

## **Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»**

### **Особенности пиар-сопровождения образовательных выставок**

*Макарова Арина Вячеславовна*

*Студент*

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Философский факультет, Москва, Россия  
E-mail: arinamakarova@list.ru*

Исследования ведутся в рамках Федеральной целевой программы "Научные и научно-педагогические кадры инновационной России" на 2009-2013 годы по проекту "Формы и уровни принятия решений в системах профессионального образования и науки (в условиях формирования экономики, основанной на знаниях)". Работа проводится при финансовой поддержке Федерального агентства по науке и инновациям. Государственный контракт 02.740.11.0366.

За образовательными выставками уже давно закрепился статус одного из главных помощников абитуриенту при выборе высшего учебного заведения. Кроме того, это отличный способ демонстрации достижений науки и важный инструмент при формировании экономики, основанной на знаниях. Необходимость развития образовательных выставок признается и государственной властью. Так, существующий уже с 2006 года Фестиваль науки, организуемый МГУ им. М.В. Ломоносова и Правительством Москвы, по инициативе Президента РФ Дмитрия Медведева в этом году стал Всероссийским.

С изменением статуса выставки меняется и система организации связей с общественностью, и усложняется процесс принятия решений. Но в то же время повышенный интерес и выделение федеральной и региональной властью какого-либо выставочного мероприятия из других, как правило, означает своевременное решение внешних организационных проблем, присущих для выставочной деятельности в целом. В этом случае главными целями пиара остаются привлечение посетителей на выставку и создание информационного поля вокруг мероприятия. Именно от посетителей и аудитории и зависит успех выставки. В русской традиции выставочной деятельности выставку принято рассматривать как возможность "обзавестись нужными контактами имеющую отношение скорее к участникам выставки, а не ее гостям. В действительности последующее взаимодействие участников выставки это важный критерий в оценке эффективности выставки, но оно не является ее первостепенной задачей (скорее, это будет актуально для конференций и других, подобных им, деловых мероприятий). При проведении выставки намного важнее заинтересовать посетителя, каким-то путем вовлечь его в процесс, приблизить к той сфере, которой посвящена выставка. Именно поэтому организаторами Фестиваля науки были применены различные инструменты, чтобы приблизить его к форме праздника.

Эта форма не только делает науку доступней, понятней для посетителей и общества в целом (к просвещению которого и стремятся организаторы Фестиваля науки), заинтересовывая людей, она показывает ученых и преподавателей с новой стороны, повышает статус и престиж их профессий. Так образовательные выставки в целом и отдельно Фестиваль науки становятся важным инструментом привлечения молодых специалистов в науку и образование, от развития которых зависит будущее нашей страны.

### **Литература**

*Конференция «Ломоносов 2011»*

1. Александрова Н.В., Сорокина Е.В., Филоненко И.К. Участие в выставке: формула успеха. М., 2006.
2. Шарков Ф.И. Выставочный коммуникационный менеджмент (управление выставочными коммуникациями). М., 2006.
3. Фестиваль науки: <http://www.festivalnauki.ru/>