

Научная тематика в федеральных СМИ в 2014 году: итоги мониторинга

Ильченко Даниил Сергеевич

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет

журналистики, Москва, Россия

E-mail: ilchenkod@yandex.ru

В рамках исследования «Разработка и практическая реализация предложений по популяризации научных достижений и обеспечение деятельности Комиссии Российской академии наук по борьбе с лженаукой и фальсификацией научных исследований» сотрудниками факультета журналистики МГУ был осуществлен мониторинг СМИ «Научная тематика в федеральных СМИ в 2014 году».

Мониторинг средств массовой информации имел целью формирование начального представления о присутствии научной проблематики в СМИ, динамике темы в течение года и распределении ее между наиболее заметными представителями типологических групп - федеральными печатными и вещательными СМИ, включая рекламный контент; также была поставлена задача выявления наличия признаков информационных действий по противодействию лженауке в СМИ. Методология исследования основана на понимании миссии СМИ как эффективного средства популяризации науки и ее конкретных функций по продвижению научных достижений и базируется на использовании различных методов анализа СМИ. Для исследования была разработана специальная методика, основанная на сочетании количественных и качественных методов: отбор текстов по ключевым словам с использованием аналитической системы «Интегрум»; анализ количественных данных по общей выборке; анализ данных по типологическим группам СМИ; визуализация результатов количественного анализа; методы анализа рекламного контента. Общая выборка составила 1843 документа по 26 источникам.

Исследование выявило следующие результаты: научная тематика представлена достаточно широко, однако значительные резервы по популяризации науки в СМИ имеются; по времени публикации сбалансированы, временные колебания незначительны, наблюдается тенденция к увеличению публикаций; печатные СМИ остаются местом наиболее заинтересованного отношения к научной проблематике, они вдвое чаще обращаются к теме науки, чем вещательные СМИ; качественные издания публикуют материалы на научные темы значительно чаще, чем массовые; в телевизионных программах наиболее часто научная тематика используется в информационных и аналитических программах, реже - в социально-политических ток-шоу; противодействие лженауке как самостоятельное тематическое направление в практике СМИ отсутствует; деятельность Комиссии по противодействию лженауке упоминается редко; рекламный контент имеет признаки популяризации лженаучных данных - преимущественно в массовых изданиях.

Традиционно значительную роль в популяризации научных знаний играют представители журнального сегмента печатных СМИ. По данным исследования, наибольший интерес к науке проявляют деловые и новостные журналы, заметно реже научно-популярная тематика встречается на страницах гляцевых изданий. Это объясняется тем, что последние пишут о науке исключительно в прагматическом ключе. В структуре интересов читательской аудитории деловых и новостных изданий преобладает потребность в расширении кругозора, выход за пределы непосредственного потребления. В дальнейшем, в процессе качественного анализа текстов будут изучены стратегии популяризации научных достижений в разных изданиях и типах СМИ.

Источники и литература

- 1) Алексеева М.И., Болотова Л.Д., Варганова Е.Л. и др. Средства массовой информации России. М., 2011.
- 2) Варганова Е. Л. Теория СМИ: Актуальные вопросы. М., 2009.
- 3) Варганова Е.Л., Пую А.С., Коломиец В.П., Аникина М.Е., Фролова Т.И. и др. Популяризация науки в России: методики мониторинга СМИ и исследований аудитории: Аналитические исследования по государственному контракту № 14.597.11.0010 / Под ред. Е. Л. Варгановой (При финансовой поддержке Министерства образования и науки РФ). М., 2014.
- 4) Дзялошинский И.М., Дзялошинская М.И. Современные концепции периодических изданий. М., 2010.
- 5) Krippendorf K. Content Analysis. An Introduction to its Methodology. 3 ed. California: SAGE Publication, 2013.