

Секция «Связи с общественностью в государственных и общественных структурах»

**Кросс-секторное сотрудничество: опыт успешных PR-кампаний между
государственными и некоммерческими организациями**

Научный руководитель – Костикова Анна Анатольевна

Лутфуллина Юлия Анваровна

Студент (магистр)

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

E-mail: lutfullina1993@mail.ru

В условиях современного общества, характеризующегося высоким уровнем неопределенности и множеством социальных вызовов, кросс-секторное сотрудничество становится все более актуальным. Это взаимодействие между государственными и некоммерческими организациями (НКО) позволяет реализовывать эффективные PR-кампании, направленные на решение общественно значимых проблем. В работе рассмотрены примеры успешного кросс-секторного сотрудничества Университета ИТМО с общественными организациями.

Тем не менее, несмотря на очевидные преимущества, кросс-секторное сотрудничество имеет ряд проблем. Во-первых, различия в культуре работы государственных структур и НКО могут стать препятствием для эффективной коммуникации. Государственные организации часто придерживаются бюрократических подходов, тогда как НКО более гибки и ориентированы на результат.

Во-вторых, отсутствие четких механизмов координации и распределения ответственности может затруднить реализацию совместных проектов. Часто возникают ситуации, когда роли участников не определены должным образом, что приводит к дублированию усилий или, наоборот, к пробелам в реализации задач.

Для решения этих проблем необходимо разработать стратегии, основанные на четком определении целей и взаимных интересов сторон. Эффективные механизмы коммуникации и координации являются ключевыми для успешной реализации PR-кампаний.

Кросс-секторное сотрудничество между государственными и некоммерческими организациями представляет собой мощный инструмент для решения актуальных социально-значимых проблем.

Источники и литература

- 1) Галиханов М.Ф., Барабанова С.В., Кайбияйнен А.А. Основные тренды инженерного образования: пять лет международной сетевой конференции «Синергия» // Высшее образование в России. 2021. Т. 30. № 1. С. 101-114. DOI: 10.31992/0869-3617-2021-30-1-101-114
- 2) Дзялошинский И. М. От информационного сопровождения к информационному партнерству / И. М. Дзялошинский, М. И. Дзялошинская // Вопросы теории и практики журналистики. — 2015. — Т. 4, № 4. — С. 349-365. — DOI: 10.17150/2308-6203.2015.4(4).349-365

- 3) Волков К.М. Коммуникации, интегрированные во времени / К. М. Волков / / Маркетинговые коммуникации. — 2006. — № 2 (32)
- 4) Рахматуллин И. Ф. Информационное партнерство, как стратегия информационного развития экономики / И. Ф. Рахматуллин. — URL: <http://www.cfn.ru/bandurin/article/sbrn07/18.shtml>.