

ДОКУМЕНТАЛЬНЫЕ ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ

УДК 629.78:004.77(470+571)

О.В. Смирнова, Г.В. Денисова, И.А. Панкеев, Д.С. Ильченко, А.С. Антипова

Проблематика космоса в современном российском медиадискурсе (2020-2021 гг.)*

Представлено продолжение исследования космической проблематики в отечественном медиадискурсе на примере ведущих федеральных общественно-политических газет «Комсомольская правда», «Российская газета» и «Коммерсантъ», а также интернет-изданий Lenta.Ru и Газета.Ru. С помощью ранее апробированной методики изучены количественные и качественные характеристики публикаций о космосе и проведен сравнительный анализ данных в выбранных массмедиа за 2020 и 2021 гг. Отбор и анализ публикаций проведен с использованием информационно-поисковой системы мониторинга и анализа СМИ «Интегрум», индексирующей материалы и содержащей архивы более 12 тыс. источников.

Ключевые слова: космос, информационная повестка, современный медиадискурс, СМИ, научно-технологическое развитие

DOI: 10.36535/0548-0019-2022-06-5

ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ И ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ

Сегодня гуманитарная наука расширяет свои границы, вступая в диалог с техногенными открытиями и биологическими закономерностями. Вторая половина XX столетия прошла под знаком воплотившейся мечты человека о полетах в космос. В XXI в. «диалог» человечества с космическим пространством, которое в контексте цифровизации интенсивно медиатизируется, занимает значимое место во всех общественных процессах.

Медиапространство как структурное образование призвано обеспечивать оптимальное информационное взаимодействие и влияние на социум посредством создания непрерывно обновляемой картины мира с последующим превращением потенциальной информации в реальную [1]. Наука и научная информация в контексте цифровизации интенсивно медиатизируются, претерпевая кардинальные изменения [2]. Тематика научно-технологического развития – это одно из ключевых содержательных направлений качественных средств массовой информации (СМИ). Выполняя свои основные функции – предоставление полезной информации и обеспечение коммуникации

в социуме, массмедиа вовлекают в обсуждение актуальных вопросов научно-технологического развития представителей гражданского общества, госслужащих, предпринимателей и потенциальных инвесторов, а также ученых и инженеров, заинтересованных в продвижении научных открытий и разработок, т. е. основных субъектов национальной инновационной системы [3]. В этом смысле СМИ являются инструментом решения задач научно-технологического развития России, в первую очередь «формирования эффективной системы коммуникаций в области науки, технологий и инноваций, повышения восприимчивости экономики и общества к инновациям, создания условий для развития наукоемкого бизнеса» [4].

Именно медиа и есть та сила, которая способна противостоять псевдонаучным представлениям о космосе и лженауке [5-8]. Не случайно современные исследователи отмечают эффективность использования СМИ как канала распространения информации, способной существенным образом влиять на формирование общественного мнения, в том числе в сфере науки, технологий и инноваций [8-18]. Действительно, значительная часть граждан получает информацию о науке и технике в основном (вероятно, даже исключительно) из СМИ [19], которые, в свою очередь, оказывают воздействие на инновационную политику государства в целом [20, 21], на развитие

* Работа выполнена в рамках научно-образовательной школы МГУ имени М.В. Ломоносова «Фундаментальные и прикладные исследования космоса»

научных отраслей экономики, например, медицины или атомной промышленности [22].

Гуманитарная наука все более расширяет свои границы, вступая в диалог с техногенными открытиями и биологическими закономерностями. Не будет большим преувеличением утверждать, что практически вся вторая половина XX столетия прошла под знаком космоса (от мечты до полетов человека в неизведанное космическое пространство), однако именно в XXI в. произошло объединение понимания «космоса» (греч. – κόσμος, лат. – mundus) с двух позиций – и как вселенной, и как космического пространства, что сливается в триаду «Космо-Психо-Логос» [23]. Одновременно развитие информационных технологий и демократизация СМИ привели к выстраиванию новых ценностей на основе «диалога» между космическим пространством и человечеством.

На фоне явного роста внимания исследователей к теме космоса в контексте медиа и культуры, на сегодняшний день особенности космической тематики в содержании современных российских СМИ требуют комплексного исследования количественных и качественных характеристик этой проблематики в современных медиа. Изложенное обуславливает актуальность междисциплинарных исследований процессов, связанных с влиянием темы космоса на общественное сознание, в том числе и по причине того, что именно медиа выступают той силой, которая способна противостоять псевдонаучным представлениям о космосе [5–9, 16, 24, 25].

В качественном и всестороннем освещении темы космоса заинтересованы и редакции массмедиа, поскольку космические исследования, наряду с науками о жизни – это наиболее востребованные у массовой аудитории направления научно-технической информации в СМИ [20, 22–24, 26].

МЕТОДИКА И ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

С помощью ранее апробированной методики [27] нами были изучены количественные и качественные характеристики публикаций о космосе на примере ведущих федеральных общественно-политических газет, а также некоторых интернет-изданий, проведен сравнительный анализ данных за 2020 и 2021 гг. и выявлена динамика освещения проблематики космоса в этот период.

Основными методами в нашей работе с эмпирическим материалом на разных этапах стали: контент-анализ, сравнительный анализ, описательный метод, метод сплошной выборки, количественный анализ. Цель исследования – выявление динамики присутствия проблематики космоса на основе анализа удельного веса публикаций с ключевыми словами *космо** или *космическ** в общем контенте массмедиа в период 2020–2021 гг., и формирование гипотезы для изучения вклада инфоповодов различных типов в информационную повестку, связанную с космической проблематикой.

В качестве объекта на этом этапе исследования были выбраны ведущие российские федеральные общественно-политические газеты «Комсомольская правда», «Российская газета» и «Коммерсантъ», а также интернет-издания Lenta.Ru и Газета.Ru; проанализировано их содержание за период с января 2021 г. по декабрь 2021 г. Отбор и анализ публикаций по заданной теме был проведен с использованием информационно-поисковой системы мониторинга и анализа СМИ «Интегрум», индексирующей материалы и содержащей архивы более 12 000 источников. Оригинальная методика позволила оценить долю публикаций о космосе в общем массиве сообщений СМИ, выявить ключевые тематические сферы космической информационной повестки и особенности ее географии.

В ходе исследования была сформирована содержащая ключевые слова *космо** или *космическ** выборка №=5908 публикаций (выборка В1-2021) и соотнесена с общим количеством публикаций в исследуемых СМИ за 2021 г. (выборка В0-2021) №=303814 публикаций. Эти данные затем сравнивались с аналогичным образом полученными результатами за 2020 г.: выборкой В1-2020 №=3964 публикаций и выборкой В0-2020 №=263981 публикаций.

В ходе анализа зафиксировано заметное – в 1,5 раза – увеличение количества публикаций о космосе в 2021 г. по сравнению с 2020 г. Устойчивый рост числа публикаций, потенциально связанных с космической тематикой, наблюдался за весь исследуемый период (рис. 1).

Положительная динамика была также выявлена при анализе удельного веса публикаций с ключевыми словами *космо** или *космическ** в общем контенте массмедиа. Доля таких публикаций выросла в 1,3 раза: с 1,5% в 2020 г. до 1,9% в 2021 г. И что примечательно, увеличивалась в каждом исследуемом СМИ (рис. 2). При этом как в 2020 г., так и в 2021 г. удельный вес публикаций о космосе в газетах в среднем превышал этот параметр в интернет-изданиях в два раза. Однако в абсолютных значениях в интернет-СМИ по сравнению с газетами было опубликовано в среднем в 5,4 раза больше текстов о космосе в 2020 г. и в 6 раз больше – в 2021 г. Как отмечалось ранее, это связано с разницей в моделях изданий и информационным потоком, который они производят, поскольку интернет-СМИ ориентированы прежде всего на новостной контент и конвергентные редакции этих изданий работают в условиях 24/7, т. е. обеспечивают производство контента 24 часа в сутки семь дней в неделю.

Приведенные результаты свидетельствуют о стабильном росте объема информации о космосе в отечественных массмедиа за последние два года. Актуальной представляется задача определения различных факторов, в том числе ключевых инфоповодов, влияющих на данный процесс. С этой целью была проанализирована динамика количества публикаций о космосе за период 2020–2021 гг. и выявлены месяцы – это декабрь 2020 г., апрель, июль и октябрь 2021 г. с выраженным максимумом публикаций (рис. 3).

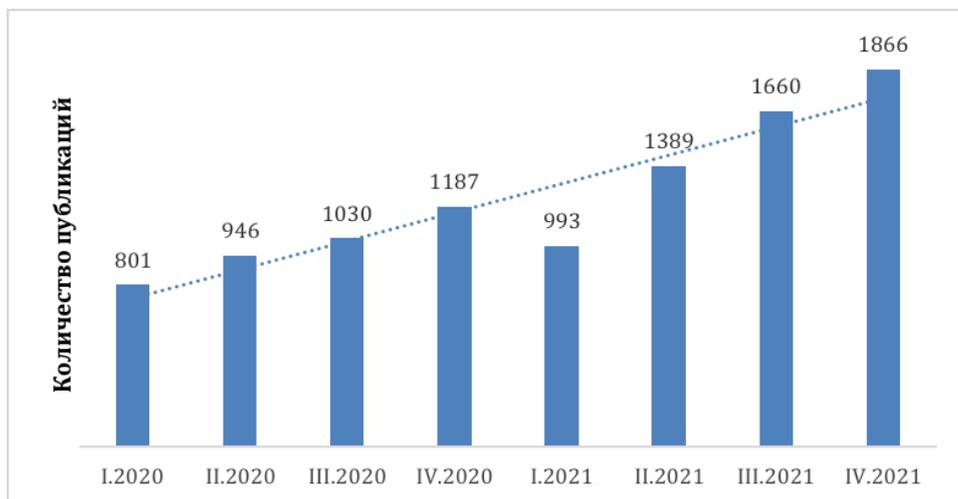


Рис 1. Динамика количества публикаций о космосе за 2020 и 2021 гг. в исследуемых СМИ.

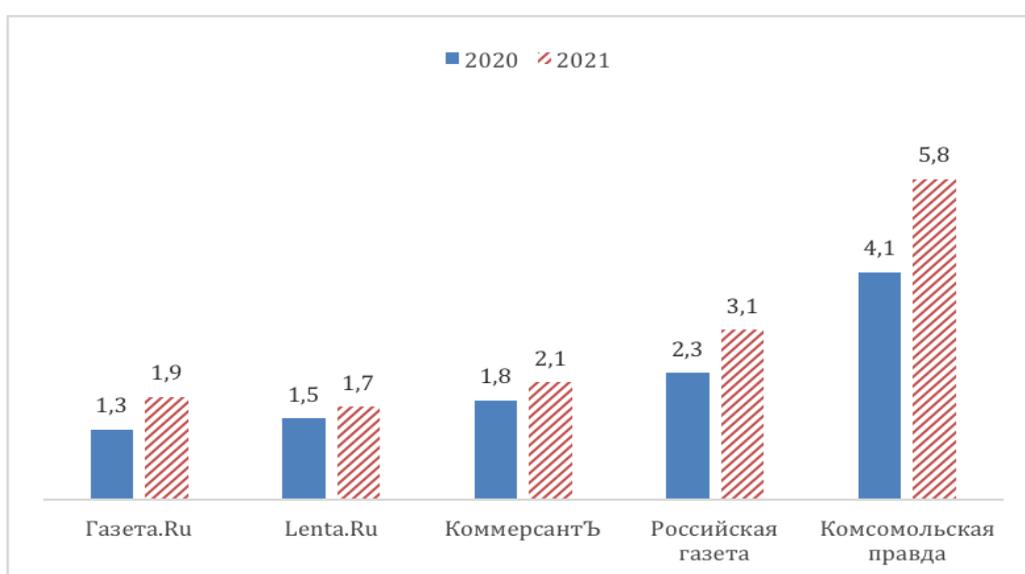


Рис. 2. Доля публикаций с упоминанием космоса по отношению к общему массиву публикаций исследуемых СМИ за 2020 и 2021 гг. (%).

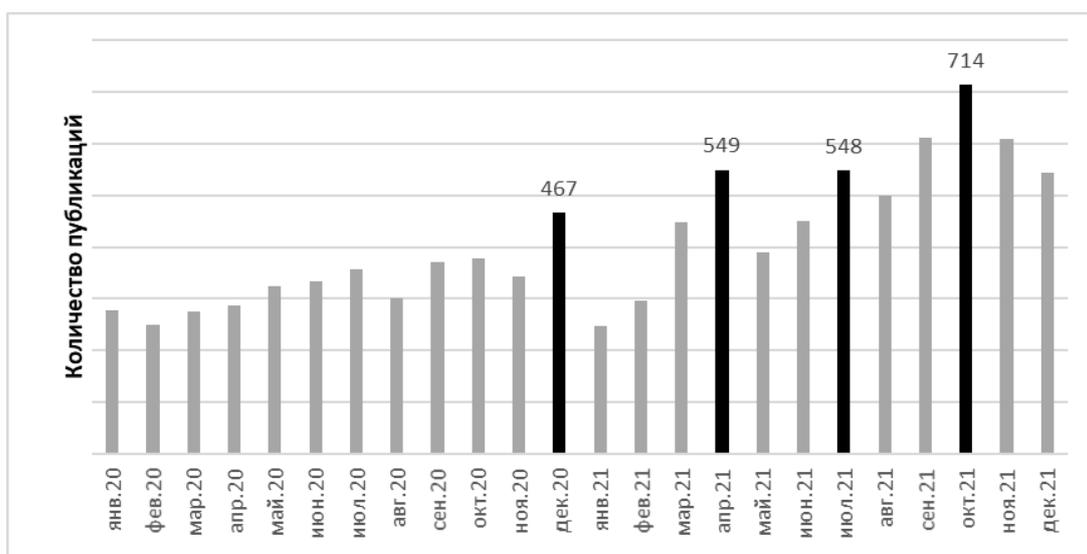


Рис. 3. Динамика количества публикаций о космосе в исследуемых СМИ за 2020 г. и 2021 г. по месяцам (месяцы с выраженным максимумом публикаций отмечены черным цветом).

Обозначенные периоды соответствуют таким важным событиям в развитии отечественной и мировой космонавтики, как успешный запуск ракетносителя тяжелого класса «Ангара-А5» (14 декабря 2021 г.) и празднование 60-летней годовщины первого полета человека в космос (12 апреля 2021 г.). Кроме того, в апреле 2021 г. совершил свой первый полет в атмосфере Марса квадрокоптер «Ingenuity» и состоялся запуск китайской модульной орбитальной станции «Тяньгун»; в июле 2021 г. был осуществлен запуск на орбиту и стыковка с МКС многофункционального лабораторного модуля «Наука», а также состоялись успешные суборбитальные пилотируемые полеты кораблей VSS *Unity* и *New Shepard*. Особого внимания в данном контексте заслуживает уникальный телевизионный проект, транслировавшийся осенью 2021 г. на Первом канале. В рамках реалити-шоу «Вызов. Впервые в космосе» киноэкипаж в составе актрисы Ю. Пересильд, режиссера К. Шипенко и космонавта А. Шкаплера отправился на МКС для съемок художественного фильма. Таким образом, космос стал площадкой медийного научно-просветительского проекта и вызвал огромный резонанс как в России, так и за рубежом. Онлайн-трансляции старта и приземления киноэкипажа на интернет-ресурсах Первого и в официальных аккаунтах телеканала в социальных сетях и на видеохостингах собрали более 17 млн просмотров («Вызов. Первые в космосе» 1tv.ru)-filme-poletit...peresild 13 октября).

В этот же период происходили и другие события (например, старт ракеты Falcon 9 с кораблем Crew Dragon с космическими туристами на борту; первый в истории проект по изменению траектории астероидов и др.), которые также могли существенным образом повлиять на изменения в динамике публикаций.

ВЫВОДЫ

Изучение и освоение космического пространства в контексте научно-технологического развития Российской Федерации представляет собой одно из приоритетных направлений, и СМИ выступают важнейшим инструментом популяризации фундаментальных и прикладных космических исследований, а также их влияния на формирование общественного мнения, поскольку именно тема космоса является наиболее востребованной у массовой аудитории направлением научно-технической информации.

Проведенное нами исследование позволило сделать следующие выводы.

1. Изучение проблематики космоса в современном медиадискурсе позволяет выявить положительную динамику роста удельного веса публикаций с ключевыми словами *космо** или *космическ** в общем контенте массмедиа: доля публикаций выросла с 1,5 % в 2020 г. до 1,9% в 2021 г., однако при этом и в 2020 г., и в 2021 г. удельный вес публикаций о космосе в газетах был в среднем в два раза выше, чем в интернет-изданиях.

2. На фоне стабильного роста объема информации о космосе в отечественных массмедиа в период 2020-2021 гг. очевидно выделяются месяцы с четко выраженным максимумом публикаций, а именно: декабрь 2020 г., апрель, июль и октябрь 2021 г.

3. В качестве перспективы дальнейшего исследования проблематики космоса в российских СМИ видится изучение влияния инфоповодов различных типов на формирование информационной повестки. Полученные нами данные помогут рассмотреть процесс медиатизации космической проблематики на более глубоком уровне и определить возможности его дальнейшей оптимизации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Владимирова Т.Н., Панферова В.В., Смирнова О.В., Свитич Л.Г., Шкондин М.В. Журналистика и интеллектуальный потенциал общества: теоретические подходы к системному анализу интеллектуального взаимодействия в медиaprостранстве // Вопросы теории и практики журналистики. – 2020. – Т. 9, № 1. – С. 90–105. DOI: 10.17150/2308-6203.2020.9(1).90-105.
2. Аникина М.Е. Медиатизация науки глазами исследователей // Осторожно, лженаука! Вып. 1: Аналитические исследования по государственному контракту № 14.597.11.0010 / под ред. Е.Л. Вартановой. – Москва: Факультет журналистики МГУ, 2015. – С. 8–17.
3. Кудина М.В. Инновационная экономика: Учебник. – Москва: Изд-во Московского университета, 2018.
4. Государственная программа «Научно-технологическое развитие Российской Федерации». – URL: <http://government.ru/docs/36310/>
5. Вартанова Е.Л. Динамика общего и особенного: современные теоретические подходы к анализу российской медиасистемы // Параллели и меридианы медиaprостранства. – Москва: Факультет журналистики МГУ, 2014. – С. 10-34.
6. Вартанова Е.Л. О важности противостояния лженауке // Осторожно, лженаука! Вып. 1: Аналитические исследования по государственному контракту № 14.597.11.0010 / под ред. Е.Л. Вартановой. – Москва: Факультет журналистики МГУ, 2015. – С. 3–7.
7. Гурова Е.К. Популяризация науки: задачи, стратегии, технологии // Методическое пособие для журналистов: Аналитическое исследование по государственному контракту № 14.597.11.0010 / под ред. Е.Л. Вартановой. – Москва: Факультет журналистики МГУ, 2016.
8. Лазаревич Э.А. Популяризация науки в России. Книга. Газета. Журнал: дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.10. – Москва, 1981.
9. Панков А.В. Популяризация науки в периодической печати (на материале литературно – общественно – политических журналов): Специфика жанров: дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10. – Москва, 1973.
10. Латов Ю.В., Латова Н.В. Российская технологическая инноватика в отечественных СМИ (на примере технопарков) // Мир России. – 2018. – Т. 27, № 4. – С. 141–162.
11. Тоганова Н. В., Тихомиров И. А., Каменская М. А., Храмоин И. В. Технологии и ин-

- новации в российских СМИ // *Инновации*. – 2016. – № 10(216). – С. 110–118.
12. Фролова Т.И. Наука, СМИ, общество: как достичь взаимопонимания. Ч. 1. Научный журналист: миссия, задачи и компетенции // *Методическое пособие по выявлению признаков лженауки: Аналитическое исследование по государственному контракту № 14.597.11.0010 / под ред. Е.Л. Варпановой*. – М.: Ф-т журн. МГУ, 2015.
 13. Damjanov K. The matter of media in outer space: Technologies of cosmobiopolitics // *International Journal of Cultural Studies*. – 2015. – № 33(5). – P. 889-906. DOI:10.1177/0263775815604920
 14. Damjanov K., Crouch D. Global media cultures among the stars: Formations of celebrity in outer space // *International Journal of Cultural Studies*. – 2017. – № 21(5). – P. 553-568. DOI: 10.1177/1367877917705915
 15. Gamson W.A., Modigliani A. Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist Approach. *American Journal of Sociology*. – 1989. – № 95(1). – P. 1–37.
 16. *Imagining Outer Space: European Astroculture in the Twentieth Century / ed. A.C.T. Geppert*. – Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2012.
 17. Harvey B., Smid H., Pirard Th. *Emerging Space Powers: The New Space Programs of Asia, the Middle East and South America*. – Berlin: Springer, 2010.
 18. Woods A. Chris Hadfield: the superstar astronaut taking social media by storm. *The Guardian*, 23 February. – URL: <https://www.theguardian.com/science/2013/feb/22/chris-hadfield-canada-superstar-astronaut> (accessed 11 August 2015). WorldSpaceFlight (2016) Astronaut/cosmonaut statistics. – URL: <http://www.worldspaceflight.com/bios/stats1.php> (accessed 12 February 2015).
 19. National Academies of Sciences, Engineering, and Medicine. *Communicating Science Effectively: A Research Agenda (2017)* Washington (DC), National Academies Press (US). – URL: <https://www.nap.edu/catalog/23674/communicating-science-effectively-a-research-agenda>.
 20. Waldherr A. The Mass Media as Actors in Innovation Systems. In: // *Innovation Policy and Governance in High-Tech Industries / eds. J. Bauer, A. Lang, V. Schneider*. – Berlin: Springer, Heidelberg, 2012. – P. 77–100.
 21. Launius R.D. Heroes in a vacuum: the Apollo astronaut as cultural icon // *Florida Historical Quarterly*. – 2008. – № 87(2). P. – 174–209.
 22. Haider M., Kreps G.L. Forty Years of Division of Innovations: Utility and Value in Public Health // *Journal of Health Communication*. – 2004. – № 9(1). – P. 3–11.
 23. Гачев Г.Д. *Космо-Психо-Логос: Национальные образы мира*. – Москва: Академический проект, 2007. – 511 с.
 24. Ильченко Д.С., Фролова Т.И. Технологические инновации как объект журналистского анализа в деловых СМИ // *Медиаальманах*. – 2021. – № 5. – С. 54-64. DOI: 10.30547/medialmanah.5.2021.5464.
 25. Benjamin M. *Rocket Dreams: How the Space Age Shaped Our Vision of a World Beyond*. – New York: Free Press, 2003.
 26. Емельянова Н.Н. Омелаенко В.В. Российская наука в медийном контексте // *Философия науки и техники*. – 2015. – Т. 20, № 2. – С. 142–163.
 27. Смирнова О.В., Денисова Г.В., Алевизаки О.Р., Ильченко Д.С., Антипова А.С. Научно-техническая информация о космосе в современных массмедиа: результаты исследования // *Научно-техническая информация. Сер. 1*. – 2021. – №6. – С. 15-21; Smirnova O.V., Denisova G.V., Alevizaki O.R., Plyichenko D.S., Antipova A.S. Space-Related Scientific and Technical Information in Current Media Discourse: Research Results // *Scientific and Technical Information Processing*. – 2021. – Vol. 48, № 2. – P. 133–138. DOI: 10.3103/S0147688221020118

Материал поступил в редакцию 25.02.22.

Сведения об авторах

СМИРНОВА Ольга Владимировна – кандидат филологических наук, доцент, заведующая кафедрой цифровой журналистики, факультет журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова
e-mail: smirnova.olga.msu@yandex.ru

ДЕНИСОВА Галина Валерьевна – доктор культурологии, заведующая кафедрой психологии языка и преподавания иностранных языков, факультет психологии МГУ им. М.В. Ломоносова
e-mail: g.v.denisova@gmail.com

ПАНКЕЕВ Иван Алексеевич – доктор филологических наук, и. о. заведующего кафедрой теории и методики редактирования, профессор, факультет журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова
e-mail: iap56@mail.ru

ИЛЬЧЕНКО Даниил Сергеевич – научный сотрудник проблемной научно-исследовательской лаборатории комплексного изучения актуальных проблем журналистики, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова
e-mail: ilchenkod@yandex.ru

АНТИПОВА Алина Сергеевна – научный сотрудник кафедры психологии языка и преподавания иностранных языков, факультет психологии МГУ имени М.В. Ломоносова
e-mail: antipovaaline@gmail.com