

РЕПУТАЦИОННЫЕ КРИЗИСЫ ОНЛАЙН

П. А. Атанасов

Софийский университет „Св. Кл. Охридски“, София (Болгария)

Введение. С каждым днем коммуникационные отношения активно расширяются в веб-пространстве. Изменения приобретают все более высокую актуальность. Среди пострадавших оказывается функционирование имиджа и репутации. Причина в том, что глубокое проникновение Большой сети переносится на социальные отношения между организациями и людьми. Целью данной статьи является, по крайней мере, частичное раскрытие происходящих изменений.

Методы (Methods). Возникающая научная проблематика представлена через призму существующих научных разработок о репутации и доверии, логическом подходе и диалектическом переходе от абстрактного к конкретному. Выводы подкреплены примерами, доступными в средствах массовой информации.

Основные идеи исследования, полученные результаты и их обсуждение. Выявлено, что имиджево-репутационный комплекс зависит от доверия и является результатом социального соглашения и восприятия. Это качество не меняется. Он остается специфичным для различных типов организаций. Изменение охватывает инструментарий, который влияет на перцепцию. Сегодня этот инструментарий находится под давлением опосредованного компьютерами общения в Интернете. Угрозы организационной репутации – нехватка времени для проверки фактов, быстрое распространение сообщений на социальных платформах, механизмы онлайн-подделки и многое другое.

Заключение. После социального вторжения Интернета в повседневную жизнь репутация и имидж сохраняют свою специфику, место и роль в отношениях «организации–общество». Факторы, вызывающие репутационные кризисы, дополняются временными и пространственными смещениями в Интернете, односторонними сообщениями в социальных сетях, возможностями для фальсификации информации на веб-сайтах. Обнаружено, что помимо угроз, механизмы в Интернете также расширяют возможности компаний и учреждений для защиты и развития своей репутации.

Ключевые слова: репутация, имидж, репутационные кризисы, Интернет, доверие.

Список литературы

1. Бентеле Гюнтер. Общественото доверие в публичната комуникация / Петев, Т., М. Златева (състав.). Пъблик рилейшънс и конфликти в демократичното общество. София: СУ „Св. Кл. Охридски“, ФЖМК, 2000.
2. Даулинг Г. Репутация фирмы: создание, управление и оценка эффективности. Москва: ИМИДЖ Контакт, 2003.
3. Джери Дэвид, Джери Джулия. Большой толковый социологический словарь. Collins. Т. 1. Москва: ВЕЧЕ, 1999.
4. Качопо Дж., Фребър Л. Откриване на психологията. Науката за психиката. София: Изток-Запад, 2015.
5. «Это не борьба с коррупцией, это законная охота в отношении капиталов». В мире появится первый международный антикоррупционный центр // Коммерсантъ FM. 12.05.2016. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2983947>
6. Мальков Д. Панама нашлась в госимуществе. Уволен красноярский чиновник из «панамского досье» // Коммерсантъ. 19.05.2016. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2990707>

7. Минцбэрг Генри. Структура в кулаке: создание эффективной организации / пер. с англ. под ред. Ю. Н. Каптуревского. Санкт-Петербург: Питер, 2004.
8. Мищенко О. Deutsche Bahn ответил на твит Греты Тунберг о переполненных поездах. DW, 15.12.2019. URL: <https://p.dw.com/p/3UrTX>
9. Мылников П. Грете Тунберг не досталось места в немецком поезде. DW, 15.12.2019. URL: <https://p.dw.com/p/3Upnl>
10. Руссо Жан-Жак. Об общественном договоре, или Принципы политического права / пер. с франц. А.Д. Хаютина и В.С. Алексеева-Попова. Москва: КАНОН- Пресс, 1998.
11. Таиров Ринат. «Отдых превратился в хаос»: старейший в мире туроperator Thomas Cook закрылся из-за долгов. Forbes. 23.09.2019. URL: <https://www.forbes.ru/biznes/384035-otdyh-prevratilsya-v-haos-stareyshiy-v-mire-turoperator-thomas-cook-zakrylsya-iz-za>
12. The AMF Enforcement Committee fines Bloomberg LP for dissemination of false information. AMF. 16.12.2019. URL: https://www.amf-france.org/en_US/Actualites/Communiqués-de-presse/Commission-des-sanctions?xtcr=1&isSearch=true&docId=workspace%3A%2F%2FSpacesStore%2F8e3bf0d3-a022-4b39-a6c7-4b7fde7aa221&lastSearchPage=https%3A%2F%2Fwww.amf-france.org%2FmagnoliaPublic%2Famf%2Fen_US%2FResultat-de-recherche%3FTEXT%3Dbloomberg%26LANGUAGE%3Den%26isSearch%3Dtrue%26simpleSearch%3Dtrue%26valid_recherche%3DOK&xtmc=bloomberg&docVersion=1.0
13. Arlt Hans-Jürgen. Krisen sind auch nicht mehr das, was sie einmal waren. Über die Differenz funktionaler und individueller Kommunikation // Kriesenmanagement in der Mediengesellschaft / Noltig, T., Thiessen A. (Hrsg). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften / GWV Fachverlage GmbH, 2008.
14. Dijk Jan A.G.M. van. The network society: Social Aspects of new Media. 2nd edition. London: Sage Publications. 2006.
15. Mitroff Ian, Gus Aganos. Managing Crises before They Happen& What Every Executive and Manager Needs to Know about Crisis management. New York: AMACOM, American Management Association, 2001.
16. Nock Steven L. The Costs of Privacy: Surveillance and Reputation in America. New York: Aldine de Gruyter, 1993.
17. Walker Guevara Marina. ICIJ releases database revealing thousands of secret offshore companies // ICIJ. 9 May 2016. URL: <https://panamapapers.icij.org/blog/20160509-offshore-database-release.html>.

Авторская справка

АТАНАСОВ Пламен Атанасов, доктор философии по специальности „Общественные коммуникации и информационные науки“ (Журналистика – кризисный паблик рилейшенс), Софийский университет "Св „Кл. Охридский“, София, Болгария. E-mail: atanasovp@abv.bg.

UDC 316.77

DOI: 10.25686/2410-0773.2020.1.77

REPUTATION CRISES ONLINE

Plamen Atanasov

Sofia University "St. Kliment Ohridski", Sofia (Bulgaria)

Introduction. Communicational interactions in the web space expand day by the day. They acquire an ever increasing importance. Among the affected areas are the functioning of the image and the reputation. The reason is the widespread invasion of the Big Web which is also evident in the social interactions between people and companies. The present article aims to at least partially explore the present changes.

Methods. The arisen scientific matter is presented via the prism of existing research regarding reputation and trust, the logical approach, and the dialectic transition from the abstract to the concrete. Conclusions are based on the examples accessible via the mass media.

Results. It was shown that the image and reputation complex is dependent on the levels of trust. This quality is constant and retains its specificity in relation to the different types of organisations. The changes affect the selection of tools for guiding perceptions. Today this selection is under pressure from the computer-mediated communication on the Internet.

Conclusion. After the social invasion of the Internet, the reputation and the image retain their specifics, place and role in the society - organisations type of interactions. The factors leading to reputational crises are expanded by the addition of the space - time shifts on the Internet, by the single-sided messages on social media, the opportunities for falsifying information via websites. It was also shown that besides threats, the Internet has the potential to expand the number of mechanisms for protecting and developing companies' and institutions' reputations.

Keywords: reputation, image, reputation crises, Internet, trust.

References

1. Bentele Gjunter. Obshhestvenoto doverie v publichnata komunikacija [Social Trust in public communication], Petev T., Zlateva M. (s#stav.). Pblík rilejshns i konflikti v demokraticното obshhestvo [Public relations and conflicts in the democratic society], Sofija: SU „Sv. Kl. Ohridski“, FZhMK, 2000.
2. Dauling G. Reputacija firmy: sozdanie, upravlenie i ocenka jeffektivnosti [Creating corporate reputations: identity, image, and performance], Moscow: IMIDZh Kontakt, 2003.
3. Dzheri Djevid, Dzheri Dzhulija. Bol'shoij tolkovyj sociologicheskij slovar' [Dictionary of Sociology], Collins, Vol. 1. Moscow: VEChE, 1999
4. Kachopo Dzh., L. Frebar. Otkrivane na psihologijata. Naukata za psihikata [Discovering Psychology], Sofija: Iztok-Zapad, 2015.
5. "Jeto ne bor'ba s korupciej, jeto zakonnaja ohota v otnoshenii kapitalov". V mire pojavitsja pervyj mezhdunarodnyj antikorrupcionnyj centr [This is not anti-corruption, this is a lawful capitals hunt'. The world saw the establishment of the first anti-corruption centre], *Kommersant FM*, 12.05.2016. Available at: <http://www.kommersant.ru/doc/2983947>
6. Mal'kov Dmitrij. Panama nashlas' v gosimushhestve. Uvolen krasnojarskij chinovnik iz "panamskogo dos'e", *Kommersant*, 19.05.2016. Available at: <http://www.kommersant.ru/doc/2990707>
7. Mincbjerg Genri. Struktura v kulake: sozdanie jeffektivnoj organizacii [Structure in fives. Designing effective organizations], per. s angl. pod red. Ju. N. Kapturevskogo, Sankt Peterburg: Piter, 2004.
8. Mishhenko O. Deutsche Bahn otvetil na tvit Gretty Tunberg o perepolnennyh poezdah [Deutsche Bahn's answer to Greta Tunberg's tweet], *DW*, 15.12.2019. Available at: <https://p.dw.com/p/3UrTX>
9. Mylnikov P. Grete Tunberg ne dostalos' mesta v nemeckom poezde [There wasn't a space for Greta Tunberg in a German train], *DW*, 15.12.2019. Available at: <https://p.dw.com/p/3Upnl>
10. Russo Zhan-Zhak. Ob obshhestvennom dogovore ili Principy politicheskogo Prava [Du contrat social ou Principes du droit politique], per. s franc. A.D. Hajutina i V.S. Alekseeva-Popova, Moscow: KANON- press, 1998.
11. Tairov Rinat. «Otdyh prevratilsja v haos»: starejšij v mire turoperator Thomas Cook zakrylsja iz-za dolgov [“Vacation turns into chaos”: the world's oldest tour operator Thomas Cook closes, due to debts], *Forbes*, 23.09.2019. Available at: <https://www.forbes.ru/biznes/384035-otdyh-prevratilsya-v-haos-starejšij-v-mire-turoperator-thomas-cook-zakrylsya-iz-za>
12. The AMF Enforcement Committee fines Bloomberg LP for dissemination of false information, *AMF*, 16.12.2019. Available at: https://www.amf-france.org/en_US/Actualites/Communiqués-de-presse/Commission-des-sanctions?xtcr=1&isSearch=true&docId=workspace%3A%2F%2FSpacesStore%2F8e3bf0d3-a022-4b39-a6c7-4b7fde7aa221&lastSearchPage=https%3A%2F%2Fwww.amf-france.org%2FmagnoliaPublic%2Famf%2Fen_US%2FResultat-de-recherche%3FTEXT%3Dbloomberg%26LANGUAGE%3Den%26isSearch%3Dtrue%26simpleSearch%3Dtrue%26valid_recherche%3DOK&xtmc=bloomberg&docVersion=1.0

13. Arlt Hans-Jürgen. Krisen sind auch nicht mehr das, was sie einmal waren. Über die Differenz funktionaler und individueller Kommunikation, *Krisenmanagement in der Mediengesellschaft*, Noltig T., Thiessen A. (Hrsg), Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften / GWV Fachverlage GmbH, 2008.

14. Dijk Jan A.G.M. van. The network society: Social Aspects of new Media, 2nd edition, London: Sage Publications, 2006.

15. Mitroff Ian, Gus Aganos. Managing Crises before They Happen & What Every Executive and Manager Needs to Know about Crisis management, New York: AMACOM, American Management Association, 2001.

16. Nock Steven L. The Costs of Privacy: Surveillance and Reputation in America, New York: Aldine de Gruyter, 1993.

17. Walker Guevara Marina. ICIJ releases database revealing thousands of secret offshore companies, ICIJ, 9 May 2016. Available at: <https://panamapapers.icij.org/blog/20160509-offshore-database-release.html>.

Author's Bio

Plamen ATANASOV – PhD in Public Communications and Information Sciences (Journalism – Crisis Public Relations), Sofia University “St. Kliment Ohridski”, Sofia, Bulgaria. E-mail: atanasovp@abv.bg.

Библиографическая ссылка

Атанасов П. А. Репутационные кризисы онлайн // SocioTime / Социальное время. – 2020. – № 1(21). – С. 77-87. – DOI: 10.25686/2410-0773.2020.1.77