

Научная статья  
УДК 070.11: 001.92  
doi: 10.17223/26188422/13/2

## Особенности популяризации космической тематики в современных российских медиа

Екатерина Анатольевна Зверева<sup>1</sup>,  
Лилия Вадимовна Рябова<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Тамбовский государственный университет им. Г. Р. Державина, Тамбов, Россия

<sup>1</sup> [Katya9\\_2001@mail.ru](mailto:Katya9_2001@mail.ru)

<sup>2</sup> [riabova2000@list.ru](mailto:riabova2000@list.ru)

**Аннотация.** Трансформация системы ценностей общества повлияла на приоритеты в подаче информации о космонавтике, вынуждая журналистов подбирать более привлекательные для широкой аудитории, активно использовать визуализацию. Анализ современных форматов позволяет выявить наиболее актуальные, сделать выводы о медиатрендах в освещении темы. В выборку исследования вошли специализированные ресурсы – сайты «Роскосмоса» и NASA, СМИ универсальной тематики – «РИА Новости», «Лента.ру», «Правила жизни».

**Ключевые слова:** космическая тематика, российские СМИ, Роскосмос, визуализация, аудитория, медиатренды

**Для цитирования:** Зверева Е. А., Рябова Л. В. Особенности популяризации космической тематики в современных российских медиа // Вопросы журналистики. 2023. № 13. С. 27–48. doi: 10.17223/26188422/13/2

Original article  
doi: 10.17223/26188422/13/2

## Features of the popularization of space topics in modern Russian media

Ekaterina A. Zvereva<sup>1</sup>, Liliya V. Ryabova<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Derzhavin Tambov State University, Tambov, Russian Federation

<sup>1</sup> [Katya9\\_2001@mail.ru](mailto:Katya9_2001@mail.ru)

<sup>2</sup> [riabova2000@list.ru](mailto:riabova2000@list.ru)

**Abstract.** In the media space, the frequency of references to space increases every year, and the audience's interest in space topics is actively manifested. The trend

towards an enormous increase in the amount of data available to the audience leads to the fact that journalists have an objective need to provide information in new and interesting ways that help to present complex information in simpler terms. An analysis of modern formats for informing the audience about space topics allows us to study visualization methods in the media, draw conclusions about the transformation of approaches to interpreting the received data, about the need to use new methods of presenting information to the consumer. The study sample included the Russian news portals RIA Novosti, the publication Rules of Life (*Esquire*), the *Russian Space* magazine, and the official website of the Russian state corporation Roscosmos. The research methodology is based on the methods of analysis (content analysis, structural and functional analysis), comparison and generalization of the obtained data. As the analysis of resources showed, space topics are covered using various platforms: a news portal, an audio podcast, a longread, a TV channel, an interactive map. Visualization of content about space is the most effective way of interacting with the modern consumer of a media product, which is why Roscosmos is increasingly illustrating various data on its website. The site of the domestic state corporation is intuitive and easy to use, all information is structured. Roscosmos is not trying to make science accessible to everyone – there are elements of accountability in space information that can sometimes be difficult to understand for the mass audience. The authors conclude that, at the present stage of the development of the media, there is a deformation of classical ideas about the presentation and visualization of content. The approaches to interpreting the data obtained are changing, new methods of presenting information to the consumer are being used. When talking about the specifics of the presentation of data related to space topics, we can see a greater emphasis on the informational component rather than on the emotional one. Modern journalists specializing in space topics need to report news from the scientific field in an interesting and accessible way for the mass audience. This requires the right web tools, literate text suitable for multimedia content, and research skills needed to find and interpret scientific materials.

**Keywords:** space topics, Russian media, visualization, audience, information formats

**For citation:** Zvereva, E. A. & Ryabova, L. V. (2023) Features of the popularization of space topics in modern Russian media. *Voprosy zhurnalistiki – Russian Journal of Media Studies*. 13. pp. 27–48. (In Russian). doi: 10.17223/26188422/13/2

## Введение

В медийном пространстве с каждым годом увеличивается частота упоминаний космоса, начинает активно проявляться интерес к космической тематике. Если в «доинтернетовскую эпоху» получение информации было сопряжено с множеством сложностей, то сейчас можно найти данные по любой теме, и сферы, которыми раньше

увлекался лишь ограниченный круг лиц, стали интересны обычным пользователям. Кроме того, космическая тематика является предметом информационной войны, затрагивает вопросы имиджа государства и его позиционирования на международной арене. Трансляция темы космоса в информационном поле имеет несомненное значение в качестве инструмента воздействия на аудиторию, а следовательно, актуальность исследования популяризации космической тематики в современных российских медиа определяется необходимостью изучения современных форматов информирования аудитории.

Информация о новых открытиях, об удачных и неудачных запусках, современных разработках появляется в СМИ регулярно. Медиа напрямую влияют на формирование образа космоса и современной космонавтики у широкой аудитории. О важнейших достижениях космонавтики рассказывают не только специализированные медиа, но и СМИ универсальной тематики. Однако космонавтика развивается быстрее, чем методы научно-популярной журналистики. Со временем в космонавтике стало происходить все больше новых процессов, открытий, новшеств, а журналистика за этим не поспевала. Журналистское сообщество не всегда понимает, как именно, какими средствами преподнести новую информацию о космосе. Возникла необходимость менять тон и рассказывать об этом уместно, в правильном русле. Журналистам приходится находить правильный подход, чтобы не только заинтересовать массовую аудиторию, но и суметь донести информацию простым, понятным для обывателя языком. Проблема заключается в том, что тенденция универсализации журналиста и отказа от специализации сотрудников СМИ приводит к появлению непрофессиональных, поверхностных и даже псевдосенсационных материалов. Перед журналистами стоит задача формирования актуального образа российской космонавтики, создания качественных и востребованных материалов.

Анализ современных форматов информирования аудитории о космической тематике позволит изучить подходы к интерпретации полученных данных и к способам подачи информации, в особенности визуальной как наиболее адекватной современному медиавосприятию, позволяющей эффективно использовать инструменты визуализации для популяризации темы космоса. В выборку исследования вошли как специализированные ресурсы – официальный сайт российской госкорпорации «Роскосмос», журнал «Русский космос», сайт националь-

ного управления по авиации и исследованию космического пространства (NASA), так и российские СМИ универсальной тематики – новостной портал «РИА Новости», интернет-издание «Лента.ру», стилевое издание «Правила жизни» (*Esquire*). Методология исследования базируется на методах анализа (контент-анализ, структурно-функциональный анализ), сравнения и обобщения полученных данных.

### **Основные вехи развития советской космонавтики в ракурсе прессы**

Активное освоение космического пространства на рубеже 1950–1960-х гг. привлекало внимание советского народа и мировой общественности, однако тема космоса имела косвенное отношение к гонке вооружений, была связана с «холодной войной», а потому раскрывалась тенденциозно, в основном была сфокусирована на успехах СССР и на представлениях о престиже страны в мире. Поскольку во времена Советского Союза осуществлялся принцип «железного занавеса», средства массовой информации подвергались цензуре и зачастую информация подавалась крайне дозированно.

История развития отечественной космонавтики берет свое начало в 1946 г., когда было основано Опытно-конструкторское бюро № 1, цель которого – разработка баллистических ракет, ракет-носителей, а также спутников. В 1956–1957 гг. трудами бюро спроектирована ракета-носитель – межконтинентальная баллистическая ракета Р-7, при помощи которой 4 октября 1957 г. на орбиту Земли был выведен первый искусственный спутник «Спутник-1». В этот день в советских газетах была опубликована только краткая заметка – официальное сообщение ТАСС. Лишь 6 октября 1957 г. газета «Комсомольская правда» пишет о том, что запуск состоялся на научно-исследовательском полигоне «Тюра-Там», который был разработан специально для этой цели и который позже будет назван «Байконур» [1].

Как отмечает старший научный сотрудник Государственного астрономического института имени П. К. Штернберга Владимир Сурдин в интервью «Лента.ру», «при запуске первого искусственного спутника Земли советское руководство никак не ожидало, что известие об этом вызовет ажиотаж во всем мире» [2], и лишь после мирового признания пресса Советского Союза начинает уделять внимание космической тематике. По мнению исследователей, «руководство страны

представляло космическую победу как наглядную демонстрацию преимуществ социализма, доказательство успехов коммунистической идеологии» [3. С. 37].

В 1961 г. стартовал первый пилотируемый космический корабль «Восток-1». Разработка кораблей данного типа велась с 1958 по 1963 гг. конструктором О. Г. Ивановским под руководством генерального конструктора С. П. Королева. Событие вызывало наибольший интерес у СМИ, поскольку Россия с помощью данного полета могла фактически обогнать остальные страны в космической гонке, ее освещение было крайне важным вопросом. Главная газета СССР «Правда» в этот же день выпустила номер, начинающийся с заголовка ярко-красного цвета: «Великое событие в истории человечества!». Один из номеров газеты «Известия», вслед за «Правдой», также начинался с крупного красного заглавия «Советский человек в космосе!». Над фотографией Юрия Алексеевича Гагарина, только что приземлившегося на парашюте, была надпись о том, что это событие представляет собой величайшую победу советского строя, науки, техники и мужества. Первую страницу «Комсомольской правды» 13 апреля 1961 г. украшал портрет первого космонавта и такие заголовки: «Человек в космосе!», «Капитан первого звездолета – наш, советский!», «Великая победа разума и труда», «Мир рукоплещет Юрию Гагарину». В номере также было прикреплено сообщение ТАСС с названием «Прыжок во Вселенную» [4].

Ввиду обеспечения секретности первого полета человека в космос сам факт запуска Гагарина предварительно не освещался. Широко известные кадры были сняты не в день запуска в космос, а позднее: специально для кинохроники Юрий Гагарин повторил все то, что делал при реальном старте. Перед полетом Правительством СССР заранее были подготовлены разные варианты сообщения ТАСС о запуске человека в космос: трагическое – если космонавт не вернется живым; торжественное – о выходе корабля-спутника с человеком на борту на околоземную орбиту. После успешного проведения намеченных исследований и выполнения программы полета 12 апреля 1961 г. в 10 часов 55 минут московского времени советский космический корабль «Восток» совершил благополучную посадку в заданном районе Советского Союза [5].

Следующим этапом пилотируемой программы стал полет многоместного космического корабля «Восход». Во время первого полета

корабля этого типа (12 октября 1964 г.) впервые космонавты были без скафандров. Во время полета КК «Восход-2» (18 марта 1965 г.) был осуществлен первый выход человека в открытый космос. Важнейшим этапом в развитии отечественной и российской космонавтики было создание космического корабля «Союз». К 1991 г. на счету отечественной космонавтики был ряд серьезных открытий и несколько завершенных программ [6]:

«Венера» – запуск к Венере ряда межпланетных станций в 1961 и 1965 гг. Часть аппаратов совершили успешную посадку на поверхность планеты, смогли провести фотосъемку поверхности и анализ грунта.

«Марс» – запуск к Марсу нескольких одноименных станций для его изучения в 1971 г. Главный научный результат – измерение химического состава атмосферы и фотографии поверхности.

«Вега» – запуск к Венере и комете Галлея двух межпланетных станций в 1984 г., они сделали фотоснимки космических тел и обнаружили сложные органические молекулы.

Каждая из представленных программ имела представление в средствах массовой информации, однако, по сравнению с запуском первого человека в космос, данные события не имели столь широкой огласки.

К одному из самых интересных космических достижений можно отнести посадку лунохода на поверхность спутника Земли в 1970 г. Д. Е. Пшеничная в статье «Космос как объект журналистики» рассматривает освещение данного события в советских СМИ [7]. Она отмечает, что на следующий день после прилунения космического аппарата «Луноход-1» все газеты Советского Союза и многих зарубежных стран опубликовали сообщение ТАСС, в котором упоминались основные детали миссии. В газете «Правда» вышел репортаж корреспондента В. Смирнова об экипаже лунохода: «Это молодые, подтянутые ребята в синих элегантных костюмах спортивного покроя со значками на отворотах рубашек – рубиновыми пятиугольниками с рельефными буквами “СССР”», однако при этом имена экипажа были засекречены. Интереснее всего к освещению миссии подошли журналисты газеты «Известия», первая полоса которой практически полностью была отведена под эту тему: представлено сообщение ТАСС, интервью с руководителем работ по созданию лунохода Г. Н. Бабакиным, выдержки из сообщений иностранных СМИ, статья о месте посадки аппарата и стихотворение В. Курасова «Звездная быль».

Таким образом, в советский период интерес к космосу был сформирован во многом благодаря СМИ, масштабному освещению в прессе каждого полета как достижения всей страны, судьбы каждого космонавта как национального героя. После 1991 г. общественное мнение по поводу космонавтики радикально меняется с плюса на минус: последовали публикации об экономической нецелесообразности финансирования космических программ, в СМИ формируется тенденция негативизации советской космической деятельности. В прессе активно обсуждалась тема «жертв советского космоса», упоминались «сотни тысяч умерших от голода людей» в то время, когда огромные средства тратились на космические объекты [7. С. 1105]. После распада СССР отчетливо проявляется тенденция сокращения финансирования, падения престижа и интереса к космонавтике, что напрямую сказывается на материалах СМИ. С момента первых полетов в космос и по сегодняшний день общественное мнение о космонавтике неоднократно менялось от первоначального восхищения и гордости успехами страны к критике и осуждению высоких трат на космос и к нынешнему смещению информационных приоритетов пользователей.

### **Современные медиатренды в освещении космической тематики**

Космические разработки, как и во времена СССР, являются одной из главных гордостей России, однако если сравнивать современное освещение космической тематики с советским периодом, то, с одной стороны, можно отметить явные изменения, а, с другой стороны, наблюдаемые трансформации не дотягивают до уровня ожиданий. В современных российских СМИ новости космонавтики отражаются зачастую односторонне: журналисты обычно рассказывают о проблемах, но не об успехах и значении этих успехов в данной области. Как отмечает журналист, участник круглого стола «Средства массовой информации о космонавтике: успехи и ошибки» Анастасия Степанова, «население не знает, что происходит в области космонавтики, какие проблемы стоят перед ней, кто вносит значительный вклад в поддержание этой отрасли, а кто ставит палки в колеса. Времена секретности прошли, а мы сейчас знаем гораздо меньше, нежели читатели Советского Союза» [8. С. 17].

Среди причин падения интереса россиян к космической деятельности историк и комментатор «РИА Новости» А. М. Песляк называет

и недостаточные успехи в данной отрасли, отсутствие четкой стратегии, и слабое продвижение достижений самими ракетно-космическими предприятиями, и «нарастание потока “юмористично-облегченных” статей, репортажей как компенсация непрофессионализма» [9. С. 12], и особенное значение сайта «Роскосмоса» в информировании по теме. Происходит практически монополизация темы космоса данной корпорацией, что можно считать определенным медиатрендом.

С 2006 по 2016 г. на телеканале «Россия 24» еженедельно выходила телепередача «Космонавтика», производимая телестудией «Роскосмос». В программе оперативно освещались новейшие достижения российской космонавтики и рассказывалось обо всей истории освоения космоса, начиная с достижений СССР. Но 30 июля 2016 г. вышел последний выпуск программы, и с тех пор она переместилась на видеохостинг *YouTube*.

До 2018 г. в Москве издавался ежемесячный научно-популярный журнал «Новости космонавтики». Этот журнал освещал новости космоса, делал репортажи о различных событиях освоения космического пространства, затрагивал вопросы астрономии и планетологии не только России, но и мира. Летом 2018 г. российская корпорация «Роскосмос» перестала финансировать журнал, а вместо него стали выпускать «Русский космос». Название издания говорит само за себя – материалы в нем ориентированы именно на освещение космических событий в стране. Таким образом, с исчезновением «Новостей космонавтики» исчезают и новости мировой космонавтики. Сейчас главным ориентиром издания являются новости космоса из России, взаимодействие с властными организациями и выход на аудиторию.

В основном, большая часть российских новостей, касающихся темы космоса, распространяется на сайте «Роскосмос» в разделе «Публикации» с новостями, событиями и интервью. У компании зарегистрировано несколько аккаунтов в социальных сетях: телеграм-канал с 19 тысячами подписчиков, средний охват одной публикации составляет около 71 процента [10], сообщество в социальной сети «ВКонтакте» на 600 тыс. человек, группа в социальной сети «Одноклассники», где количество участников около 44 тыс.

На сайте «Роскосмос» в открытом доступе находятся все выпуски журнала «Русский космос», сборник информационных материалов (научно-практический журнал) «Дистанционное зондирование Земли

из космоса в России», личные блоги русских космонавтов, находящихся на МКС, архив онлайн-трансляций, фотогалерея, блог космодрома «Восточный», радио- и телепрограммы. Стоит также отметить, что до недавнего времени чаще всего упоминание космонавтики в российских СМИ было связано с именем экс-главы «Роскосмоса» Дмитрия Рогозина. По данным системы мониторинга СМИ от «Интерфакса», он возглавил рейтинг самых упоминаемых бизнес-персон в медиасфере 2020 г., и индекс заметности составил 15 млн 133 тыс. [11].

Новые люди в космической отрасли, новый капитал, амбициозные программы и разработки дали старт новому витку в популяризации космоса. Включение бизнеса в космическую программу во многом и привело к тому, что начала возрастать популярность космических исследований, а космос из чисто научного превращается в научно-популярное направление. Но в связи с этими новыми аспектами изменилась подача космической программы в СМИ: в лонгридах, телевизионных сюжетах о космосе появляется экономическая составляющая. Это можно считать одним из медиатрендов в современном освещении космонавтики.

Другой значительный медиатренд – закрытие целого ряда научно-популярных изданий в связи с кризисом, а также сокращение научных отделов в различных СМИ. Стоит отметить, что научно-популярные издания закрываются не только в России. Эта же тенденция проявляется в США, Германии, Франции. Наблюдается не только снижение тиражей, но и то, что издания о космосе соединяются с изданиями об авиации или науке в целом. Это приводит к тому, что журналисты все больше подстраивают информацию о космосе под более массовую аудиторию, подбирают способы подачи, понятные максимально широкому кругу людей. На первый взгляд, это является положительным моментом. Однако приходится учитывать, что при данной форме существования информации о космосе может происходить подмена понятий, упускаются важные подробности открытий, нет серьезной связи с учеными, которые давали бы экспертные комментарии. Ученые не видят смысла поддерживать связь с журналистами, в связи с чем сообщения, рассчитанные на широкую аудиторию, могут стать дилетантскими.

К сожалению, трансформация системы ценностей общества повлияла на приоритеты в подаче информации о космонавтике: для аудитории лучше «зайдут» публикации о сумме, заплаченной за полет

космическим туристом, о личной жизни астронавтов и о сенсационных встречах с инопланетянами. Крайне редко и с большим трудом СМИ выходят на анализ серьезных проблем, демонстрируя явное снижение уровня космической публицистики по сравнению с временами Советского Союза.

Многие открытия космической сферы, разоблачение тех или иных фактов остаются незамеченными и практически не освещенными ни в прессе, ни на телевидении по той причине, что в ряде предприятий космической отрасли не существует даже пресс-центров, отделов по связям с общественностью. В компаниях, где такие отделы существуют, специалистами являются сами ученые, которые плохо представляют, как именно стоит взаимодействовать со СМИ. К таким примерам относится частная космическая компания *Dauria Aerospace*, которая просуществовала с 2011 по 2018 г. и являлась одной из первых российских компаний, спутники которой были запущены на орбиту Земли. Статьи об этой компании выходили во многих ведущих изданиях – «Ведомости», «Лента.ру», «Коммерсантъ», *The Wall Street Journal*, *Forbes* и т.д. Тем не менее у *Dauria Aerospace* нет широкой известности, и зарегистрировано всего два аккаунта в социальных сетях [12].

Другая проблема, которая не позволяет журналистам качественно и в полной мере освещать космические исследования, это недоступность космических предприятий. «Роскосмос» является достаточно закрытой организацией, от которой сложно получить своевременную, максимально новую и актуальную информацию. Сайт организации наполняется очень неактивно.

Ситуация, когда научные отделы СМИ не востребованы и сокращаются/закрываются, организации и ученые неохотно идут на контакт, приводит к тому, что в изданиях, в которых нет научных журналистов, и в изданиях, которые гонятся за сенсационностью, появляется масса ложной, непроверенной информации. Это же свойственно и научно-популярным телепрограммам, и фильмам. Говоря о фильмах, важно отметить, что даже фильмы телестудии «Роскосмос», которые создаются как раз совместными силами журналистов и ученых, оказались практически вытесненными с телевидения в *YouTube*. Если раньше эти фильмы регулярно появлялись на телеканале «Культура», то сейчас вся их деятельность практически полностью ушла в сеть. С одной стороны, их *YouTube*-канал может теперь привлекать более молодую аудиторию, с другой – их аудитория сократилась.

Основными поставщиками актуальной и правдивой информации о космосе становятся социальные сети, блоги популяризаторов науки. В современной ситуации именно через эти каналы аудитория узнает об основных открытиях, именно так развенчиваются те или иные мифы о космосе. Так, российский космонавт-испытатель Олег Артемьев ведет свой канал на *YouTube* с аудиторией в 246 тыс. человек и является одним из самых известных космонавтов-блогеров. Коллега Олега – Сергей Рязанский – регулярно обновляет посты в своем сообществе в социальной сети «ВКонтакте», в котором количество подписчиков достигло почти 55 тыс. [13].

### **Визуализация как медиатренд в освещении космической тематики**

Тренд колоссального увеличения объема доступных для аудитории данных приводит к тому, что перед журналистами возникает объективная необходимость предоставлять информацию новыми и интересными способами, которые помогают излагать сложные сведения в более простых терминах. Факты следует сопровождать справочной информацией, чтобы читатели или зрители могли хорошо ориентироваться в материале. В зависимости от типа публикаций, они могут быть подкреплены картинками, графиками, анимацией, диаграммами, картами или изображениями любого типа [14. С. 34]. История данных зачастую может быть лучше всего выражена через визуальные образы. Визуализация данных и журналистика в современном цифровом мире объединяются, чтобы обеспечить контекст и значение фактов, цифр и статистики в повествовании.

Для того чтобы сделать журналистские материалы по космической теме понятными для массовой аудитории, используется научная визуализация. Ее целью служит графическая иллюстрация научных сведений для лучшего понимания различных данных [15]. К визуальному контенту относится вся визуальная информация, которая сопровождает текст [16. С. 137]. Она неоднородна по формам и типам. Наиболее традиционным подходам к классификации визуального контента в масс-медиа представляется разграничение следующих видов:

- фотографии (фотоколлажи, фотолента, фоторепортажи и т. п.);
- видеоматериалы (клипы, онлайн-трансляция, слайд-шоу, флеш-анимация и т. п.);

– иллюстрации (карикатуры, комиксы, шаржи и различные элементы графического дизайна);

– инфографика (помимо изображений могут входить: схемы, диаграммы, графики, таблицы, отчеты, списки и т.п.).

Отличительной чертой и важным преимуществом визуализации выступают доступность, качественность, простота и высокая скорость считывания текста аудиторией. В то же время визуализация выполняет ряд функций: информационную, коммуникативную, когнитивную, иллюстративную, развлекательную и эстетическую. Потенциал воздействия визуализации на читателей медиаконтента очень высок, ведь большая часть знаний, которые получает человек, поступает именно с помощью визуального восприятия [17].

### **Визуальные инструменты продвижения космической тематики в специализированных ресурсах**

На официальном сайте государственной корпорации по космической деятельности «Роскосмос» используется множество визуальных инструментов. С осени 2018 г. на сайте стали использоваться хэштеги, ключевые слова, с помощью которых очень удобно и быстро можно найти интересующую информацию.

В разделе «Информационные ресурсы» находится много визуального контента: фотографии, видеоролики, прямые трансляции, интерактивная инфографика, карты, схемы, фирменные логотипы компании и др. В «Фотогалерее» – фото строительных работ космодрома «Восточный» и «НКЦ», последовательные кадры сборки, установки и запуска пилотируемых кораблей с 2016 г. по настоящее время, виртуальный тур по Центру подготовки космонавтов, выполненный с помощью подробной интерактивной панорамы, снимки со спутников и МКС, которые, в свою очередь, включают космический мониторинг чрезвычайных ситуаций.

В «Видеогалерее» хранятся документальные фильмы РК Медиа, архивные выпуски передачи «Космос 360», выпуски интернет-программы «Космическая среда» телестудии «Роскосмос», серии фильма «Хроника русского космоса. Линия генерального», фильмография о МКС, эксперименты на МКС с Сергеем Кудь-Сверчковым, видеозаписи прямых трансляций с запусками летательных аппаратов, видеопоздравления с предприятий отрасли и др.

В разделе «Космическая деятельность» можно найти строку «Запуски», где собраны архивы всех космических запусков начиная с 1950 г. Информация визуализируется при помощи таблицы, в которой указаны дата, время, место, название и статус операции. При этом в публикациях используются не все визуальные инструменты – в отдельных случаях есть инфографика или список экипажа, но нет текстовой заметки, где-то только видеозапись, а где-то и совсем нет пояснений. Например, в 2011 г. можно заметить, что запуск транспортного грузового корабля «Прогресс М-12М» с космодрома «Байконур» оказался неуспешным, но объяснений данному событию не представлено.

В этом же разделе находится интерактивная карта с местоположением четырех космодромов: ГКЦ (Куру), «Плесецк», «Байконур», «Восточный». На каждый из них можно кликнуть и рассмотреть, как они выглядят, ознакомиться с основными целями и задачами, наградами, узнать историю строительства и т.д.

Инфографике придается большое значение: на сайте присутствует как стандартная в виде статических изображений («Первопроходцы космоса», «Продолжительность непрерывного пребывания человека в космосе», «Схемы ракет “Союз-2” и “Протон-М”»), так и интерактивная инфографика («Космодром “Байконур” в цифрах и картах», «Схема космодрома “Восточный” на перспективу до 2030 г.»).

К 60-летию полета первого человека в космос на сайте появился новый интерактивный раздел, посвященный Ю. А. Гагарину и пилотируемой космонавтике [18]. Он представляет собой развернутую карту Земли с нанесенной на нее траекторией движения космического корабля «Восток-1» 12 апреля 1961 г. и основными этапами этого полета. Кроме того, на чертеже располагаются блоки с возможностью выбора: биография Юрия Гагарина, архивные фото- и видеоматериалы из его жизни, хроника подготовки запуска, подробное описание корабля и ракеты-носителя.

В блоке «Пилотируемая космонавтика сегодня» можно ознакомиться с ее основными вехами, пошаговым планом прошлых пилотируемых программ, статистическими сведениями о выходах космонавтов в открытый космос, о всех космических туристах, побывавших на МКС, и о полетах на кораблях *Space Shuttle* с участием российских космонавтов. Помимо этого, каждый может поучаствовать в наполнении данной рубрики, поделиться своими документами, фотографиями

ми, свидетельствами о самом космонавте или обо всем, что предшествовало его полету, о первых космических кораблях и спутниках, их конструкторах и т.п.

На сайте «Роскосмос» в электронном виде представлены научно-популярный журнал «Русский космос» и научно-практический журнал «ДЗЗ в России». Их можно открыть и рассмотреть онлайн либо же скачать для личного пользования в разделе «Информационные ресурсы». Если просматривать журналы на сайте, то в каждом выпуске будут присутствовать визуальный эффект перелистывания страниц и соответствующий звук. Страницы для удобства чтения можно приближать и открывать в полноэкранном режиме.

Последняя важная визуальная рубрика в «Информационных ресурсах» – это «Космические блоги». В нее входят:

1. Блог «Жизнь космонавта», цель которого – углубленно рассказать о профессии от первого лица, показать, как все обстоит на самом деле. В настоящий момент блог ведет Константин Борисов – космонавт-испытатель отряда РГНИИ ЦПК. Обычно для визуализации текста автор использует собственные фото, сделанные в процессе работы. С недавнего времени К. Борисов начал вести рубрику с хэштегом «Числонедели». Она представляет собой картинку с каким-либо числовым фактом, например, какое количество времени кандидаты в космонавты проводят в невесомости, тренируясь в самолете.

2. Блог жены космонавта Олега Новицкого. Этот блог выполнен в виде дневника журналистки и писательницы Юлии Новицкой, которая является супругой космонавта-испытателя. Она рассказывает как об интересных фактах из совместной жизни с мужем, так и о том, что происходит с экипажем МКС-65. Статьи сопровождаются ее личными фотографиями.

3. Блог экипажа МКС. Эта страница начинается со списка ссылок на персональные дневники космонавтов МКС и их страницы в социальных сетях. Однако не сразу становится понятно, что блоги переведены в архивный режим без объяснения причины, и последние записи в этом разделе датируются 2019 г. Скорее всего, со временем читателям стало удобнее следить за жизнью членов экипажа именно в социальных сетях.

4. Блог «ВосточныйNEWS». Этот дневник посвящен поэтапному рассказу о строительстве космодрома «Восточный». Каждая новость проиллюстрирована видео либо фото-блоком.

Важен тот факт, что в каждом блоге у читателей есть возможность оставить комментарий. Большое количество комментариев есть только в обсуждении архивных постов с членами экипажа МКС, сейчас данной функцией почти не пользуются, так как основная аудитория следит за происходящим на орбите в личных соцсетях космонавтов.

Если сравнивать сайт «Роскосмоса» с сайтом национального управления по авиации и исследованию космического пространства (NASA), то можно отметить как изобилие на сайте NASA большого количества фото, видеороликов и других визуальных инструментов, так и более слабое структурирование: из-за некачественной организованности вкладок найти необходимое становится сложно, легко запутаться. Если на сайте «Роскосмоса» визуальные элементы в основном направлены на то, чтобы рассказать о членах команды, продемонстрировать, из каких частей состоит очередная запущенная ракета, показать ход строительства космодрома, то у NASA большое значение отдается разделу с обучением.

Отличие американского портала от российского заключается в том, что NASA работает на аудиторию всех возрастов. В частности, у NASA информация визуализирована и для детей – есть разделы как для дошкольников, так и для подростков. Также есть материалы для педагогов, студентов, родителей, специалистов и др. Кроме того, при анализе портала можно заметить, что NASA использует больше визуализации, чем «Роскосмос». Несмотря на это, сайт отечественной госкорпорации интуитивно более понятен и удобен в использовании, вся информация более структурирована, потеряться в разделах невозможно, потому что все относится к одной тематике. У NASA, в свою очередь, абсолютно все новости находятся на главной странице, отсутствуют хэштеги. Также у ведомства, относящегося к правительству США, существует архив новостей с 1990 г. по настоящее время, однако они не структурированы по месяцам и дням – для простого интересующегося космосом человека это неудобно. Стоит отметить, что NASA простой подачей материалов и визуализированной информацией пытается сделать науку доступной для всех, ставит в приоритет публичность сведений о космосе, у агентства для этих целей существуют даже блоги работников, которые рассказывают о проведенных исследованиях, прикрепляют фото. «Роскосмос», судя по опубликованным материалам, не пытается сделать эту задачу первостепенной – в сведениях о космосе прослеживаются элементы

отчетности, которые иногда могут быть трудными для понимания читателей [19].

### **Визуальные инструменты продвижения космоса в изданиях универсальной тематики**

Среди других российских СМИ, публикующих материалы о космосе, стоит отметить сетевое издание «РИА Новости». Так, в 2020 г. в статье «Поисково-спасательная группа вылетела к месту посадки “Союза МС-16”» в качестве визуального элемента использовались несколько фотографий с операции, но они доступны только по ссылке и не включены в саму новость [20]. На обложке неудачное фото: в центре композиции обгоревшая капсула со спасателями вокруг, самих космонавтов не видно. Если не знать ситуации, можно подумать, что приземление закончилось смертью экипажа. Чтобы сделать данную статью интересной и более понятной, можно было позаимствовать дополнительные материалы с сайта «Роскосмос». Например, для наглядности имеет смысл отметить на карте точное место посадки космического аппарата и добавить инфографику с пошаговым объяснением того, как она проходила, а после – вставить фото экипажа с их первыми комментариями.

Хорошим примером выступает статья «РИА Новости» 2021 г. «Отношения космического масштаба. Россия и Китай построят базу на Луне» [21]. Обложка отчетливо передает суть новости – на ней изображены постройка на поверхности Луны и космическая станция с флагами России и Китая. В подзаголовке «Успехи Китая» имеется инфографика с изображением отбора и доставки на Землю образцов китайской лунной миссии «Чаньэ-5». А когда речь заходит о станции «Луна-25», прикреплен ее 3D-модель.

Нередко интересно и занимательно визуализирует тему космоса сетевая версия журнала «Правила жизни» (*Esquire*). Стоит отметить, что для удобства читателей издание активно использует хэштеги и интерактивные блоки с ссылками на источник, а не примитивные скриншоты. Издание часто применяет функцию социального опроса в конце статьи. После сделанного выбора читатель увидит процентное соотношение остальных проголосовавших. Так, в новости «Ровер Perseverance передал первые звуки, записанные на Марсе, и видео посадки» вся информация хорошо подкреплена медиаресурсами [22] – есть и фото, и видео, и трехмерная модель.

К 60-летию полета первого человека в космос «Правила жизни» (*Esquire*) презентовали интерактивный лонгрид «От Циолковского и Гагарина к освоению астероидов и Альфа Центавры» [23]. Дизайн проекта отсылает нас к знаменитой франшизе «Звездные войны». Текстовые заметки располагаются на фоне движущегося космического пространства. При прокрутке вниз появляются фотографии с разнообразными заголовками, на каждый можно кликнуть и перейти к статье, посвященной Юрию Гагарину, или же к материалу на тему космоса. Еще в середине работы представлены три статьи о диджитал-обложках, которые российское издание журнала выставило на аукцион. Они анимированы с помощью цифровых технологий.

Таким образом, визуализация – это инструмент, который превращает любые научные сведения в более понятный материал. Визуализация контента о космосе является наиболее эффективным путем взаимодействия с современным потребителем медиапродукта, т.е. с человеком, который интересуется космосом, но не желает читать сложные научные тексты. Именно поэтому «Роскосмос» на своем сайте все чаще иллюстрирует различные данные, например, о движении марсохода, об изменении Земли в разные годы. Кроме того, при помощи 3D-графики космические порталы показывают планеты, их текстуру, Солнечную систему, кратеры и т. д. Сайт отечественной госкорпорации интуитивно понятен и удобен в использовании. По современным меркам вся информация структурирована, потеряться в разделах невозможно, потому что все относится к одной тематике. «Роскосмос», судя по опубликованным материалам, не пытается сделать науку доступной для всех – в сведениях о космосе прослеживаются элементы отчетности, которые иногда могут быть трудными для понимания массовой аудитории.

### **Заключение**

Таким образом, проведенное исследование позволяет выделить следующие основные медиатренды в освещении космической тематики: монополизация освещения темы космоса в России российской госкорпорацией «Роскосмос», акцентирование экономической составляющей, адаптация информации под более массовую аудиторию. Отсутствие постоянных контактов с учеными и экспертами, закрытие научно-популярных изданий, сокращение научных отделов в СМИ

приводит к тому, что издания редко выходят на анализ серьезных проблем, демонстрируя снижение уровня материалов по данной теме по сравнению с временами Советского Союза. Меняются сами подходы к интерпретации полученных данных, используются новые методы подачи информации для потребителя. Основными поставщиками актуальной информации о космосе становятся социальные сети, блоги популяризаторов науки. Трансформация системы ценностей общества повлияла на приоритеты в подаче информации о космонавтике, вынуждая журналистов подбирать способы подачи, понятные и привлекательные для широкой аудитории, в частности, активно использовать визуализацию. Сейчас именно то время, когда уровень развития цифровых технологий позволяет сообщать новости из научной сферы ярко и доступно для массовой аудитории. Для этого нужны правильные веб-инструменты, грамотный текст, подходящий к мультимедийной составляющей, и исследовательские навыки, чтобы находить интересные материалы.

#### Список источников

1. Комсомольская правда. 1957. 6 окт. / Федеральное архивное агентство. URL: <https://sputnik.rusarchives.ru/dokumenty/soobshchenie-tass-o-zapuske-pervogo-iskusstvennogo-sputnika-zemli>

2. *Мозжухин А.* «Мы до сих пор летаем на ракетах Королева». Почему Россия превратилась в космического аутсайдера // Лента.ру. 2017. 4 окт. URL: [https://lenta.ru/articles/2017/10/04/yura\\_prosti\\_nas/](https://lenta.ru/articles/2017/10/04/yura_prosti_nas/)

3. *Язев С. А., Лукьянова Е. П.* Пилотируемая космонавтика и общественное сознание: основные тренды в отражении СМИ // Проблемы политической коммуникативистики. Известия Иркутского государственного университета. Серия «Политология. Религиоведение». 2013. № 1 (10). С. 34–40.

4. О чем писали советские газеты в день запуска первого человека в космос // Nash Gorod.ru. 2021. 12 апр. URL: <https://nashgorod.ru/news/society/12-04-2021/o-chem-pisali-sovetskie-gazety-v-den-zapuska-pervogo-cheloveka-v-kosmos>

5. *Строгович Н.* Космическая гонка и полет Юрия Гагарина в космос. Освещение в советских и американских СМИ // Medium. 2019. 15 апр. URL: <https://is.gd/gF64is>

6. Космонавтика в России // Spacegid.com. URL: <https://spacegid.com/kosmonavtika-v-rossii.html>

7. *Пшеничная Д. Е.* Космос как объект журналистики // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. 2021. Т. 3. С. 1104–1106.

8. *Степанова А. А.* Средства массовой информации и стимулирование интереса аудитории к космонавтике // 34-е Академические научные чтения по космонав-

тике. Круглый стол: «Средства массовой информации о космонавтике: успехи и ошибки». 2010. 26 янв. Российский государственный архив научно-технической документации. URL: <https://rgantd.kaisa.ru/search?search?type=custom&searchObjectType=174714917&p0.t=БАРМИН%20И.В.&p0.d=164518324&p0.v=164518324&p0.a=174715022&p0.c=10&sort=174715012>

9. Песляк А. М. Медиа-поле космонавтики // 34-е Академические научные чтения по космонавтике. Круглый стол: «Средства массовой информации о космонавтике: успехи и ошибки». 2010. 26 янв. Российский государственный архив научно-технической документации. URL: <https://rgantd.kaisa.ru/search?search?type=custom&searchObjectType=174714917&p0.t=БАРМИН%20И.В.&p0.d=164518324&p0.v=164518324&p0.a=174715022&p0.c=10&sort=174715012>

10. Статистика Telegram-канала «Госкорпорация “Роскосмос”» // TGStat. URL: [https://tgstat.ru/channel/@roscosmos\\_gk/stat](https://tgstat.ru/channel/@roscosmos_gk/stat)

11. Дмитрий Rogozin возглавил рейтинг бизнес-персон по заметности в медиа // Интерфакс. 2020. 25 дек. URL: <https://www.interfax.ru/russia/742974>

12. СМИ о нас // Dauria Aerospace. URL: <http://dauria.ru/smi-o-nas/>

13. Малов А. Есть контакт! Аккаунты российских космонавтов, на которые стоит подписаться // XX2 век. 2018. 16 авг. URL: <https://22century.ru/popular-science-publications/cosmonauts-in-social-networks>

14. Симакова С. И. Инфографика как способ визуализации журналистского контента // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2015. № 1 (15). С. 34–40.

15. Визуализация информации // Словари и энциклопедии на «Академике». URL: [https://dic.academic.ru/dic.nsf/fin\\_enc/21069](https://dic.academic.ru/dic.nsf/fin_enc/21069)

16. Симакова С. И. Визуализация в СМИ: вынужденная необходимость или объективная реальность? // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. 2017. № 1, 2. С. 135–139.

17. Шевченко В. Э. Визуальный контент как тенденция современной журналистики // Медиаскоп. 2014. Вып. 4. URL: <http://www.mediascope.ru/1654>

18. Новый раздел сайта, посвященный 60-летию полета Юрия Гагарина // Роскосмос. 2021. 26 марта. URL: <https://www.roscosmos.ru/30495/>

19. NASA 3D Resources // NASA 3D Resources site. URL: <https://nasa3d.arc.nasa.gov/>

20. Поисково-спасательная группа вылетела к месту посадки «Союза МС-16» // РИА Новости. 2020. 22 окт. URL: <https://ria.ru/20201022/posadka-1580926558.html>

21. Отношения космического масштаба. Россия и Китай построят базу на Луне // РИА Новости. 2021. 22 марта. URL: <https://ria.ru/20210322/luna-1602383217.html>

22. Rover Perseverance передал первые звуки, записанные на Марсе, и видео посадки // Esquire. 2021. 23 февр. URL: <https://esquire.ru/articles/243963-rover-perseverance-peredal-pervye-zvuki-zapisannye-na-marse-i-video-posadki/#part0>

23. От Циолковского и Гагарина к освоению астероидов и Альфа Центавры // Правила жизни. 2021. 13 апр. URL: <https://www.pravilamag.ru/articles/254993-ot-ciolkovskogo-i-gagarina-k-osvoeniyu-asteroidov-i-alfa-centavry-vse-luchshee-i-novoe-pro-kosmos-i-cheloveka-v-nem/>

### References

1. *Komsomol'skaya pravda*. (1957) 6 October. [Online] Available from: <https://sputnik.rusarchives.ru/dokumenty/soobshchenie-tass-o-zapuske-pervogo-iskusstvennogo-sputnika-zemli>

2. Mozhukhin, A. (2017) “*My do sikh por letaem na raketakh Koroleva*”. *Pochemu Rossiya prevratilas' v kosmicheskogo autsaidera* [“We are still flying on Korolev rockets”. Why Russia has become a space outsider]. Lenta.ru. 4 Oct. [Elektronnyĭ resurs]. [Online] Available from: [https://lenta.ru/articles/2017/10/04/yura\\_prosti\\_nas/](https://lenta.ru/articles/2017/10/04/yura_prosti_nas/)

3. Yazev, S.A. & Luk'yanova, E.P. (2013) Pilotiruemaya kosmonavtika i obshchestvennoe soznanie: osnovnye trendy v otrazhenii SMI [Manned cosmonautics and public consciousness: the main trends in the reflection of the media]. *Izvestiya Irkutskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya “Politologiya. Religiovedenie”*. 1 (10). pp. 34–40.

4. Nash Gorod.ru. (2021) *O chem pisali sovetskie gazety v den' zapuska pervogo cheloveka v kosmos* [What Soviet newspapers wrote about on the day of the launch of the first man into space]. 12 Apr. [Online] Available from: <https://nashgorod.ru/news/society/12-04-2021/o-chem-pisali-sovetskie-gazety-v-den-zapuska-pervogo-cheloveka-v-kosmos>

5. Strogovich, N. (2019) Kosmicheskaya gonka i polet Yuriya Gagarina v kosmos. Osveshchenie v sovetskikh i amerikanskikh SMI [Space race and Yuri Gagarin's flight into space. Coverage in the Soviet and American media]. *Medium*. 15 Apr. [Online] Available from: <https://is.gd/gF64is>

6. Spacegid.com. (n.d.) *Kosmonavtika v Rossii* [Cosmonautics in Russia]. [Online] Available from: <https://spacegid.com/kosmonavtika-v-rossii.html>

7. Pshenichnaya, D.E. (2021) Kosmos kak ob"ekt zhurnalistiki [Space as an object of journalism]. *Aktual'nye problemy aviatsii i kosmonavtiki*. 3. pp. 1104–1106.

8. Stepanova, A.A. (2010) Sredstva massovoy informatsii i stimulirovanie interesa auditorii k kosmonavtike [Mass media and stimulating the interest of the audience in astronautics]. 34 *Akademicheskie nauchnye chteniya po kosmonavtike. Kruglyy stol: “Sredstva massovoy informatsii o kosmonavtike: uspekhi i oshibki”* [34 Academic readings on astronautics. Round table: “Mass media about astronautics: successes and mistakes”]. 26 Jan. 2010. [Online] Available from: <https://rgantd.kaisa.ru/search?search?type=custom&searchObjectType=174714917&p0.t=BARMIN%20I.V.&p0.d=164518324&p0.v=164518324&p0.a=174715022&p0.c=10&sort=174715012>

9. Peslyak, A.M. (2010) Media-pole kosmonavtiki [The media field of astronautics]. 34 *Akademicheskie nauchnye chteniya po kosmonavtike. Kruglyy stol: “Sredstva*

*massovoy informatsii o kosmonavtike: uspekhi i oshibki*” [34 Academic readings on astronautics. Round table: “Mass media about astronautics: successes and mistakes”]. 26 Jan. 2010. [Online] Available from: <https://rgantd.kaisa.ru/search?search?type=custom&searchObjectType=174714917&p0.t=BARMIN%20I.V.&p0.d=164518324&p0.v=164518324&p0.a=174715022&p0.c=10&sort=174715012>

10. TGStat. (n.d.) *Statistika Telegram-kanala Goskorporatsiya “Roskosmos”* [Statistics of the Telegram channel Roscosmos State Corporation]. [Online] Available from: [https://tgstat.ru/channel/@roscosmos\\_gk/stat](https://tgstat.ru/channel/@roscosmos_gk/stat)

11. Interfaks. (2020) *Dmitriy Rogozin vozglavil reyting biznes-person po zametnosti v media* [Dmitry Rogozin topped the rating of business people in terms of visibility in the media]. 25 Dec. [Online] Available from: <https://www.interfax.ru/russia/742974>.

12. Dauria Aerospace. (n.d.) *SMI o nas* [Media about us]. [Online] Available from: <http://dauria.ru/smi-o-nas/>

13. Malov, A. (2018) *Est’ kontakt! Akkaunty rossiyskikh kosmonavtov, na kotorye stoit podpisat’sya* [There is a contact! Accounts of Russian cosmonauts worth subscribing to]. *XX2 vek*. 16 Aug. [Online] Available from: <https://22century.ru/popular-science-publications/cosmonauts-in-social-networks>

14. Simakova, S.I. (2015) *Infografika kak sposob vizualizatsii zhurnalistskogo kontenta* [Infographics as a way to visualize journalistic content]. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya*. 1 (15). pp. 34–40.

15. Academic.ru. (n.d.) *Vizualizatsiya informatsii* [Information visualization]. [Online] Available from: [https://dic.academic.ru/dic.nsf/fin\\_enc/21069](https://dic.academic.ru/dic.nsf/fin_enc/21069)

16. Simakova, S.I. (2017) *Vizualizatsiya v SMI: vynuzhdannaya neobkhodimost’ ili ob’ektivnaya real’nost’?* [Visualization in the media: forced necessity or objective reality?]. *Vestnik Samarskogo universiteta. Istoriya, pedagogika, filologiya*. 1.2. pp. 135–139.

17. Shevchenko, V.E. (2014) *Vizual’nyy kontent kak tendentsiya sovremennoy zhurnalistiki* [Visual content as a trend of modern journalism]. *Mediascope*. 4. [Online] Available from: <http://www.mediascope.ru/1654>

18. Roskosmos. (2021) *Novyy razdel sayta, posvyashchenny 60-letiyu poleta Yuriya Gagarina* [New section of the website dedicated to the 60th anniversary of Yuri Gagarin’s flight]. 26 March. [Online] Available from: <https://www.roscosmos.ru/30495/>

19. NASA 3D Resources site. (n.d.) *NASA 3D Resources*. [Online] Available from: <https://nasa3d.arc.nasa.gov/>

20. RIA Novosti. (2020) *Poiskovo-spasatel’naya gruppy vyletela k mestu posadki “Soyuz MS-16”* [The search and rescue team flew to the landing site of the Soyuz MS-16]. 22 Oct. [Online] Available from: <https://ria.ru/20201022/posadka-1580926558.html>

21. RIA Novosti. (2021) *Otnosheniya kosmicheskogo masshtaba. Rossiya i Kitay postroyat bazu na Lune* [Relations of a cosmic scale. Russia and China will build a base on the moon]. 22 March. [Online] Available from: <https://ria.ru/20210322/luna-1602383217.html>

22. *Esquire*. (2021) Rover Perseverance peredal pervye zvuki, zapisannye na Marse, i video posadki [The Perseverance rover transmitted the first sounds recorded on Mars and a video of the landing]. 23 Feb. [Online] Available from: <https://esquire.ru/articles/243963-rover-perseverance-peredal-pervye-zvuki-zapisannye-na-marse-i-video-posadki/#part0>

23. *Pravila zhizni*. (2021) Ot Tsiolkovskogo i Gagarina k osvoeniyu asteroidov i Al'fa Tsentavry [From Tsiolkovsky and Gagarin to the exploration of asteroids and Alpha Centauri]. 13 Apr. [Online] Available from: <https://www.pravilamag.ru/articles/254993-ot-ciolkovskogo-i-gagarina-k-osvoeniyu-asteroidov-i-alfa-centavry-vse-luchshee-i-novoe-pro-kosmos-i-cheloveka-v-nem/>

***Информация об авторах:***

**Зверева Е. А.** – д-р филол. наук, профессор кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью Тамбовского государственного университета им. Г. Р. Державина (Тамбов, Россия). E-mail: [Katya9\\_2001@mail.ru](mailto:Katya9_2001@mail.ru)

**Рябова Л. В.** – магистрант факультета филологии и журналистики Тамбовского государственного университета им. Г. Р. Державина (Тамбов, Россия). E-mail: [riabova2000@list.ru](mailto:riabova2000@list.ru)

***Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.***

***Information about the authors:***

**E. A. Zvereva**, Dr. Sci. (Philology), professor, Derzhavin Tambov State University (Tambov, Russian Federation). E-mail: [Katya9\\_2001@mail.ru](mailto:Katya9_2001@mail.ru)

**L. V. Ryabova**, master's student, Derzhavin Tambov State University (Tambov, Russian Federation). E-mail: [riabova2000@list.ru](mailto:riabova2000@list.ru)

**The authors declare no conflicts of interests.**

*Статья поступила в редакцию 29.08.2022;  
одобрена после рецензирования 24.12.2022; принята к публикации 10.06.2023.*

*The article was submitted 29.08.2022;  
approved after reviewing 24.12.2022; accepted for publication 10.06.2023.*