

Проявление полицентричности в современном PR и маркетинге при работе с аудиторией

Никитина Диана Юрьевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: No.003@mail.ru

Сложно отрицать тенденцию к глобализации в современном мире. Она проявляется во всех сферах нашей жизни, особенно в тех, которые связаны со средствами связи и информацией. Стремление к глобализации — это неизбежное явление, которое распространилось за последние десятилетия, в особенности благодаря огромным достижениям техники. Так, например, в работах известного канадского философа и культуролога - Герберта Маршалла Маклюэна, мы можем увидеть идеи, основанные на усиливающейся связи внутри разнокультурного общества - в том числе это относится и к его идее о глобальной деревне, где ярко продемонстрировано "уменьшение" нашего мира.

В связи с этим явлением всё больше проявляется плюрализм во всех сферах общества, что приводит к необходимости разработки системы взаимодействия с разнородной целевой аудиторией. Актуальность данной работы обусловлена глобализацией и, следовательно, расширением охвата мирового рынка, что приводит к уменьшению значимости выделения одной единой не сегментированной целевой аудитории.

Несмотря на то, что сегментация — это и одно из базовых действий для анализа целевой аудитории, это в то же время и современный, не утративший значения принцип работы, изучаемый многими ведущими специалистами в области коммуникации. Так, например, компаниям, выводящим свои товары на международный рынок, необходимо учитывать множество культурных различий между разными странами и людьми при разработке своих продуктов и стратегий их продвижения.

Можно увидеть, что затронутое выше явление связано с темой сегментации целевой аудитории. В первую очередь стоит определить, что такое целевая аудитория (в дальнейшем ЦА) — это группа потенциальных или уже существующих клиентов, которые заинтересованы в конкретном продукте или услуге. А сегментированная ЦА — это ЦА, разделенная на несколько групп по схожим характеристикам (таким как возраст, пол, культура, уровень образования, место проживания и т.д.) для анализа и дальнейшей проработки.

Само слово "полицентрический" подразумевает наличие множества центров. И именно полицентрический маркетинг занимается работой с неоднородной аудиторией, в том числе проживающей на территории разных стран, а в некоторых случаях и разных регионов. При работе с таким видом аудитории необходимо выстраивать коммуникацию особым образом, так как она должна отличаться для каждого отдельного сегмента аудитории.

И одним из ярких примеров работы по такому принципу являются международные мероприятия, например, глобальные кинофестивали, такие как Каннский, Московский и Индийский международные кинофестивали. Они хорошо подходят для рассмотрения всех особенностей работы с разнокультурной аудиторией, так как привлекают людей со всего мира для участия в самом фестивале или просмотра работ участников, также можно отметить и то, что чаще всего рабочая команда, занимающаяся организацией таких фестивалей, более однородная, чем, например, в международных корпорациях, нанимающих своих работников из населения страны, в которой они хотят открыть офис. Последняя

особенность усложняет работу кинофестивалей, так как организаторы могут не в полной мере понимать все культурные особенности своей аудитории - в большинстве своем кинофестивали привязаны к одной стране проведения (хоть в нем и участвуют другие страны), то есть в областях культуры и своего продвижения ориентируются именно на неё.

Источники и литература

- 1) Котлер Ф. Основы маркетинга – Москва, Санкт-Петербург, Киев, «ВИЛЬЯМС», 2007.
- 2) Маклюэн Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека – Москва, Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003.
- 3) Голева О. П. Целевые аудитории ивент-маркетинга и виды событийных мероприятий [Электронный ресурс] // Вестник МГУП Имени Ивана Федорова. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tselevye-auditorii-ivent-marketinga-i-vidy-sobytiyih-meropriyatiy>
- 4) Основные методы сегментации аудитории [Электронный ресурс] // Idea Digital Agency- URL: <https://ideadigital.agency/ru/blog/segmentacia-5w/>
- 5) Polycentrism – meaning & Definition [Электронный ресурс] // mba SKOOL – 21.11.2016 - URL: <https://www.mbaskool.com/business-concepts/marketing-and-strategy-terms/16677-polycentrism.html#:~:text=Polycentrism%20marketing%20is%20a%20kind,to%20be%20a%20key%20part>
- 6) Segmentation Statistics That You Must Know in 2023 [Электронный ресурс] // Notify Visitors – 25.11.2021 – URL: <https://www.notifyvisitors.com/blog/segmentation-statistics/>