

УДК 001.92

**ПРОДВИЖЕНИЕ БИОЛОГИЧЕСКОЙ СТАНЦИИ «КАРТЕШ»**

**Новикова К.О.** (Университет ИТМО), **Мельникова А.Р.** (Университет ИТМО),

**Петров В.С.** (Университет ИТМО)

**Научный руководитель – Радченко М.О.**

(Университет ИТМО)

**Введение.** Современные научные организации, особенно небольшие и узкоспециализированные, продолжают вести коммуникацию с обществом по модели дефицита [1]. Беломорская биологическая станция «Картеш» [2] — один из таких примеров. Однако исследователи биостанции, осознав необходимость перехода к модели диалога [1], обратились в Центр научной коммуникации университета ИТМО с целью внедрить более прогрессивный подход к развитию имиджа научной организации. Ими был сформулирован запрос на активизацию и модернизацию медиавзаимодействий и поставлен ряд задач: перестроить сайт, увеличить представленность информации о «Картеше» в СМИ.

**Основная часть.** В рамках проекта для достижения цели, поставленной сотрудниками научной организации, была разработана коммуникационная стратегия по обновлению имиджа биостанции «Картеш» с учётом современных тенденций продвижения научной деятельности со следующими задачами.

*Задача 1.* Создание нового сайта биостанции с целевыми аудиториями:

- 1) российские ученые, исследования которых фокусируются на экосистеме северных морей (биологи, морские биологи и т.д.);
- 2) аспиранты/магистры российских университетов по направлениям: биология, морская биология, чей научный интерес связан с деятельностью биостанции (зоологи, ихтиологи, паразитологи, экологи, малакологи, гидробиологи, океанологи);
- 3) туристические группы из ближайших городов (Кандалакша, Кемь, Апатиты, Мончегорск) и туристы из других регионов, путешествующие по Карелии;
- 4) люди, знающие о деятельности биостанции, но не связанные с научной работой, которая на ней ведётся.

*Задача 2.* Написание и публикация новости и/или интервью в научно-популярном издании.

*Задача 3.* Написание и публикация эксплейнера в СМИ об одном из направлений деятельности биостанции «Картеш».

Целевая аудитория для задач 2 и 3 — люди, интересующиеся биологией и морской биологией (18–40 лет).

**Выводы.** Реализация кейса предполагает привлечение внимания целевой аудитории к организации, а также построение платформы коммуникации между учёными биостанции «Картеш» и научным сообществом в целом. В случае признания результатов успешными коммуникационная стратегия может быть адаптирована и применена для подобных научных учреждений.

**Список использованных источников:**

1. S.R. Davies, M. Horst Deficit and Dialogue: Reframing Science Communication Research and Practice // Science Communication – 2016. P. 213–231.

2. Официальный интернет-сайт Беломорской Биологической Станции «Картеш» [Электронный ресурс]. – 2023. URL: <https://www.zin.ru/kartesh/> (Дата обращения: 19.02.2023).