

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

Інститут журналістики

КОПИЛОВА ЛАРИСА АНАТОЛІЇВНА

УДК 007:304:659.3(477):629.78

**РЕЦЕПЦІЯ КОСМІЧНОГО У СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ
МЕДІАПРОСТОРІ: НАУКОВИЙ ТА ПАРАНАУКОВИЙ
ДИСКУРСИ**

Спеціальність 27.00.06 – прикладні соціально-комунікаційні технології

Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата наук із соціальних комунікацій

Київ – 2016

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана на кафедрі журналістики Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна Міністерства освіти і науки України.

Науковий керівник: доктор наук із соціальних комунікацій, професор
Хавкіна Любов Марківна,
Харківський національний університет
імені В. Н. Каразіна, філологічний факультет,
завідувач кафедри журналістики

Офіційні опоненти: доктор філологічних наук, професор
Бойко Алла Анатоліївна,
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка, Інститут журналістики,
професор кафедри соціальних комунікацій

кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент
Курбан Олександр Васильович,
Київський університет імені Бориса Грінченка,
Гуманітарний інститут, доцент кафедри
реклами і зв'язків з громадськістю

Захист відбудеться «26» жовтня 2016 р. о 13 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 26.001.34 при Інституті журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка за адресою: 04119, м. Київ, вул. Мельникова, 36/1, Інститут журналістики.

Із дисертацією можна ознайомитись у Науковій бібліотеці ім. М. О. Максимовича Київського національного університету імені Тараса Шевченка за адресою: м. Київ, вул. Володимирська, 58.

Автореферат розісланий «24» вересня 2016 р.

Учений секретар
спеціалізованої вченої ради
кандидат технічних наук., с. н. с.

 Скотникова Т. В.

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми дослідження. Громадська думка стосовно космічної тематики здебільшого формувалася саме ЗМІ, починаючи з 1950-х рр. (коли про запуск першого супутника інформували телебачення та газети) і до сьогодні. Завдяки ЗМІ, зокрема пресі та інтернет-ресурсам, члени соціуму дізнаються про відкриття й досягнення в галузі космонавтики, про спостереження космічних явищ і закони небесної механіки в астрономії. Привертає увагу читачів і преса, що торкається неоднозначної теми існування позаземного розуму, його проявів і форм – відображення цієї теми у ЗМІ все більше наповнюється міфами та стереотипами. Це, у свою чергу, призводить до дискусій та спроб розмежування реальних фактів і «апокрифічних», створених журналістами чи людьми, які прагнуть сенсаційності.

Публікації космічної тематики опосередковано чи прямо торкаються фактично всіх сфер людського буття: це політика, релігія, гендер, медицина, екологія, спорт і багато інших. Як наслідок, потенційно існує загроза порушення морально-етичних норм щодо науковців, котрі працюють у космічній галузі, та читачів. Дослідження є актуальним у сучасному соціокультурному просторі, оскільки воно торкається проблем висвітлення суспільно значущої галузі, ставлення до якої з боку громадської думки було сформоване саме журналістами. Вони беруть на себе чималу відповідальність за публікації відповідного спрямування, адже подібні матеріали створюють чи руйнують суспільні стереотипи, закріплюючи чи, навпаки, розвінчуючи давні й новітні міфи, сформовані через недостатню кількість знань.

Зв'язок з науковими програмами, планами, темами. Дисертацію виконано в межах наукових тем кафедри журналістики Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна «Актуальні проблеми теорії та історії соціальних комунікацій» (державні реєстраційні номери 0112U003081 та 0114U005438), «Дослідження та розробка соціокомунікаційних і медико-технологічних чинників адаптації осіб з особливими потребами в системі інтегрованої освіти» (державний реєстраційний номер 0112U005916).

Мета дисертаційної роботи полягає у виявленні особливостей представлення космічної тематики в сучасному українському медіапросторі (на матеріалі друкованих ЗМІ незалежної України та інтернет-сайтів) в аспекті корелювання наукового та паранаукового дискурсів.

Метою передбачено розв'язання таких завдань:

- з'ясувати роль ЗМІ у формуванні громадської думки щодо проблем пізнання та освоєння космосу;
- визначити соціоісторичний контекст та основні етапи формування вітчизняної традиції висвітлення космічної тематики у друкованих ЗМІ;
- виявити місце й роль космічної тематики у вітчизняних друкованих

ЗМІ, які зверталися до відповідної проблематики;

- систематизувати публікації космічної тематики з огляду на належність до наукового чи паранаукового дискурсів та тематично-функціональних напрямків;

- визначити особливості репрезентації категорій часу і простору в хронотопі журналістських матеріалів космічної тематики;

- виявити комунікаційні прийоми формування наукового та паранаукового дискурсів космічної тематики в сучасному українському медіапросторі, зокрема провести аналіз журналістських матеріалів у ЗМІ з огляду на вербальні інструменти відображення космічних явищ і реалій та налагодження комунікації з аудиторією.

Об'єктом дослідження в роботі є журналістські матеріали космічної тематики в українських друкованих ЗМІ та на інтернет-сайтах. Досліджуються друковані видання незалежної України «Вселенная. Пространство. Время», «Знание. Знак вопроса», «Открытия и гипотезы», «Тайны XX века», «Тайны XX века. Спецвыпуск», «Интересная газета в Украине» (блоки «Тайны истории», «Невероятное», «Загадки и тайны»), «Тайная доктрина», «Инопланетянин». З метою здійснення історичних проєкцій до дослідження залучаються ряд випусків газет «Правда» й «Комсомольская правда» 1950–60-х рр. Ситуативно беруться до уваги видання незалежної України «Неведомый мир», «Невероятно, но факт», «Тайны мироздания», «Тайны эпохи», «Мир тайн и загадок», «Мир увлечений», «Ступени», «Секретные материалы» тощо. Також до дослідження залучається зарубіжна періодика XXI ст., зокрема «Discover», «Science Illustrated», «Ufo Magazine», «Ufodata Magazine». Окрім того, вивчаються офіційні інтернет-сайти NASA (Національного управління з аеронавтики і дослідження космічного простору, США), ESA (Європейського космічного агентства), ДКАУ (Державного космічного агентства України), РОСКОСМОС (Федерального космічного агентства, РФ).

Предметом вивчення є особливості формування та функціонування наукового та паранаукового дискурсів при висвітленні космічної тематики в сучасному українському медіапросторі, зокрема у друкованих ЗМІ та на інтернет-сайтах.

Методологічна основа дисертації. Для вирішення основних завдань дисертації застосовано комплекс методів, серед яких загальнонаукові та спеціальні методи дослідження явищ соціальної комунікації.

Під час дослідження залучалися загальнонаукові методи: метод аналізу, що використовувався при виокремленні компонентів і окремих ознак досліджуваних явищ з метою їх вивчення; метод синтезу, який було застосовано для поєднання в єдине ціле різних тлумачень основних понять і категорій дослідження; історичний метод, що надав можливість з'ясувати соціоісторичний контекст наукового та паранаукового дискурсів у межах медіатизації космічних досліджень у незалежній Україні та виявити

тенденції розвитку спеціалізованих ЗМІ й висвітлення в них космічної проблематики; порівняльний метод, що сприяв виявленню специфіки висвітлення космічної тематики в різних друкованих виданнях незалежної України, а також на офіційних інтернет-сайтах ряду країн; метод класифікації, який дозволив згрупувати журналістські явища та виявити в них комунікаційні прийоми.

З огляду на мету дослідження було необхідним застосування спеціальних методів задля вивчення друкованих журналістських матеріалів космічної тематики в межах наукового та паранаукового дискурсів як соціокомунікаційних феноменів. Серед них: дискурс-аналіз, що дозволив виявити залежність структурно-семантичних особливостей публікацій від суспільно-історичних та соціокультурних обставин; структурний аналіз, який дав змогу розробити поліаспектну функціонально-тематичну парадигму журналістських матеріалів із космічної тематики; моніторинг спеціалізованих та неспеціалізованих видань, який надав можливість виявити варіанти звернення журналістів до космічної проблематики.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що дисертація є першою спробою комплексного аналізу рецепції космічного в українському медіапросторі, вивчення параметрів медіатизації та формування суспільної думки щодо подій і явищ космічної галузі в межах наукового та паранаукового дискурсів, зокрема:

вперше:

- здійснено моніторинг друкованих видань на ринку України, що побіжно висвітлюють тему космічного чи цілком присвячені їй;
- визначено парадигму друкованих видань України, що представляють науковий та паранауковий дискурси в межах космічної галузі;
- здійснено дослідження історичних проєкцій формування суспільної думки стосовно космічної галузі на прикладі друкованих видань та інтернет-сайтів;
- виявлено особливості часопросторового виміру в журналістських публікаціях космічної тематики;
- досліджено вербальну площину матеріалів у пресі щодо космічної галузі;

удосконалено:

- методологію аналізу журналістських матеріалів у спеціалізованих друкованих ЗМІ;
- типологію мовних засобів відображення космічних явищ і процесів в українських ЗМІ та формування суспільної думки щодо них;

набуло подальшого розвитку:

- вивчення теоретико-методологічних і практичних засад аналізу журналістського тексту, зокрема науково-популярного напрямку.

Практичне значення отриманих результатів. Результати проведеної роботи можуть бути використані в навчальних курсах з основ журналістики,

історії та теорії спеціалізованої преси, наукової журналістики, кількісних та якісних методів у журналістиці, при розробці спецкурсів і семінарів, а також у подальших дослідженнях видань космічної тематики.

Особистий внесок здобувача. Дисертація, автореферат та 7 публікацій, у яких викладено основні положення наукової роботи, дисертанткою виконані самостійно. Усі публікації підготовлено одноосібно.

Апробація результатів дослідження. Основні положення дисертації обговорювалися на засіданнях кафедри журналістики ХНУ імені В. Н. Каразіна та викладалися в доповідях на таких конференціях: Міжнародна наукова конференція «Мариністика в художній літературі» (Бердянськ, 2010), Міжнародна наукова конференція «Крихти буття: література і практики повсякдення» (Бердянськ, 2011), Міжнародна наукова конференція «Що водить сонце й зорні стелі»: поетика любові в художній літературі» (Бердянськ, 2012), Міжнародна наукова конференція «Скарбниця розуму: інтелектуальний дискурс літератури» (Бердянськ, 2013), Міжнародна наукова конференція «У тридев'ятому царстві»: феномен казки в літературі, фольклорі і медіа» (Бердянськ, 2014), III Всеукраїнська науково-практична конференція «Журналістика. Філологія. Медіаосвіта» (Полтава, 2014), Міжнародна науково-практична конференція «Проблеми формування громадської думки в сучасній Україні» (Київ, 2014), Всеукраїнська науково-практична конференція «Соціокомунікаційні та медико-соціальні чинники адаптації осіб з особливими потребами в системі інтегрованої освіти» (Харків, 2014), Міжнародна наукова конференція «"Над берегами вічної ріки": темпоральний вимір літератури» (Бердянськ, 2015), – а також на засіданні Наукового товариства студентів, аспірантів, докторантів та молодих учених філологічного факультету ХНУ імені В. Н. Каразіна (2015) та Науково-практичному семінарі із впровадження гендерного підходу у навчальний процес підготовки фахівців і фахівчинь журналістських спеціальностей (Київ, 2015).

Публікації. Результати дослідження були викладені в 7 наукових публікаціях (загальним обсягом 2,8 друк. арк.), 4 з яких опубліковані у наукових фахових виданнях України, а 1 – в іноземному науковому виданні.

Структура дисертації зумовлена метою та завданнями дослідження. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (198 позицій) та додатків. Загальний обсяг роботи становить 187 сторінок, з яких основного тексту 157 сторінок.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми та її зв'язок із науковими програмами, визначено мету й завдання роботи, її об'єкт і предмет, викладено методи дослідження, показано наукову новизну, теоретичну і практичну цінність отриманих результатів та поінформовано про їх апробацію.

Перший розділ «Космічна тематика в медіапросторі: базові категорії та рецепція» присвячено аналізу стану вивчення проблеми та основним теоретико-методологічним категоріям дослідження.

У *підрозділі 1.1 «Історіографія та джерела»*, окрім спеціалізованих джерел, аналізуються праці з теорії та історії журналістики, психології, літературознавства, мовознавства, історії, точних наук тощо. Це пов'язано з тим, що, по-перше, галузева журналістика має синтетичну природу, а по-друге, вона відбиває велику кількість процесів, пов'язаних з усіма сферами життя соціуму. Спеціальних досліджень, присвячених рецепції космічної галузі в соціальних комунікаціях, наразі немає – водночас при її вивченні доцільно спиратися на праці журналістикознавчого спрямування або ж підготовлені в межах суміжних соціогуманітарних наук.

Теоретико-методологічною основою дисертації стали роботи таких науковців, котрі працювали в галузі журналістикознавства й соціальних комунікацій, як В. Буряк, М. Бутиріна, В. Владимиров, Н. Зражевська, В. Іванов, С. Кара-Мурза, Т. Кузнецова, В. Лизанчук, І. Михайлин, О. Михайлович, Л. Павлюк, Б. Потятиник, Г. Почепцов, Є. Прохоров, В. Різун, К. Серажим, Ю. Фінклер, О. Холод, Н. Шумарова та інших, зокрема тих, хто досліджував спеціалізовані видання (А. Бойко, Т. Бондаренко, Н. Зелінська, О. Коновець, Д. Олтаржевський, Л. Сизова, Д. Філоненко та ін.). Також ми спиралися на класичні роботи західних дослідників у галузі комунікативістики (Ж. Бодріяра, У. Ліппмана, М. Маклюєна й ін.).

Використовувалися наявні праці зарубіжних дослідників щодо ряду аспектів вербального представлення у ЗМІ космічної тематики (Е. Будассі, В. Унагаєв). Залучалися дослідження лінгвістів І. Білодіда, Л. Боярової, І. Волкової, А. Коваль, О. Колесниченко, Є. Купріянової, О. Пономаріва, Д. Розенталя, О. Романової, Т. Стасюк та ін.; літературознавців М. Бахтіна, О. Галича; філософів Д. Головіна, К. Іванова, І. Канта, Р. Сапєнька, А. Юревича та ін.; соціологів Н. Костенко та ін., а також ситуативно праці представників точних наук, зокрема А. Ейнштейна.

У *підрозділі 1.2 «Обґрунтування поняття "науковий та паранауковий дискурси" в контексті соціальних комунікацій»* здійснено аналіз засадничих для дослідження наукових категорій. З урахуванням різних методологічних підходів (етимологічного походження, історико-контекстуального використання понять, аналітико-зіставного принципу) в межах матеріалів ЗМІ, присвячених космічній галузі, сформульовано дефініцію до «наукового та паранаукового дискурсів». Науковий і паранауковий дискурси (зокрема рецепції космічного у ЗМІ) – це сукупність процесу і результату опублікованого в ЗМІ, за посередництвом кодованості інформації (мови), яка репрезентує діалог між каналом масової комунікації (КМК) й КМК та між КМК і реципієнтом; з одного боку, через систему знань про закономірності розвитку природи й суспільства і способи впливу на навколишній світ, тобто науку, а з іншого, через ідеї та концепції, щодо яких не існує твердого консенсусу серед членів відповідного співтовариства

вчених у визнанні їх повноправними елементами системи наукового пізнання.

Інші концептуальні категорії досліджено у **підрозділі 1.3 «Час і простір як засадничі категорії в публікаціях космічної тематики у друкованих ЗМІ»**. Космічна тематика в друкованих ЗМІ все більше набуває популярності, синтезуючи в собі науковість (як рецепцію дослідженого й доведеного явища чи процесу) та паранауковість (як увагу до явищ і процесів, які не мають однозначного пояснення чи наукового обґрунтування), котрі мають точки перетину, серед яких засадничі – поняття простору та часу. Аргументовано, що хронотоп з погляду соціальних комунікацій та зокрема космічної проблематики у ЗМІ варто вивчати і як цілісне поняття, і як взаємодію двох окремих його складників: категорій часу та простору. Останні, у свою чергу, слід аналізувати з наступних поглядів: час – форма реальності, фізична величина, лексико-граматична категорія, трансцендентальність; простір – форма реальності, місце по відношенню до вихідного тіла, трансцендентальність, космічні об'єкти та відстані між ними.

У підрозділі **1.4 «Видання космічної тематики в незалежній Україні»** запропоновано огляд широкої номенклатури періодичних видань, матеріали в яких системно присвячені космічній тематиці. ЗМІ як посередник між космічною і довколакосмічною наукою та громадськістю і загалом медіаконтент, включно з рекламою, мультфільмами, кінофільмами й телесеріалами, що мають відповідну тематику та перегукуються з матеріалами ЗМІ, перетворюють космос і космічне на частину повсякдення й навіть тренд. Медіа постійно торкаються теми космічного з точки зору наукових розробок та неоднозначних тем, породжуючи не лише розширення знань та інтересів аудиторії і її поінформованості, але і численні етичні порушення.

Друковані видання різних напрямків – і спеціалізовані на зразок «Вселенная. Пространство. Время», «Интересная газета в Украине», «Открытия и гипотезы», і суспільно-політичні чи розважальні, як-от «Вечірній Харків», «Сьогодні», «Україна молода», «Аргументы и Факты», «Телескоп» – також постійно порушують у тій чи іншій формі проблеми космічних розробок і пошуків та астрології. Статті об'єднані одним загальним напрямком, однак мають різні підтеми: від конкретних подій на орбітальній космічній станції до гіпотез про розумне життя на різноманітних космічних тілах. Інтернет в більшості випадків є джерелом для друкованих видань при висвітленні космічної тематики, адже офіційні сайти NASA, ESA, ДКАУ та інші є першоджерелом інформації – або ж простором для транслявання вже готового продукту, створеного медіа.

У другому розділі **«Основні репрезентації космічної галузі в журналістських матеріалах: космічні тіла, персоналії, космічна техніка»** здійснюється аналіз основних значущих об'єктів рецепції в журналістських публікаціях космічної тематики як складника соціокомунікаційного процесу – сучасного та в історичній проекції.

У підрозділі 2.1 «Тематичні напрямки публікацій про освоєння Марса в сучасному медіапросторі» звернено увагу на одне з найбільш актуальних питань при висвітленні друкованими ЗМІ космічної тематики – планований політ на планету Марс. Під час аналізу тематичних напрямків репрезентації космічної галузі, зокрема марсознавства, на сторінках друкованих та інтернет-видань у сучасному українському медіапросторі було розроблено парадигму тематичних напрямків для публікацій стосовно космічної галузі (на прикладі марсознавства). До вже сформульованих вченими напрямків (соціального, пізнавального, морально-етичного, економічного та напрямку безпеки) додано ще два, притаманних власне космічній галузі: науково-технічний та паранауковий. У межах дослідження виявлена тенденція до синтезу напрямків, що впливає на розширення кола читачів.

При виокремленні тематичних напрямків особливу увагу було приділено цілям, виконуваним кожним із них. Аналіз довів, що кожному напрямку притаманна специфічна ціль, і ці цілі, у свою чергу, виправдовують необхідність публікацій, присвячених космічній галузі, зокрема марсознавству. Публікації, присвячені марсознавству як частині космічної галузі, відповідають тематичним напрямкам самих видань, що орієнтує читача, внаслідок чого відбувається стратифікація аудиторії.

У підрозділі 2.2 «Формування образів дослідників та підкорювачів космосу на сторінках журналу «Вселенная. Пространство. Время» вивчено репрезентацію персоналій у матеріалах космічної тематики. При цьому дослідження було орієнтоване на низку завдань: з'ясувати вплив на реципієнтів журналістських матеріалів, що містять біографічні відомості видатних осіб космічної галузі; визначити вербальні та візуальні інструменти впливу на аудиторію; з'ясувати особливості популяризації космічної галузі за допомогою подання в ЗМІ, зокрема друкованих, біографічних публікацій про дослідників та підкорювачів космосу. Виявлено, що журналістські публікації, які подають космічну тематику в контексті постатей видатних осіб (з акцентом на їх людських якостях і рисах, з тяжінням до медіатизації їх приватного життя), і так само публікації паранаукового спрямування, актуалізують рівень стосунків та почуттів, роблячи для пересічного реципієнта космічну галузь уявно ближчою та зрозумілішою, усуваючи психологічний бар'єр перед невідомим.

Підрозділ 2.3 «Висвітлення у друкованих ЗМІ запуску першого штучного супутника Землі» присвячено ще одній особливості популяризації друкованими засобами масової інформації досягнень космічної галузі, якою є увага до космічної техніки, перш за все до космічних апаратів, які не менше, ніж люди, стають знаковими медіатизованими репрезентаціями космічної галузі. Це соціокомунікаційне явище розглянуто в історичній і сучасній проекціях на прикладі запуску першого штучного супутника Землі та марсоходу Curiosity – зі здійсненням історичних проєкцій подачі цієї інформації в журналістських матеріалах і порівнянням структурно-змістової специфіки публікацій у виданнях часів

відповідних подій та пресі сучасної України.

Під час аналізу в історичній проекції матеріалів у друкованих ЗМІ, присвячених першому штучному супутнику Землі, було виявлено низку передумов запуску супутника, відображених на шпальтах газет часів події. Під час аналізу друкованих ЗМІ незалежної України, що вміщували матеріали стосовно першого штучного супутника, виокремлено вербальні інструменти впливу на аудиторію. При цьому окреслено коло суспільно-історичних передумов запуску першого штучного супутника та особливості подачі матеріалу у виданні того часу та в сучасних ЗМІ і, як наслідок, акцентовано феномен популяризації космічної галузі на прикладі супутника та сучасного марсохода, а також визначено методи привернення уваги читача до подій історичного значення у друкованих ЗМІ України.

Шляхом аналізу друкованих видань, які звертаються до космічної тематики, з'ясовано, що космічна галузь репрезентується через космічні тіла (Марс, Місяць, галактика та ін.), космічну техніку і прилади (автоматичні станції, зонди, супутники) та людські образи.

У третьому розділі **«Представлення космічної тематики в українських ЗМІ в аспекті аудиторії: комунікативні прийоми взаємодії та дослідження»** розглядаються креативно-функціональні прийоми, використовувані в сучасних журналістських матеріалах космічної тематики, зокрема мовні (термінологія, тропіка), а також представлено результати опитувань аудиторії та експериментів.

У підрозділі **3.1 «Особливості використання астрономічної термінології у спеціалізованих друкованих ЗМІ»** досліджується специфіка функціонування термінологічних елементів у галузевих ЗМІ космічної тематики. Матеріали містять концентровану інформацію щодо подій, дат, назв, місць, технічних засобів, а отже, велику кількість термінів – і загальноновживаних, і незрозумілих широкому загалу. Було здійснено структурний аналіз термінологічних одиниць у спеціалізованому періодичному виданні «Вселенная, Пространство. Время» («ВПВ») з метою виявлення креативно-функціональних різновидів їх використання.

При аналізі звернення до терміносистеми космічної галузі у друкованих ЗМІ на прикладі «ВПВ» та «Интересной газеты в Украине» виявлено, що залежно від рубрики в публікаціях цих видань різниться набір термінів та їх концентрація. Кількісний та якісний аналіз використаних у матеріалах «ВПВ» термінів продемонстрував серйозність та продуманість видання, спрямованого на популяризацію дещо утаємниченої та важкодоступної для сприйняття аудиторією наукової інформації.

У підрозділі **3.2 «Тропи як засіб комунікативної оптимізації матеріалів космічної тематики у спеціалізованих друкованих ЗМІ»** виділено низку найчастіше використовуваних у сучасному науковому та паранауковому журналістських дискурсах тропів.

Тропи в матеріалах космічного спрямування виконують функції різного роду: це заміна складних понять і термінів; візуалізація далеких

астрономічних об'єктів; налагодження взаєморозуміння між автором та читачем; популяризація складних наукових розробок і далеких реалій; транслювання читачеві емоцій автора. Серед основних різновидів тропів у матеріалах космічної тематики – епітет та його підвиди, порівняння, метафора, метонімія, персоніфікація та синекдоха, лігота та гіпербола. Тропи в аналізованих матеріалах є не лише засобами увиразнення, а й доступною і тому ефективною формою комунікації між автором та його читачем, оскільки вони подекуди виступають аналогами складних термінологічних одиниць.

У підрозділі 3.3 *«Популяризація космічної тематики в масовій культурі та комунікації»* розглянуто форми функціонування космічної тематики в повсякденні. Популяризація космічної тематики є невід'ємним складником масової культури та соціальних комунікацій. Власне комунікаційний процес між реципієнтом і працівником космічної галузі, науковцем досягається не лише завдяки прямому донесенню інформації ЗМІ, а й за допомогою презентування довколакосмічної інформації через повсякденні предмети (зошити, одяг, посуд, поштові марки, іграшки та безліч іншого із зображенням космічної техніки, планет і зірок), а також у численних зразках масового мистецтва та комунікації (кінофільми, телесеріали, мультфільми, анекдоти, пісні, реклама тощо). Такі форми і способи популяризації космічного, з якими реципієнт стикається з раннього дитинства і протягом усього життя, наближують космос до людини і робить його частиною повсякдення.

Підрозділ 3.4 «Сучасні надіндивідуальні гороскопи як соціокомунікативне явище та елемент повсякдення в контексті масової культури» презентує вивчення, зокрема за допомогою експерименту, феномену гороскопів як прояву інтересу до космосу й космічного масовою аудиторією. Серед явищ, які міцно посіли місце в сучасному медіапросторі, є такі, що корелюють із космічною сферою, і одним із них є неперсональні гороскопи. При цьому спеціалізовані видання (серед яких «Знание. Знак вопроса», «Неведомый мир» та ін.) вдаються й до рецепції гороскопів. Задля з'ясування ставлення до гороскопів сучасних реципієнтів у межах дослідження було проведено цикл експериментів, які дали показові результати. Сучасна людина свідомо чи мимовільно звертається до гороскопів, часто ставлячись до цього несерйозно і навіть іронічно – проте прагнучи отримати надію на наближення позитивних змін.

Проведені опитування виявили обізнаність населення щодо різних напрямків і досягнень космічної галузі, ставлення суспільства до неї, позначене як інтересом, так і низкою соціальних стереотипів, а також міру зацікавленості соціуму космічною тематикою, зокрема представленою в медіа.

ВИСНОВКИ

1. Засоби масової комунікації, зокрема друковані видання та офіційні сайти, відіграють одну з головних ролей у формуванні громадської думки щодо пізнання та освоєння космосу. Оскільки космічна галузь не є ужитковою та не може надати кожному бажаному власного емпіричного досвіду, друковані ЗМІ відіграють роль посередників між відкриттями та досягненнями в галузі космонавтики та масовою аудиторією. Їх функція полягає у швидкісному інформуванні про визначні події у цій сфері, тлумаченні складних для непідготовленого реципієнта наукових і паранаукових явищ і процесів, – внаслідок чого формується суспільна думка про відкриття та досягнення, тенденції та перспективи, суперечливі гіпотези та доведені факти. Саме друковані ЗМІ стають доступними документами доби, фіксуючи та зберігаючи для наступних поколінь історичні події в галузі освоєння космосу та їх рецепцію соціумом за часів події – так само, як і пізніше переосмислення події в різні періоди й за різних суспільно-культурних та науково-технічних обставин (прикладом цього є запуск першого штучного супутника Землі, коли за пресою можна відстежити етапи наукового експерименту та усвідомлення його значущості).

Крізь призму публікацій щодо космічної галузі можна відчутти особливості історичної доби, суспільно-політичних умов, місце космічного в житті епохи. Такі публікації в історичній ретроспективі демонструють сучасному читачеві науково-технічний прогрес на момент події в історії космонавтики з урахуванням того, що саме космічна галузь використовує найновітніші технічні розробки людства. А їх висвітлення у ЗМІ дає змогу читачеві осягнути цінність недоусвідомленого колись широким загальним практичного потенціалу, на перший погляд, абстрактних наукових розробок, завдяки яким виникло багато з того, що зараз становить частину повсякдення. Такі висновки були підкріплені соціологічними опитуваннями.

2. Соціоісторичний контекст формування вітчизняної традиції висвітлення космічної тематики у друкованих ЗМІ визначається кількома обставинами. З одного боку, зі здобуттям Україною незалежності змінюється політичний режим – і, як наслідок, відбувається відміна цензурних обмежень для ЗМІ, зокрема й у ситуаціях висвітлення подій і явищ космічної галузі та паранаукових гіпотез. З іншого боку, здійснюється перехід до ринкової економіки, завдяки чому розширюється ринок видань, зокрема за рахунок тих, які не підпорядковуються державі, не фінансуються нею, – і серед них виникає чималий сегмент саме орієнтованих на космічну тематику. За роки становлення періодики в незалежній Україні відбулося кілька етапів формування ринку преси, яка вдається до висвітлення космічної тематики:

- 1 етап (1991–1993): хаотичне копіювання західних зразків і тенденцій у сфері друкованих ЗМІ, зокрема спрямованих на рецепцію космічного, позначене відсутністю табуованих тем та суперечливими гіпотезами;

- 2 етап (1994–1995): виникнення сегменту видань паранаукового спрямування та переорієнтування частини науково-популярних видань на паранауковість, прагнення до надмірної сенсаційності;
- 3 етап (1996–2003): активна репрезентація у вітчизняних ЗМІ України як космічної держави, впорядкування ринку преси паранаукового спрямування;
- 4 етап (2004 – до сьогодні): долучення українських ЗМІ до висвітлення космічних подій світового масштабу у глобалізаційному дискурсі, тяжіння до наукових обґрунтувань паранаукових явищ і гіпотез.

3. Визначаючи місце й роль космічної тематики у вітчизняних друкованих ЗМІ, варто розмежовувати спеціалізовані видання, переважно присвячені науковим та/або паранауковим виявам космічного, та неспеціалізовані, які вдаються до відповідної тематики ситуативно. Спеціалізовані видання, у свою чергу, можна розмежувати на ті, в яких переважає науковий дискурс при розробці космічної тематики (серед них найпомітніше – журнал «Вселенная. Пространство. Время»), ті, які виразно тяжіють до паранауковості («Интересная газета в Украине», «Неведомый мир», «Мир увлечений», «Тайны XX века», «Инопланетянин», «Мир тайн и загадок», «Мир увлечений» тощо), а також видання змішаного типу («Знание. Знак вопроса», «Открытия и гипотезы» та ін.). Неспеціалізовані українські видання, на сторінках яких ситуативно представлена космічна тематика, є суспільно-політичні, розважальні або ж такі, що належать до «жовтої» преси (відповідно «Слобідський край», «Гижневик 2000», «Україна молода», «Аргументы и Факты», «Телескоп», «Теленеделя» тощо). При тому чіткого розмежування видань на приналежні до наукового та паранаукового дискурсів здебільшого не відбувається. Так, до висвітлення унікальних тем і подій, як-от запуск, посадка та робота марсоходу Curiosity чи автоматичної станції Rosetta, активно вдаються видання всіх типів. Висновки підкріплено опитуванням аудиторії.

4. Шляхом аналізу спеціалізованих і неспеціалізованих видань та видань змішаного типу на прикладі матеріалів, присвячених планеті Марс, було розроблено типологію тематичних напрямків журналістських публікацій космічної тематики – на основі класифікацій учених, які займалися проблемами спеціалізованих ЗМІ та галузевої журналістики. Наявні класифікації було розширено з огляду на проблемно-тематичну специфіку саме видань, які публікують матеріали про космос. Так, було виділено сім напрямків: соціальний, пізнавальний, морально-естетичний, економічний, безпеки, науково-технічний і паранауковий. Також було виявлено тенденцію до синтезування тематичних напрямків, зокрема науково-технічного та паранаукового, екологічного та безпеки тощо в різних варіаціях. Така тенденція є наслідком розуміння взаємозв'язку і взаємовпливів у космічній галузі наукового та паранаукового, так само, як і в інших сферах людського пізнання.

5. При визначенні особливостей реалізації категорій часу і простору з погляду соціальних комунікацій та зокрема представлення космічної проблематики у ЗМІ варто вивчати ці категорії і як цілісне поняття, і як взаємодію двох окремих його складників: категорії часу та категорії простору. Останні слід аналізувати з наступних поглядів: час – форма реальності, фізична величина, лексико-граматична категорія, трансцендентальність; простір – форма реальності, місце по відношенню до вихідного тіла, трансцендентальність, космічні об'єкти й відстані між ними. Категорії простору та часу є ключовими і для донесення пресою інформації про космічні та довколакосмічні реалії, і для їх розуміння читачем. Сприйняття реципієнтом категорій часу і простору при їх відображенні в журналістських текстах є ключовим у розумінні ним будови зіркових систем і Всесвіту, в усвідомленні пов'язаних із освоєнням космосу явищ і подій, технологічних досягнень і експериментів, часопросторові параметри яких не можуть бути сприйняті на рівні особистого емпіричного досвіду. При тому це однаково справедливо стосовно як наукового, так і паранаукового дискурсів журналістської рецепції космічного.

6. У сучасному українському медіапросторі використовуються численні комунікаційні прийоми формування наукового та паранаукового дискурсів рецепції космічного. Матеріали у ЗМІ послуговуються постійними вербальними інструментами відображення космічних явищ і реалій та налагодження комунікації з аудиторією, серед яких виділяються протилежні за логікою функціонування терміни і тропи.

Термінологія в журналістських матеріалах відображає для читача нову цікаву інформацію, яка здатна розширити кордони його знань і уявлень про світ. Типологізування вжитих у публікаціях космічної тематики термінів засвідчило, що серед них є і загальнонаукові, і міжгалузеві, і вузькоспеціальні. При цьому з огляду на функціональний потенціал тексту, його потенційну аудиторію та специфіку зображуваного явища чи процесу в журналістських текстах зустрічається декілька варіантів введення дефініцій у текст: визначення терміну подається так, як у словниках; поступове підведення до терміна (спочатку розгорнутий опис, потім – термін); орієнтуюче введення (коли термін характеризується через ряд основних ознак поняття); синонімічне введення (поряд ставиться термін і нетермінологічна, загальномовна, часом описова назва цього ж поняття).

Під час мовленнєвого аналізу на виокремлення тропів було виявлено тенденцію спрощення за їх допомогою науково місткого тексту космічної тематики у друкованій пресі. Наявна в текстах тропіка максимально демонструє доступність у сприйнятті викладеного матеріалу, створення яскравих словесних образів небачених читачем об'єктів. Тема космосу постійно висвітлюється у друкованих ЗМІ для широкого загалу – і складні поняття та терміни при цьому часто замінюються порівняннями й метафорами. Образність же, у свою чергу, втілюється засобами контекстуально-синонімічного увиразнення – тропами, завдяки яким текст

стає зрозумілішим і доступнішим для читача. Найбільш важливими для журналістських матеріалів космічної тематики при цьому є епітет, уособлення, порівняння, метафора, метонімія, синекдоха, гіпербола та літота.

Перспективним об'єктом дослідження наразі залишаються оптимальні принципи інформування соціуму за допомогою ЗМІ щодо інноваційних та новітніх розробок у галузі космонавтики, що репрезентують Україну на міжнародній науковій арені.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ НАУКОВИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Статті у наукових фахових виданнях України:

1. **Копилова Л. А.** Особливості використання астрономічної термінології в спеціалізованих друкованих ЗМІ / Л. А. Копилова // Держава та регіони : наук.-виробн. журн. Серія : Соціальні комунікації. – Запоріжжя : КПУ, 2014. – № 4 (20). – С. 109–113.

2. **Копилова Л. А.** Тропи як засіб комунікативної оптимізації матеріалів космічної тематики у спеціалізованих друкованих ЗМІ / Л. А. Копилова // Збірник праць Науково-дослідного інституту пресознавства. – Львів, 2015. – Вип. 5 (23). – С. 347–354.

3. **Копилова Л. А.** Висвітлення у друкованих ЗМІ запуску першого штучного супутника Землі / Л. А. Копилова // Вісник Книжкової палати. – 2016. – № 1. – С. 49–51.

4. **Копилова Л. А.** Тематичні напрямки публікацій про освоєння Марсу в сучасному медіапросторі / Л. А. Копилова // Наукові записки Інституту журналістики. – 2016. – Т. 61. – С. 35–40.

Статті в іноземних виданнях:

5. **Kopylova L.** Time and Space as Separate Fundamental Categories of Cosmic Subject in Printed Media) / L. Kopylova // Spheres of Culture: Journal of Philology, History, Social and Media Communication, Political Science and Cultural Studies. – Lublin : Maria Curie-Sklodovska University in Lublin. – 2015. – Vol. XII. – P. 458–461.

Публікації в інших наукових виданнях:

6. **Копилова Л. А.** Мовно-стилістичні особливості публікацій космічної тематики у спеціалізованих друкованих ЗМІ / Л. А. Копилова // Журналістика. Філологія. Медіаосвіта : зб. наук. пр. / Всеукр. наук.-практ. конф. (Полтава, 2–3 жовтня 2014 р.). – Полтава : ПНПУ імені В. Г. Короленка, 2014. – С. 84–87.

7. **Копилова Л. А.** Апелювання до терміносистеми космічної галузі у спеціалізованих друкованих ЗМІ / Л. А. Копилова // Проблеми формування громадської думки в сучасній Україні : мат. доп. та вист. / Міжнар. наук.-практ. конф., 14 листоп. 2014 р., м. Київ. – К. : КНУКіМ, 2014. – С. 149–151.

АНОТАЦІЯ

Копилова Л. А. Рецепція космічного у сучасному українському медіапросторі: науковий та паранауковий дискурси. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата наук із соціальних комунікацій зі спеціальності 27.00.06 – прикладні соціально-комунікаційні технології. – Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Міністерство освіти і науки України. – Київ, 2016.

Дисертація присвячена дослідженню рецепції космічного в сучасному українському медіапросторі на матеріалі вітчизняних та зарубіжних друкованих ЗМІ й інтернет-ресурсів із розмежуванням наукового та паранаукового дискурсів.

У роботі визначено місце й роль космічної тематики у вітчизняних друкованих ЗМІ, особливості представлення категорій часу і простору в журналістських матеріалах, соціоісторичний контекст та основні етапи формування вітчизняної традиції медіарецепції космічного. Виявлено комунікаційні прийоми продукування наукового дискурсу космічної тематики в сучасному українському медіапросторі.

Ключові слова: рецепція космічного, науковий та паранауковий дискурси, український медіапростір, ЗМІ, космічна тематика, науково-популярна журналістика, хронотоп.

АННОТАЦИЯ

Копылова Л. А. Рецепция космического в современном украинском медиапространстве: научный и паранаучный дискурсы. – Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата наук по социальным коммуникациям по специальности 27.00.06 – прикладные социально-коммуникационные технологии. – Институт журналистики Киевского национального университета имени Т. Г. Шевченко, Министерство образования и науки Украины. – Киев, 2016.

Средства массовой коммуникации, в том числе печатные издания и официальные сайты, играют одну из главных ролей в формировании общественного мнения относительно познания и освоения космоса. Поскольку космическая отрасль не является прикладной и не может предоставить всем желающим собственный эмпирический опыт, то печатные СМИ выполняют роль посредников между открытиями и достижениями в области космонавтики и массовой аудиторией. Их функция заключается в информировании о событиях в этой сфере, толковании сложных для неподготовленного реципиента научных и паранаучных явлений и процессов, – в результате чего существенно формируется общественное мнение об открытиях и достижениях, тенденциях и перспективах. Печатные СМИ становятся доступными для всех заинтересованных документами эпохи, фиксируя и сохраняя для будущих поколений исторические события в

области освоения космоса и их рецепцию социумом.

Социоисторический контекст формирования отечественной традиции освещения космической тематики в печатных СМИ определяется рядом обстоятельств. С получением Украиной независимости меняется политический режим, и, как следствие, происходит отмена цензурных ограничений для СМИ, в том числе и при освещении событий и явлений космической отрасли и паранаучных гипотез. За годы становления периодической печати в независимой Украине можно выделить несколько этапов формирования рынка прессы, которая постоянно прибегает к освещению космической тематики:

- 1 этап (1991–1993): хаотическое и неадаптированное копирование западных образцов и тенденций в сфере печатных СМИ, в том числе при рецепции космического, с присущими ему отсутствием табуированных тем, освещением неоднозначных явлений и их противоречивыми трактовками;

- 2 этап (1994–1995): возникновение сегмента изданий паранаучной направленности и переориентация части научно-популярных изданий на паранаучность, стремление авторов и редакторов к чрезмерной сенсационности или псевдосенсационности и разоблачению секретной информации;

- 3 этап (1996–2003): активная репрезентация в отечественных СМИ Украины как космического государства, упорядочивание рынка прессы паранаучной направленности;

- 4 этап (2004 – до настоящего времени): приобщение украинских СМИ к освещению космических событий мирового масштаба в глобализационном дискурсе, тяготение к научному обоснованию паранаучных явлений и гипотез; все более активная разработка и наполнение официального сайта Государственного космического агентства Украины.

Путем анализа специализированных и неспециализированных изданий и изданий смешанного типа на примере материалов, посвященных планете Марс, была разработана типология тематических направлений журналистских публикаций космической тематики. Имеющиеся классификации относительно отраслевой журналистики были расширены с учетом проблемно-тематической специфики собственно изданий, публикующих материалы о космосе. Так, было выделено семь направлений: социальное, познавательное, морально-эстетическое, экономическое, безопасности, научно-техническое и паранаучное. Также была выявлена тенденция к синтезированию тематических направлений, в частности научно-технического и паранаучного, экологического и безопасности и т.д. в разных вариациях. Такая тенденция является следствием понимания взаимосвязи и взаимовлияния в космической отрасли научного и паранаучного.

Ключевыми для донесения в журналистских текстах информации о космических и околокосмических реалиях, а также для их понимания читателем являются категории пространства и времени. Именно восприятие

реципиентом этих категорий при их отображении в журналистских материалах является ключевым в понимании им строения звездных систем и Вселенной, в осознании связанных с освоением космоса явлений и событий, технологических достижений и сложных экспериментов, временные и пространственные параметры которых не могут быть восприняты читателем на уровне личного эмпирического опыта. Причем это одинаково справедливо по отношению и к научному, и к паранаучному дискурсам.

В украинском медиапространстве используется множество коммуникационных приёмов формирования научного и паранаучного дискурсов при рецепции космической тематики. СМИ используют ряд постоянных вербальных инструментов отображения космических явлений и реалий и налаживания коммуникации с аудиторией, среди которых важное место занимают тропы и терминология.

Ключевые слова: рецепция космического, научный и паранаучный дискурсы, украинское медиапространство, СМИ, космическая тематика, научно-популярная журналистика, хронотоп.

SUMMARY

Kopylova L.A. Reception of space in modern Ukrainian media: scientific and parascientific discourse. – Manuscript.

Dissertation for a Ph.D. in Social Communications, specialty 27.00.06 – applied social and communication technologies. – Institute of Journalism of Taras Shevchenko National University of Kyiv, the Ministry of Education and Science of Ukraine. – Kyiv, 2016.

The thesis is dedicated to research of reception of space in modern Ukrainian media space upon the material of national and foreign printed mass media and Internet resources with the delimitation of scientific and parascientific discourses.

The place of space subject in national printed mass media, peculiarities of time and space categories representation in journalists' materials, social and historical context and main stages of national tradition of space mediareception formation are defined in the work. The communicational methods of formation of scientific space subject discourse in modern Ukrainian media space are reviled.

Key words: reception of space, scientific and parascientific discourses, Ukrainian media space, mass media, space subject, popular science journalism, chronotope.