**Аннотация магистерской диссертации**

**Вътовой Кристины Валентиновны**

**«КРИЗИСНЫЕ КОММУНИКАЦИИ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ВОЙНЫ**

**В СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ»**

**Н. рук. – Гавра Дмитрий Петрович, профессор, доктор социол. наук**

**Кафедра связей с общественностью в бизнесе**

**Ключевые слова:** кризис, кризисные коммуникации, информационные войны, строительная отрасль, антикризисный PR, стратегии кризисных коммуникаций.

Несмотря на фундаментальность и значимость строительной отрасли для общества, на сегодняшний день ее коммуникационная сфера мало изучена. Очевидно, что функционирование строительства лежит в плоскостях таких технических и социальных наук, как архитектура, геодезия, экономика и др. Но являясь полноценной системой, строительная отрасль включает в себя множество субъектов, групп общественности, рисков и коммуникативных проблем. В связи с этим, стоит отметить необходимость и востребованность исследования PR-коммуникаций (в частности, в условиях кризиса) данной сферы. В связи с этим, видится необходимым изучение коммуникации субъектов строительной отрасли в условиях кризиса. В этом заключается **актуальность** выбранной темы.

На сегодняшний день кризисные коммуникации имеют крайне низкую степень интеграции в структуру менеджмента отечественных компаний, в частности, в строительной отрасли. Отметим также малую изученность самой отрасли с точки зрения PR, а также отсутствие научных работ, посвященных кризисным коммуникациям в строительстве. Указанные обстоятельства определяют **научную новизну** диссертации.

**Объектом** данного исследования являются коммуникации строительных компаний в условиях кризиса.

**Предметом** исследования выступают стратегии антикризисных коммуникаций компаний строительной отрасли в условиях кризисов.

В данной работе автор ставит перед собой **цель** выявить характерные особенности антикризисной коммуникации в строительной отрасли.

Для достижения указанной цели поставлены следующие **задачи**:

1. охарактеризовать кризисные явления, их признаки, типологии и стадии;
2. рассмотреть основные теории антикризисных коммуникаций;
3. выявить PR-инструменты, каналы и группы общественности строительной отрасли;
4. проанализировать примеры кризисных ситуаций в строительстве;
5. определить стратегии и технологии реагирования на кризисы в сфере строительства.

Для разрешения сформулированных задач в рамках исследования были применены такие **методы**, как контент-анализ интернет-ресурсов, экспертное интервьюирование с действующими PR-специалистами строительных компаний, анализ конкретных кризисных ситуаций в строительной отрасли (case-study), а также статистические данные о состоянии строительства, научные публикации и статьи.

Особую значимость для создания **теоретико-методологической базы** исследования имели работы Д.П. Гавры, Д.А. Ольшевского, А.Н. Чумикова, Т. Кумбса, В. Бенуа, С. Финка, М. Линдела и Р.Перри. В основу исследования легли современные теории кризисной коммуникации, а именно: ситуационная теория кризисной коммуникации (SCCT) Т. Кумбса, PADM-подход М. Линдела и Р. Перри, теория восстановления имиджа В. Бенуа (IRT).

В результате проведенного исследования автор выносит на защиту следующие положения.

1.Изучение кризисных коммуникаций в строительной отрасли является актуальной необходимостью.

2.Специфика PR в строительной отрасли заключается в ее инертности. До недавнего времени строительный рынок был закрытой и низкоконкурентной сферой бизнеса.

3.Ключевые группы общественности для строительного бизнеса: органы государственной власти, покупатели и участники долевого строительства, локальное сообщество, общественные организации и СМИ.

4.Основные каналы коммуникации и PR-технологии строительных компаний в кризисных ситуациях с группами общественности: личные встречи, носящие непубличный характер с представителями органов государственной власти; генерация положительной информации, принесение публичных извинений и компенсации пострадавшим для участников долевого строительства; переговоры и удовлетворение интересов локального сообщества; прямые переговоры, подготовка разрешающих документов и публикации в СМИ для общественных организаций; предоставления оперативной и точной информации по проблеме для журналистов.

5.Стратегия реагирования в кризисных коммуникациях заключается в максимальной генерации положительных информационных поводов каждой строительной организации.

**Структура диссертации** включает в себя Введение, 3 главы, в которых последовательно рассматриваются теория кризисных коммуникаций, PR в строительной отрасли и антикризисные коммуникации строительных организаций, а также Заключение, Список литературы и Приложения.