

Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»

Специфика стратегий в сфере связей с общественностью

Сенькова Мария

Студент

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Философский факультет, Москва, Россия

E-mail: MariaSenkova@yandex.ru

Стратегическое планирование – это залог успешной деятельности любой организации, любого события или действия, независимо от масштабности. В основе стратегического планирования лежит стратегия, которая присутствует в любой сфере деятельности. Попытка реализовать что-то, не имея представления о траектории своего движения хотя бы в голове, заранее обречена в лучшем случае на нулевой результат, в худшем – на отрицательный.

Нестабильность внешних условий приводит к тому, что организации предпочитают не заглядывать далеко в будущее, ограничиваясь тактическим планированием. В конечном итоге все сводится к тому, что разработанный стратегический документ помещается в "красный угол" а в реальности действия отвечают только сегодняшним запросам. Сложившаяся ситуация подчеркивает актуальность данного исследования. Целью исследования является поиск ответа на вопрос: "Возможно ли успешное развитие организации, основанное исключительно на тактическом планировании?".

Для раскрытия проблемы необходимо рассмотреть следующие пункты:

1. Элементы коммуникативной пиар-ситуации

Задачей данного раздела является определения механизма построения обычной пиар-ситуации: анализ нынешнего состояния (внешних и внутренних факторов), постановка цели и метациели (миссии), составление критериев оценки будущих результатов, процесс реализации, оценка достигнутых результатов, работа над ошибками. Каждый элемент рассматривается с позиций различных подходов для более комплексного понимания их сущности.

Планируется рассмотреть гипотезу трех основных точек развития организации: точка А - настоящее положение, точка В - положение, при достижении поставленной цели, точка С - положение, при достижении метациели. Может ли метациель превратиться в просто цель при достижении положения В? Возможно ли в принципе достижение метациели, и будет ли жизнеспособна организация при выполнении и реализации своей миссии? В рамках данных вопросов будет рассмотрен данный раздел исследования.

2. Особенности стратегии и тактики в сфере связей с общественностью

Этот пункт посвящен разделению стратегии и тактики как инструментов планирования, выделения качественных характеристик различия. В частности, стратегия и тактика формируются в разных пространственных и временных переменных: стратегия нацелена на будущее и является способом достижения поставленной метациели. Тактика, в свою очередь, отвечает на ежедневные запросы среды и разрабатывает только один ход. Стоит отметить, что стратегия состоит из серии тактик, которые, с первого взгляда, могут противоречить друг другу или даже вредить общему ходу развития событий. Но в этом случае потери на одном уровне будут компенсированы минимум двойным

выигрышем на другом. Например, военкомандующий из двух дорог выберет скорее ту, которая более разбита, из расчета, что там не встретятся войска противника.

Таким образом, на основе анализа характерных черт, как тактики, так и стратегии, будет сделан вывод о необходимости использования каждого из инструментов планирования и их очередности.