавдар. *Убеждаване и влияние*. София, Сиела, 2008, 48-54.

⁶ ФУКУЯМА, Франсис. *Доверие: Обществените ценности и създаването на благосъстояние*. София: Рива, 1997, с. 41

⁷ КАНЕВ Добрин, БУРУДЖИЕВА Татяна, КАНЕВА Лиляна, НИКОЛОВ Ивелин, ТОДОРОВ Антоний. *Мениджмънт и комуникация в политиката*. София: Фондация „Фридрих Еберт“ – Регионално бюро София, Школа по политически мениджмънт, 2006, 240-241.

Катлийн Фърн-Банкс е един от изследователите в областта на публичната комуникация, който дефинира кризисната комуникация. Тя я определя като диалог между организацията и нейните публики преди, по време на и след негативното събитие. Целта ѝ е да минимизира вредата върху имиджа на организацията⁸.

Кризисната комуникация е натоварена с отговорности, които целят да информират заинтересованите страни за създалата се криза и да достигнат до възстановяване на репутационните щети следствие от кризата. Кризите пораждаат емоционален отговор, независимо дали той е с подкрепящ или враждебен характер, в заинтересованите страни. Вследствие на този факт се формират и техните нагласи, които водят до определено поведение. Тази зависимост може да доведе до сериозни, а понякога и до пагубни проблеми за организацията. Ето защо кризисната комуникация представлява много важен и отговорен процес в контекста на институционалния ПР.

В условията на дигиталната ера, управлението на кризи се счита за областта, в която новите технологии биха били най-малко полезни, поради факта, че интернет пространството представлява по-скоро източник на кризи, отколкото средство за справяне с тях. Скоростта на комуникацията, многобройните комуникационни канали, анонимността превръщат кризисните комуникации в изключително уязвима област⁹.

Изследователите в сферата на кризисните комуникации се обединяват около спазването на определени принципи в комуникацията при управление на кризи, чието прилагане е от първостепенно значение за постигането на ефективни кризисни комуникации. Сред тези базисни принципи са проактивност, прозрачност, заявяването на ясна отговорност по отношение на кризата, отправяне на координирани и ясни послания, комуникационна подкрепа от страна на експерти, лидери на мнение и т.н., избиране на подходящ говорител, който да предоставя информация на заинтересованите страни, избиране на подходящи комуникационни канали, чрез които да се достигне до целевите публики и др.

Кризисни комуникации на българското правителство в периода декември 2021 г. – юни 2022 г.

На 13.12.2021 г. в длъжност стъпи деветдесет и деветото правителство на Република България с министър-председател Кирил Петков. То бе сфор-

⁸ FEARN-BANKS, Kathleen. Crisis Communications: A Casebook Approach. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Publishers. 1996. p. 18

⁹ СЕРАФИМОВА, Мила. PR в дигиталната ера. София: Enthusiast, 2020, 147-148

мирано от четворна коалиция между ПП, ДБ, БСП и ИТН. Коалиционните правителства, изискват изключително висока степен на координация в управлението на кризисните си комуникации¹⁰, за да се минимизира опасността от отправяне на некоординирани послания към обществото от страна на участниците в правителството, което създава усещането за хаос и за несправяне с кризите. В рамките на шестмесечното си съществуване, кабинетът на четворната коалиция трябваше да управлява редица кризи. Сред тях са COVID-19 кризата, избухването на военните действия в Украйна и каскадата от кризи, до които доведе конфликтът, арестът на бившия премиер Бойко Борисов, спирането на доставките на газ от „Газпром“, изгонването на 70 руски дипломати от България, ветото от страна на България върху стартиране на процедурите по кандидатстване на Република Северна Македония в ЕС, казусът с изпращането на военна помощ за Украйна, инфлацията, цените на горивата и т.н.

Войната в Украйна

На 24.02.2022 г. Русия предприе военно нападение срещу Украйна. Възникналият конфликт в почти съседна на България държава изисква мигновена позиция от страна на българското правителство, която да убеди обществото в своята правота, като по този начин си осигури необходимото доверие за предприемане на определени действия и следване на политики. Часове след началото на руската инвазия на сайта на Министерски съвет бе публикувана позицията на министър-председателя Кирил Петков. Той остро осъди агресията от Руската Федерация към Украйна¹¹. В същия ден в Народното събрание депутатите на една от управляващите партии, част от коалицията – БСП, не гласуваха декларация, осъждаща инвазията на Русия в частта ѝ, касаеща налагането на санкции от страна на България, като държава член на ЕС. От друга страна министърът на отбраната Стефан Янев отправи послания в свои изказвания, които не са в унисон с категорично рестриктивния тон на Кирил Петков. В телефонно интервю за БТВ Стефан Янев си послужи с изрази като „нека не бързаме да слагаме етикети дали е ограничена военна операция или война ситуацията в Украйна“ и постави акцент не върху агресията,

¹⁰ СЕРАФИМОВА, Мила. PR в дигиталната ера. София: Enthusiast, 2020, с. 160

¹¹ Министерски съвет. Пресцентър. Премиерът Кирил Петков: Българското правителство остро осъжда агресията от Руската Федерация към Украйна. [online]. gov.bg. 24.02.2022. [cited 23.10.2022]. Available from: <https://www.gov.bg/bg/prestentat/novini/premierat-kiril-petkov-balgarskoto-pravitelstvo-ostro-osazhda-agresiyata-ot-ruskata-federatsiya-kam-ukrayna>

а върху проблеми в устава на ООН, заради които се стига до подобни военни конфликти¹².

Началото на военните действия в Украйна представлява събитие, което експертите в областта, както и българските разузнавателни служби прогнозираха. Кризата беше очаквана, което води до заключението, че правителството трябваше да бъде по-подготвено в комуникационния си отговор в първите часове на кризата. Вместо това към обществото бяха отправени некоординирани послания, които дадоха началото на съмнения и противоречия каква страна трябва да заеме държавата в конфликта и трябва ли да заема въобще такава. Проявената комуникационна слабост стана повод за политически атаки от страна на опозицията и съмнения в обществото дали правителството може да защитава категорично и успешно българските интереси.

Изпращане на военна помощ за Украйна

Кризата, която предизвика войната в Украйна доведе след себе си каскада от кризи в България. Ситуацията в страната се усложни бързо, като правителството трябваше да се справи с редица проблеми и чувствителни за обществото ни въпроси. Дни след атаката на Русия на дневен ред се появи въпросът за изпращането на военна помощ за Украйна. Както самото нападение, така и този дискуссионен въпрос бе предвидим и от правителството се очакваше да има изготвен план за действие, както и адекватна кризисна комуникация по темата. Според анкета на сайта на телевизия „Bulgaria on AIR“ над 70% от анкетираните са на мнение, че държавата ни не трябва да изпраща военна помощ¹³. На този фон почти всички наши партньорски държави от ЕС и НАТО подпомагат отбраната на Украйна с доставки на оръжие. Освен това, правителството беше поставено в затруднена ситуация, защото БСП твърдо отхвърли възможността за такъв вид помощ от България. Съответно кризисните комуникации на кабината на Кирил Петков бяха отново некоординирани, неясни и противоречиви.

В интервю за „bTV“ на 27.02.2022 г. украинският посланик в България Виталий Москаленко заяви, че държавата ни има намерение да подпомага Ук-

¹² Стефан Янев за ситуацията в Украйна: Нека не бързаме да слагаме етикети. [online]. btvnovinite.bg, 24.02.2022. [cited 23.10.2022]. Available from: <https://btvnovinite.bg/predavania/tazi-sutrin/stefan-janev-za-situacijata-v-ukrajna-neka-ne-barzame-da-slagame-etiketi.html>

¹³ Над 70% от вас са против България да изпраща оръжия на Украйна. [online]. bgonair.bg, 22.03.2022. [cited 23.10.2022]. Available from: <https://www.bgonair.bg/a/2-bulgaria/259662-nad-70-ot-vas-sa-protiv-balgariya-da-izprashta-orazhiya-na-ukrayna>

райна с боеприпаси и снаряди, а не само с хуманитарна помощ¹⁴. В същия ден на сайта на Министерски съвет беше публикувано съобщение, което гласи, че след решение на правителството България ще изпрати хуманитарна и военно-логистична помощ¹⁵. На следващия ден в предаването „Лице в лице“ по „БТВ“, министърът на икономиката и лидер на БСП Корнелия Нинова заяви, че няма да допусне износ на оръжие за Украйна¹⁶. На 18.03.2022 г. премиерът Кирил Петков заяви категорично, че България няма да изпраща военна помощ, като евентуалното изпращане на оръжие може да се случи само след решение на Народното събрание¹⁷. На 25.04.2022 г. „БГНЕС“ публикува статия, която цитира „Ню Йорк Таймс“, в която се твърди, че България изнася оръжия за Украйна посредством американската компания „Ultra Defense Corp“¹⁸. Премиерът Кирил Петков, от своя страна, в същия ден призова обществото да дари по една заплата на украинското министерство на отбраната чрез профила си във Фейсбук¹⁹. На 26.04.2022 г. сайтът „Offnews.bg“ публикува статия, озаглавена „Само Нинова ли не вижда, че България изнася оръжие за Украйна?“²⁰. В текста са цитирани честите полети на украински карго самолети до летища в България в периода 22-26 април 2022 г., като се създава внушение, че самолетите са транспортирали военна помощ.

Целият този комуникационен хаос, който предизвиква дискуссионния въпрос за или против оказването на помощ за Украйна чрез изпращане на оръжия представлява отражение на липсата на план за управление на кризисни комуникации от страна на правителството, въпреки че въпросните проблеми

¹⁴ Украинският посланик у нас Виталий Москаленко: България има намерение да помогне на Украйна със снаряди и патрони. [online]. trud.bg, 27.02.2022. [cited 23.10.2022]. Available from: <https://trud.bg/украинският-посланик-у-нас-виталий-москаленко-българия-има-намерение-да-помогне-на-украйна/>

¹⁵ Министерски съвет. Пресцентър. Българското правителство прие решение да изпрати хуманитарна и военно-логистична помощ за Украйна. [online]. gov.bg, 27.02.2022. [cited 23.10.2022]. Available from: <https://www.gov.bg/bg/presentsent/novini/balgarskoto-pravitelstvo-prie-reshenie-da-izprati-humanitarna-i-voenno-logistichna-pomosht-za-ukraina>

¹⁶ АТАНАСОВА, Мария. Корнелия Нинова: Няма да допусна износа на оръжие за Украйна. [online]. fakti.bg, 28.02.2022. [cited 23.10.2022]. Available from: <https://fakti.bg/bulgaria/657393-korneliia-ninova-nama-da-dopusna-iznosa-na-orajie-za-ukraina>

¹⁷ Свободна Европа. Оръжие за Украйна само след решение на парламента, каза Петков. Според Радев това «ще ни въвлече във войната». [online]. svobodnaevropa.bg, 18.03.2022. [cited 23.10.2022]. Available from: <https://www.svobodnaevropa.bg/a/31759456.html>

¹⁸ „Ню Йорк Таймс“: България и още 5 държави продават оръжие на Украйна чрез Ultra Defense Corp. [online]. bgnes.bg, 25.04.2022. [cited 23.10.2022]. Available from: <https://bgnes.bg/news/niu-iork-taims-b-lgaria-i-oshche-5-d-rzhavi-prodat-or-zhie-na-ukraina-chrez-ultra-defense-corp/>

¹⁹ https://m.facebook.com/kiril.petkov.104/posts/10158767456756367?_rdr

²⁰ АНГЕЛОВ, Георги. Само Нинова ли не вижда, че България изнася оръжие за Украйна? [online]. offnews.bg, 26.04.2022. [cited 23.10.2022]. Available from: <https://offnews.bg/razsledvane/samoinnova-li-ne-vizhda-che-balgaria-iznasia-orazhie-za-ukrajna-775423.html>

бяха предсказуеми. Правителството не можа да комуникира ясно, адекватно и координирано своята позиция. В резултат от комуникационните си грешки, правителството влоши още повече нивата на доверие в себе си сред българското общество. Постът във Фейсбук на премиера Петков с призив за даряване на заплата в условията на нарастваща несигурност, настъпваща инфлация и икономическа криза се оказа неуместен и доведе до подигравателни коментари и възникване на въпросителни дали Петков е способен да се справи с кризите, в които се намира държавата.

Изводи

Като следствие от неспазването на основни принципи в кризисните комуникации, правителството не успя да ангажира и да убеди обществото в своите действия. „Продължаваме промяната“, като мандатоносител, не се справи и в комуникацията със своите коалиционни партньори, не успя да се наложи като авторитет сред тях в управлението на кризите, откъдето произхождат и големия брой разногласия в коалицията. Предвидимостта на повечето от кризите, в които попадна правителството предполагаше следването на предварително разработени планове за действие и комуникация, но в хода на събитията не проличаха такива. Комуникацията на управляващите не беше последователна, отсъстваше постоянство и се допусна разпространение на противоречива информация в голяма част от кризисните комуникации. С всеки изминал ден на управление правителството губеше обществено доверие, което допълнително затрудни комуникацията. Коалиционните партньори използваша разнообразен набор от комуникационни канали за отправяне на послания, но реално пресъобщенията бяха просто разпространявани в тях без да се съобрази какво е съдържанието, към кого е адресирано и посредством каква платформа. В дигиталната ера основен принцип на кризисната комуникация е максимална прозрачност с минимум забавяне²¹. Кризисните комуникации на правителството обаче бяха до голяма степен некоординирани, противоречиви и ненавременни. По тази причина управляващите не успяха да изпълнят комуникационната среда със своите послания и загубиха медийната битка с опозиционните партии.

Проучване на социологическата агенция „Алфа Рисърч“, проведено в периода 8-14 април 2022 г. онагледява високите нива на оценката за дейността на правителството на Кирил Петков от страна на обществото в ранните месеци на неговото управление. През месец февруари 2022 г. 35% от анкетираните дават положителна оценка, докато отрицателна такава дават 23%. За послед-

²¹ СЕРАФИМОВА, Мила. PR в дигиталната ера. София: Enthusiast, 2020, с. 156

ните тринадесет години това са вторите най-добри резултати по отношение на оценката за дейността на правителството, според „Алфа Рисърч“. Единствено първото правителство на ГЕРБ се ползва с по-добри показатели, в началото на своето управление. През месец април 2022 г. резултатите са съвсем различни, като положителна оценка на правителството на Кирил Петков дават едва 19%, а отрицателна – 48% от анкетиранияте²².

Данните от социологическото проучване на „Алфа Рисърч“ сочат, че спада на доверието в правителството за толкова кратък период от време се дължи в най-голяма степен на възприятията на обществото за действията на правителството в контекста на текущите кризи. Възприятията представляват следствие на недобрата кризисна комуникация, както вътре в самото правителство, така и по отношение на посланията, които се отправят към обществото. Създаде се усещане за хаос и невъзможност да се вземат адекватни решения, зад които правителството да застане с твърда позиция и да убеди обществото в легитимността на своите действия, като причините за това се коренят основно в начина, по който се управляваха кризисните комуникации.

Хаосът в кризисните комуникации на правителството кристализира на предсрочните парламентарни избори, проведени на 02.10.2022 г. „Продължаваме промяната“, като първа политическа сила и мандатоносител в деветдесет и деветото правителство на България, носеше отговорността за успехите и неуспехите на кабинета. Нейно бе и задължението да управлява кризисните комуникации на правителството. Тяхната неефективност представлява основната причина „Продължаваме промяната“ да загуби изборите през октомври 2022 г. за сметка на ГЕРБ.

БИБЛИОГРАФИЯ

- КАНЕВ Добрин, БУРУДЖИЕВА Татяна, КАНЕВА Лиляна, НИКОЛОВ Ивелин, ТОДОРОВ Антоний. Мениджмънт и комуникация в политиката. София: Фондация „Фридрих Еберт“ – Регионално бюро София, Школа по политически мениджмънт, 2006.
- ПАЧЕВА, Валерия. Кризата под контрол. Корпоративна комуникация в кризисна ситуация. София: М-8-М, 2009.
- СЕРАФИМОВА, Мила. PR в дигиталната ера. София: Enthusiast, 2020.
- ФУКУЯМА, Франсис. Доверие: Обществените ценности и създаването на благосъстояние. София: Рива, 1997.
- ХРИСТОВ, Чавдар. Убеждаване и влияние. София, Сиела, 2008.
- COOMBS, Timothy. Ongoing crisis communications: Planning, managing and responding. Los Angeles: Sage. 1999. 2-3
- FEARN-BANKS, Kathleen. Crisis Communications: A Casebook Approach. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Publishers. 1996.
- FINK, Steven. Crisis Management: Planning for the Inevitable. New York, NY: AMACOM. 1986.

²² Оценка за дейността на правителството. [online]. alpharesearch.bg. [cited 22.10.2022]. Available from: <https://alpharesearch.bg/monitoring/27/>

GRIFFIN, Andrew. Crisis, Issues and Reputation Management. London: Kogan Page, 2015.

References: transliteration

- KANEV Dobrin, BURUDJIEVA Tatiana, KANEVA Liliana, NIKOLOV Ivelin, TODOROV Antonii. Menidjment I komunikacia v politikata. Sofia: Fondacia "Fridrih Ebert" – Regionalno biuro Sofia, Shkola po politicheski menidjment, 2006.
- PACHEVA, Valeria. Krizata pod control. Korporativna komunikacia v krizisna situacia. Sofia: M-8-M, 2009.
- SERAFIMOVA, Mila. PR v digitalnata era. Sofia: Enthusiast, 2020.
- FUKUIAMA, Fransis. Doverie: Obshtestvenite cennosti I suzdavaneto na blagosustoianie. Sofia: Riva, 1997.
- HRISTOV, Chavdar. Ubejdavane i vlianie. Sofia, Siela, 2008.