Валерий Викторович Перевалов

Московский политехнический университет

val-perevalov@yandex.ru

**Роль СМИ в формировании инновационной культуры России: тенденции современных российских массмедиа**

Проведён анализ тенденций участия российских СМИ в формировании инновационной культуры. Указано, что в современной ситуации закрытия рынка западных технологий требование перейти на инновационное развитие экономики становится безусловно актуальным.

Ключевые слова: изобретение, инновация, культура функционирования, культурный переход, культура развития.

Последние события показывают, что резерва времени на инновационный переход у страны практически не осталось. России закрыли доступ к мировому рынку технологий. Причём заявлено, что эта ситуация продлится не год, не два, а многие десятилетия. Какое-то время (не более 2–3 лет) мы можем просуществовать за счёт «импортозамещения», но дальше потребуются принципиально новые разработки, лучше, эффективнее и технологичнее имеющихся в мире.

Однако, к сожалению, надо указать на то, что на сегодня нет оснований говорить, что удастся решить эту сложнейшую задачу. Одним из подтверждений может служить тот факт, что число регистрируемых в нашей стране патентов на изобретения и полезные модели ничтожно мало по сравнению с США, Германией и Японией. Так, в 2010 г. их число в России составило 23 тыс., в 2022 г. – 24 тыс., что в десятки раз меньше по сравнению с указанными странами (в год более 440–450 тыс.). Помимо всего прочего, это демонстрирует, что в передовых странах мира изобретательство является «обыденно-массовым» явлением, а общество обладает не только высоким уровнем технических знаний, но и инновационной культурой, пониманием того, что без создания чего-то принципиально нового невозможно добиться успеха в жизни.

Поэтому, на наш взгляд, проблемы, возникающие в процессе модернизации, обусловлены не только экономическими факторами, но и трудностями перехода российского общества от культуры функционирования к культуре развития [1]. В связи с этим автор полагает, что для преодоления этих трудностей прежде всего необходимо произвести переоценку социальной роли как инноваций, так и самих изобретателей, что возможно только при проведении структурированной целенаправленной политики в этой сфере на уровне государства с участием основополагающих институтов гражданского общества, среди которых одно из ключевых мест могут и должны занимать СМИ [2].

Однако, к сожалению, возможности современных российских СМИ почти не используются для формирования инновационной культуры, о чем со всей очевидностью свидетельствуют результаты исследований, проведенных в МГУП им. Ивана Фёдорова в 2011–2016 гг., а также панельного исследования в Мосполитехе в 2016–2022 гг.

В качестве объектов изучения медиасреды России выступили медиахолдинги «Российская газета» и «Комсомольская правда», а также газеты «Известия», «Труд», «Коммерсант», «Ведомости» и «Независимая газета». Результаты контент-анализа продемонстрировали, что такие ключевые понятия, характеризующие культуру развития, как «инновации», «изобретения», «патенты», «изобретатели», «новаторы» употребляются, во-первых, редко, а во-вторых, часто в негативном смысле.
Так, например, термин «инновации» на интернет-портале встречается крайне редко. Термин «изобретатель» используется редко, причем или в негативном, или в шуточном контексте. Приведем пример: в 2022 г. объявление о конкурсе инноваций в Московской обл. было размещено в колонке новостей, сразу после сообщения о нападении пьяного человека на одну из районных больниц. В «Российской газете» – официальном правительственном издании – в 2011 г. было опубликовано всего 2 материала на темы инновационного развития, в 2012–2022 гг. – чуть более 30, но среди них преобладали сообщения типа «Почему мировая наука стала неэффективной».

На общем устойчиво негативном фоне лишь интернет-портал издательского дома «Коммерсант» [3] выглядит истинным пропагандистом инновационного развития и становления экономики знаний и высоких технологий. В ряде публикаций был поставлен вопрос о том, что инновации гораздо более эффективны в период кризиса, чем нефтедоллары; в целом только в период 2015–2022 гг. было опубликовано порядка 200 материалов об инновационной активности в России и в мире.

Однако даже эти публикации не дают повода для оптимизма: системный анализ контента вышеперечисленных изданий демонстрирует почти абсолютное отсутствие материалов, в которых рассказывалось бы об истории успеха российских изобретателей.

Культурный переход назрел.

Литература

1. Перевалов В. В. Журналистика. Культура. Система. М., 2012.

2. Ненашев М. Ф. Иллюзии свободы. Российские СМИ в эпоху перемен. М., 2010.

3. По вашему запросу «инновации»... URL: <https://www.kommersant.ru/search/results?places=&categories=&datestart=2022-01-22&dateend=2023-01-22&sort_type=1&regions=&results_count=&page=1&search_query=%D0%B8%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B8&stamp=638100018329759068>.