

---

## В ЗЕРКАЛЕ ПЕЧАТНЫХ ИЗДАНИЙ

---

### Российская технологическая инноватика в отечественных СМИ (на примере технопарков)<sup>1</sup>

Ю.В. ЛАТОВ\*, Н.В. ЛАТОВА\*\*

**\*Юрий Валерьевич Латов** – доктор социологических наук, кандидат экономических наук, доцент, ведущий научный сотрудник, Институт социологии ФНИСЦ РАН; профессор, Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова. Адрес: 129345, Москва, ул. Магаданская, д. 5. E-mail: latov@mail.ru

**\*\*Наталья Валерьевна Латова** – кандидат социологических наук, старший научный сотрудник, Институт социологии ФНИСЦ РАН. Адрес: 129345, Москва, ул. Магаданская, д. 5. E-mail: myshona@rambler.ru

**Цитирование:** Латов Ю.В., Латова Н.В. (2018) Российская технологическая инноватика в отечественных СМИ (на примере технопарков) // Мир России. Т. 27. № 4. С. 141–162. DOI: 10.17323/1811-038X-2018-27-4-141-162

*В статье рассматриваются особенности эволюции в 2010-е гг. дискурса российских СМИ о развитии технопарков. Изложены результаты контент-анализа потока публикаций в российских масс-медиа, основанные на использовании русскоязычной аналитической системы «Медialogия». Анализ показывает, что в отечественных СМИ этот дискурс неразрывно связан с дискурсом о результативности политики этатизма. Роль главного национального символа политики стимулирования технологической инноватики в 2010-е гг. почти монополизировало подмосковное «Сколково». В то же время конструирование его имиджа оказалось частично обесценено как эффектом обманутых ожиданий быстрых успехов, так и конкретными коррупционными скандалами. Что касается других столичных и региональных инновационных центров (например, казанского Иннополиса), то масс-медиа освещают их в более конструктивно-деловом тоне, хотя и менее активно, чем «Сколково». Эффективность обсуждения в российских СМИ вопросов развития технопарков существенно снижается из-за недостаточной готовности многих производителей и потребителей информации к компетентным дискуссиям о путях развития сегментов современной НТР. В результате в общественном сознании россиян развитие технопарков воспринимается скорее как инициатива правительства, чем как национальный проект.*

---

<sup>1</sup> Исследование выполнено при поддержке Российского научного фонда, проект № 16-18-10420 «Непрерывное образование и наукоёмкие производства: институты и практики взаимодействия».

**Ключевые слова:** технологическая инноватика, технопарки, социология СМИ, социология инноватики, транзитивное общество, контент-анализ, дискурс-анализ

## Что отражают СМИ

Современные средства массовой информации выполняют две основные социальные функции: с одной стороны, они высказывают общественное мнение и становятся своеобразным зеркалом, отражающим жизнь общества, а с другой стороны, превращаются в «четвертую власть» и сами во многом формируют общество [Gackowski 2014]. Принципиально важно, что воспроизведение социальной жизни в СМИ никогда не является полностью адекватным, абсолютно соответствующим реальности. Информационные поводы и мнения о событиях, которые представляют особую важность для потребителей и/или производителей сообщений конкретных СМИ, освещаются в них активнее, в то время как те, которые считаются второстепенными, – гораздо слабее [Roll-Hansen 1994]. Взгляд на события (позитивный, критический или нейтральный) тоже зависит от позиции потребителей и производителей информационной продукции. В современном обществе масс-медиа являются важнейшим инструментом лоббирования интересов различных социальных групп и движений. Поэтому анализ отражения развития общества в масс-медиа позволяет не только лучше понять актуальную повестку дня, но и четче увидеть позиции основных политических сил, соперничающих друг с другом в рамках современного проблемного поля.

Обычно такой подход – подчеркивание лоббистско-идеологической функции СМИ – связывают с освещением в них социально-политических событий и дискурсов [Schudson 1984; Patil, Ennis 2016]. Именно этим темам обычно посвящены российские исследования продукции СМИ, выполненные при помощи современных инструментов контекст-анализа [Молоковский, Нездюрлов 2014; Фадеев 2017]. Что касается экономических явлений, то общепризнано, что в СМИ отражаются в первую очередь противоречия по поводу тех экономических событий и дискурсов, которые имеют прямое и явное социальное значение (проблемы безработицы, борьба с коррупцией, обеспечение населения социальными услугами и т.д.). Гораздо реже делаются попытки рассмотреть в зеркале СМИ споры по экономическим вопросам, не имеющим явной и прямой связи с социальной проблематикой<sup>2</sup>, например, по вопросам технологической инноватики. Предлагаемый в данной статье анализ является частным случаем изучения роли СМИ в развитии общества (в технологической модернизации России), построенного на теориях «повестки дня» (*agenda-setting*) и социальных проблем.

Сформировавшаяся в 1960-х гг. теория «повестки дня» (см. [McCombs, Shaw 1972; McCombs, Shaw 1993; Дьякова 2003]) акцентирует внимание на том, что современным СМИ, по удачному выражению Б. Коэна, «преимущественно

<sup>2</sup> Редким примером медиалогического подхода к анализу социально-экономических проблем является, например, работа [Барсукова, Коробкова 2014]. Симптоматично, что обзорная работа А.Д. Казун [Казун 2017], специально посвященная освещению в СМИ экономических проблем, оказалась почти полностью построена на работах зарубежных социологов.

не удастся сказать людям, *что* думать, но она (пресса – авторы) с большим успехом говорит им, *о чем* думать» [Cohen 1963]. Такое влияние масс-медиа на общественные умонастроения особенно результативно, если абсолютное большинство людей не имеют личного опыта в отношении обсуждаемых вопросов, вынуждены ориентироваться главным образом на информацию СМИ и лишены возможности скорректировать ее на основе личных впечатлений [McCombs, Graber, Weaver 1981]. Вопросы технологической инноватики относятся именно к подобным темам, поэтому влияние средств массовых коммуникаций на общественное мнение должно быть очень сильным.

Если теория «повестки дня» делает акцент на анализе того, *как* СМИ влияют на общественное сознание, то активно развивающаяся с 1980-х гг. теория социальных проблем обращает основное внимание на то, *кто* осуществляет это влияние через СМИ. Основоположники данного подхода М. Спектор и Дж. Китсьюз предложили рассматривать проблемы, попавшие в «повестку дня», как результат взаимодействия различных конкурирующих друг с другом социальных сил (например, политических движений) [Spector, Kitsuse 1987]. Каждая из них «проталкивает» в СМИ собственные приоритеты и оценки, стремясь удержать именно их в публичном медиа-пространстве. Непосредственно в этом ключе, как результате конкуренции в современной России лояльно-этактистской и оппозиционно-либеральной идеологий, и будет рассматриваться дискурс о технологической инноватике в российских масс-медиа.

Факторы, влияющие на освещение в российских СМИ проблем технологической инноватики, будут анализироваться на примере отражения в отечественных масс-медиа 2010-х гг. развития инновационных центров (кластеров, технопарков), самым известным из которых является подмосковное «Сколково».

## **Методология анализа**

Охарактеризуем прежде всего объект анализа – ведущие российские технопарки – и методы контент-анализа их освещения в российских СМИ, основанные на использовании отечественной аналитической системы «Медиалогия».

### *Российские технопарки как объект анализа*

Хотя в последние 25 лет о технологической инноватике говорили и писали очень много, однако до сих пор нет четкого определения этого институционального феномена. Лишь для наиболее продвинутого типа инновационных площадок (к которому относится и «Сколково») использовались практически как синонимы длинные ряды понятий: «технопарк», «технополис», «инновационный кластер», «инновационный центр» и т.п. В данной статье они тоже будут применяться как синонимы, обозначающие *территориально сконцентрированную группу организаций, занимающихся инновационными прикладными высокотехнологичными разработками и, как правило, объединяющих науку, бизнес и образование в единый техносферный комплекс.*

В развитии инновационных площадок (технопарков) в постсоветской России явно видны три периода (таблица 1).

Таблица 1. Этапы развития технопарков в постсоветской России

Основатели технопарков	Количество технопарков России, согласно базе IASP (в числителе – весна 2016 г., в знаменателе – весна 2017 г.)			
	Основанные до 2000 г.	Основанные в 2000–2009 гг.	Основанные после 2009 г.	Всего
Вузы	2/2	4/1	1/–	7/3
НИИ	2/1	1/1	–/1	3/3
Бизнес-структуры	–	3/3	2/4	5/7
Региональная и федеральная администрация	1/1	9/9	6/8	16/18
Совместно	–	2/1	–/–	2/1
<b>Всего</b>	<b>5/4</b>	<b>19/15</b>	<b>9/13</b>	<b>33/32</b>

Первый период исторически связан с распадом СССР в 1991 г. и последующим затяжным (до начала 2000-х гг.) структурным кризисом, когда создание технопарков стало одним из методов коммерциализации государственных вузов и НИИ. В базе IASP<sup>3</sup> среди занесенных в нее в настоящее время российских технопарков старейшим является Научный парк МГУ, основанный еще в 1990 г.

Второй период развития технопарков в России относится к 2000-м гг., когда структурный кризис завершился и акторы российской экономики начали заботиться об инновационном развитии. Второе поколение инновационных площадок, основанных в основном в 2004–2008 гг., было гораздо многочисленнее первого, что связано, в частности, с активизацией внимания к этому вопросу федерального правительства. Половина всех инновационных площадок, возникших в этот период, основана региональными администрациями (Кузбасский технопарк в Кемерово и Академпарк в Новосибирске).

Наконец, третий период развития технопарков начинался с первой половины 2010-х гг. Именно он связан с активной популяризацией в СМИ технопарка «Сколково», решение о развитии которого было принято на президентском уровне. Кризис 2014–2016 гг. оказал на правительственную политику стимулирования технопарков противоречивое влияние: он уменьшил государственные ресурсы, но одновременно резко актуализировал дискурс об импортозамещении. Государственная администрация стала официально трактовать избавление России от тех-

<sup>3</sup> IASP (*International Association of Science Parks*) – созданная в 1984 г. международная организация, объединяющая технологические и научные парки мира, а также национальные ассоциации зон инновационного развития. В начале 2017 г. в нее входила 31 российская организация (технапарки, бизнес-инкубаторы и т.д.), их правомерно рассматривать как наиболее развитые инновационные центры России.

нологической зависимости как одно из приоритетных направлений обеспечения национальной безопасности. Поскольку статус технопарка стал основанием для получения льгот, практически все новые технопарки, зарегистрированные в последние годы, следует рассматривать как инициативу федеральной и/или региональных администраций, которые выражали согласие поддерживать одни бизнес-организации, отказывая другим.

Таким образом, в настоящее время главным актором формирования российских инновационных площадок однозначно являются государственные администрации. Поэтому создаваемый в СМИ образ технопарков не может не переплетаться с имиджем российского правительства и региональных администраций. Это должно оказывать сильное детерминирующее влияние на обсуждение в российских масс-медиа проблем отечественных технопарков, которое вписано не только в дискурс о технологическом прогрессе, но и в дискурс о государственном регулировании (этатизме).

### *Контент-анализ по «Медиалогии» как метод анализа*

В настоящее время в русскоязычном сетевом пространстве (Рунете) функционируют 7 аналитических систем, позволяющих проводить мониторинг сообщений российских СМИ на основе контент-анализа<sup>4</sup>. Наиболее функциональной среди них является система «Медиалогия», которая обобщает информацию по публикациям в печатных СМИ (журналах и газетах), по сообщениям информационных агентств, а также по радио, телевидению, интернет-СМИ и блогам (всего более 30 тыс. источников). Кроме базы СМИ, «Медиалогия» включает автоматизированный аналитический модуль, который позволяет проводить самостоятельный поиск и анализ по количественным и качественным характеристикам за любой заданный период.

Для оценки освещения в СМИ различных объектов «Медиалогия» использует специальный показатель – Медиаиндекс (МИ), который автоматически рассчитывается по методике лингвистического анализа, специально разработанной компанией «Медиалогия». Медиаиндекс формируется с учетом трех показателей: влияние/цитируемость источника (количество ссылок на него в других СМИ с учетом их влиятельности), характер упоминания (позитивное, негативное или нейтральное, эпизодическое или ключевое и т.д.) и заметность сообщения (тираж СМИ, объем сообщения и т.д.). Данный индекс варьируется от –1000 до +1000 и рассчитывается в отдельности для каждого информационного повода.

Для выводов о характере освещения в российских масс-медиа сюжетов, связанных с развитием технопарков, при работе с системой «Медиалогия» авторы данного исследования, как правило, проводили мониторинг сообщений из всех входящих в базу газет, журналов, информационных агентств (ИА), блогов и радиоканалов. В некоторых случаях (в частности, при анализе сюжетов о «Сколково» и Кремниевой долине), когда тема в российских СМИ оказывалась очень популярной, для понимания динамики внимание обращалось на специально

<sup>4</sup> Их сравнительный обзор см. [Вороной, Манько 2007; Чернякова 2016].

отобранный ТОП федеральных СМИ, состоящий из 10 ежедневных газет, 8 журналов и 4 информационных агентств. В данной выборке представлены масс-медиа всех ведущих политических ориентаций: проправительственные, либеральные и нейтральные (таблица 2)<sup>5</sup>.

Таблица 2. Сводная типологизация масс-медиа, вошедших в ТОП СМИ, по их идеологической ориентации

	Проправительственные	Либеральные	Нейтральные
<b>Газеты</b>	«Независимая газета», «Известия», «Российская газета»	«Ведомости», «Газета РБК», «Коммерсантъ», «Новая газета», «Московский комсомолец»	«Аргументы и факты», «Комсомольская правда»
<b>Информагентства</b>	ТАСС, «РИА Новости»	«Росбалт», Rambler News Service	—
<b>Журналы</b>	—	«Профиль», «The New Times», «Огонек», «Коммерсантъ # Власть», «Коммерсантъ # Деньги», «Эксперт», «Forbes Россия», «Сноб»	

Итак, на основе статистических ресурсов системы «Медиалогия» в аналитической части данной статьи рассматривали следующие основные количественные характеристики отражения в российских СМИ развития отечественных технопарков:

- динамика количества информационных сообщений;
- динамика суммарного Медиаиндекса (Медиаиндекс всех сообщений или сообщений ТОП СМИ за исследуемый период);
- динамика тональности информационных сообщений.

В некоторых случаях анализировалась структура сообщений по СМИ разных идеологических ориентаций. В качестве исследуемого периода взяты 2010–2016 гг. (полностью или частично). Этот период охватывал провозглашение российским правительством курса на активное формирование российских наукоемких кластеров (условным началом которого можно считать инициирование создания «Сколково» осенью 2010 г.) и модернизацию «Медиалогией» формулы Медиаиндекса<sup>6</sup>. Следует оговориться, что количественные данные за 2016 г. содержат показатели первых 8 месяцев, поэтому при интерпретации динамики учитывалось, что полный показатель за этот год будет примерно на 50% выше.

<sup>5</sup> Типологизация СМИ по их идеологической ориентации построена в первую очередь на основе данных об использовании в публикациях изданий из ТОП СМИ в 2016 г. таких знаковых понятий-маркеров, как «цветная революция» и «внесистемная оппозиция». Частое использование термина «цветная революция» маркирует дискурс проправительственной ориентации, в то время как термин «внесистемная оппозиция» – маркер дискурса либеральной оппозиции. Для проверки построенной классификации СМИ изучались также публикации, специально посвященные выявлению проправительственных и либерально-оппозиционных (в терминологии радикальных патриотов – «антироссийски настроенных») СМИ. Публикации 2013–2014 гг., посвященные этому вопросу [Винокурова 2013; Антироссийски настроенные СМИ 2014], в целом подтверждают авторскую типологизацию.

<sup>6</sup> После обновления формулы показатели до этой даты и после стали сопоставимыми.

## Отражение в российских масс-медиа дискурса о развитии технопарков

### Технопарки зарубежных стран

Исследуемое время было нелегким для социально-экономического развития России: сначала страна переживала подъем массовых протестных выступлений (2011–2013 гг.), затем – экономический кризис (2014–2016 гг.), тесно связанный с зарубежными событиями (обострением российско-украинских отношений, падением мировых цен на нефть, экономическими санкциями против России, конфликтами в Сирии). Однако на протяжении всех этих лет в российских СМИ наблюдалось устойчивое внимание к теме технопарков, на которое не слишком активно влияла политическая конъюнктура.

Эта устойчивость лучше всего видна по тому, как часто в медиа-пространстве упоминались зарубежные технопарки, выделенные в «Медиалогии» как специальные объекты – Кремниевая (Силиконовая) долина (США), Киберджайя (Малайзия), Цукуба (Япония) и Дубайский силиконовый оазис (ОАЭ). Как и следовало ожидать, абсолютным лидером по количественным показателям контент-анализа (по числу сообщений и их Медиаиндексу) является Кремниевая долина (рисунки 1).

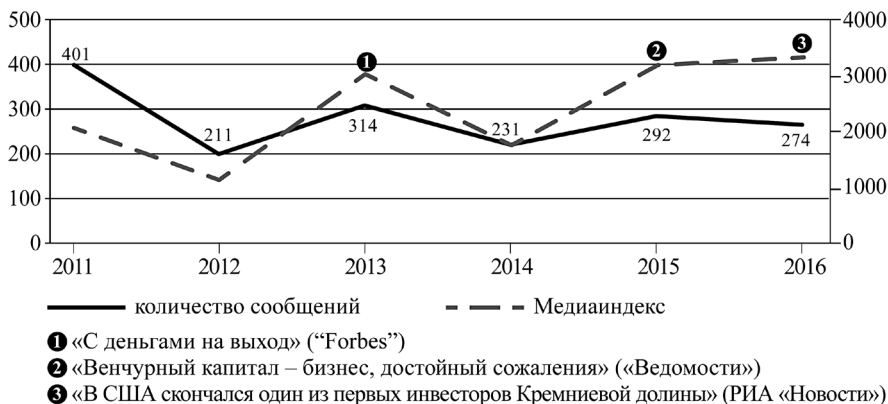


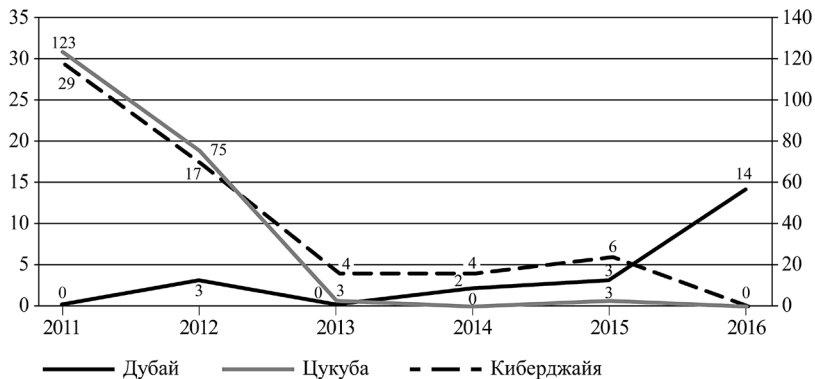
Рисунок 1. Динамика количества сообщений и Медиаиндекса в российских газетах, журналах и информационных агентствах ТОП СМИ, посвященных обсуждению Кремниевой/Силиконовой долины, 2011–2016 гг. (данные по количеству сообщений – по левой шкале, по Медиаиндексу – по правой шкале)<sup>7</sup>

Поток сообщений (в данном случае речь идет о ТОП СМИ), затрагивающих этот технопарк, на протяжении исследуемого периода оставался относительно постоянным (200–400 сообщений ежегодно); относительно стабильным (на уровне

<sup>7</sup> Здесь и далее на графиках обозначены заголовки публикаций с наибольшим МИ за соответствующий год.

примерно 2000 единиц) был и его суммарный Медиainдекс. Хотя политические события 2014–2016 гг. повысили уровень критичности к Западу в российских СМИ, это не оказало негативного влияния на интерес СМИ к Кремниевой долине: скорее, следует отметить тенденцию к его росту, что особенно заметно по изменению МИ. В то же время, если обратить внимание на содержание публикаций с самым высоким МИ за этот период, то можно заметить, что в отечественных масс-медиа этот технопарк США давно используется как общий символ успеха НТР безотносительно к тому, что именно и насколько успешно в нем происходит. Поэтому российские публикации о Кремниевой долине характеризуют внимание не столько к конкретному опыту, достигнутому в Калифорнии, сколько к теме развития технопарков в целом или бизнес-успехов вообще.

Как отдельные самостоятельные объекты в системе «Медиалогия» фигурируют, помимо Кремниевой долины, только 3 инновационных зарубежных центра: Дубайский силиконовый оазис, малазийская Киберджайя и японская Цукуба. При этом, в отличие от Кремниевой долины, опыт всех остальных зарубежных инновационных центров отразился в российском информационном пространстве гораздо слабее. Даже если рассматривать не ТОП СМИ, а все упоминания в российских газетах, журналах, сообщениях информационных агентств, в интернет-публикациях и на радио, то их число (за некоторыми исключениями) ниже числа сообщений о Кремниевой долине на один-два порядка (рисунк 2).



**Рисунок 2. Сравнительная динамика упоминаний в российских газетах, журналах, информационных агентствах, в интернет-публикациях и на радио Дубайского силиконового оазиса, Киберджайи и Цукубы, 2011–2016 гг. (данные по Дубайскому силиковому оазису и Киберджайи – по левой шкале, по Цукубе – по правой шкале)**

Среди перечисленных выше трех зарубежных технопарков чаще всего упоминали (и то лишь в начале 2010-х гг.) японскую Цукубу – высокотехнологичный центр, специализирующийся в основном на аэрокосмических технологиях. Это связано прежде всего с явными чертами сходства японского технопарка, функционирующего с 1970–1980-х гг., с подмосковным «Сколково»: Цукубу называют



самым известным примером успешного инновационного проекта, реализованного по инициативе государства и расположенного около столицы. Кроме того, у российских ученых, работающих в сфере аэрокосмических технологий, давно налажены устойчивые связи с японскими коллегами из Цукубы, поэтому в 2011 г. по количеству сообщений и заметности лидировал инфоповод, связанный с участием российских ученых из Цукубы в выборах в Государственную Думу Федерального Собрания РФ. Однако с 2013 г. Цукубу практически перестали упоминать. Что касается опыта стран догоняющего развития, к которым Россия ближе по социально-экономическим характеристикам, то по «Медиалогии» можно проследить ссылки на успешный опыт ОАЭ и неудачный пример Малайзии. В обоих случаях речь идет о финансируемых правительственных проектах, привязанных к столице (Киберджайя находится в получасе езды от Куала-Лумпура, а Дубайский оазис – в центре Дубая).

Таблица 3. Сравнение характеристик дискурсов о зарубежных технопарках в российских СМИ, 2011–2016 гг.

Технопарки	Всего сообщений		Инфоповод сообщения, на которое чаще всего ссылались в СМИ	Инфоповод сообщения с самым высоким МИ	Суммарный МИ всех сообщений
	Оригинальные	Перепечатка			
<i>Все сообщения СМИ (газеты, журналы, интернет, информагентства, радио)</i>					
Цукуба (Япония)	133	71	Жизнь россиян, работающих в Цукубе (2011 г.)	Сравнение с российскими технопарками (2012 г.) – МИ = 97,91	322,16
Дубайский силиконовый оазис (ОАЭ)	14	8	Сотрудничество российских ученых с Дубайским силиконовым оазисом (2016 г.)	Инновационная деятельность в Дубайском силиконовом оазисе (2016 г.) – МИ = 4,48	7,29
Киберджайя (Малайзия)	35	25	Сравнение с российскими технопарками (2011 г.)	Сравнение с российскими технопарками (2012 г.) – МИ = 132,87	232,46
<b>ТОП СМИ</b>					
Кремниевая долина (США)	1659	64	Упоминание как символа НТР (2011 г., 2012 г.)	Упоминание как символа НТР (2016 г.) – МИ = 192,28	14761,86

В таблице 3 показаны сравнительные характеристики наиболее выдающихся (по числу ссылок на них и по Медиаиндексу в целом) публикаций о различных зарубежных технопарках в российских СМИ. Хорошо видно, что конкретная информация о функционировании самого технопарка вызывает интерес у отечественных журналистов только применительно к опыту ОАЭ. Действительно, эта маленькая страна смогла за последние полвека совершить подряд два экономических чуда: сначала благодаря потоку нефтедолларов превратилась

из «бедняка» в «богача», а затем избавилась от чрезмерной нефтяной зависимости, диверсифицировав экономику. К сожалению, у сообщений по Дубайскому силиконовому оазису очень низкие количественные характеристики – их суммарный МИ на два порядка ниже, чем даже у сообщений по Цукубе и Киберджайе (т.е. их очень мало и они почти не заметны). Другие же зарубежные технопарки интересны российским журналистам не сами по себе, а как не нуждающийся в конкретике символ НТР (Кремниевая долина) или как повод прокомментировать жизнь россиян за рубежом (Цукуба), или как сравнительный материал (причем скорее символический, чем конкретный) для рассуждений об успехах/провалах российского опыта (Киберджайя, Цукуба).

### «Сколково» и «Иннопрактика» как столичные витрины

Как уже упоминалось, в постсоветской России символом процессов инновационной кластеризации стало прежде всего подмосковное «Сколково», формирование которого было провозглашено правительством в конце 2010 г. Всего за 2010–2016 гг. в российских СМИ (газетах, журналах, информационных агентствах, интернете и радио) по сколковской теме появилось около 190 тыс. сообщений, из которых подавляющее большинство (примерно 60%) относятся к федеральному уровню, остальные – к региональному.

Однако если рассмотреть динамику сообщений ТОП СМИ о «Сколково» на протяжении семи лет после его основания (рисунки 3), то обнаруживается, что информационный взрыв длился недолго, а только в течение 2010–2011 гг. Оптимизм, который наблюдался в отечественных СМИ на пике 2011 г., демонстрирует публикация либеральных «Ведомостей» под названием «Кузница “гуглов”» [Сальманов 2011] (она имеет наибольший МИ в 2011 г. среди газетных сообщений), в которой благожелательно (хотя «Ведомости» склонны правительственные инициативы последовательно критиковать за этатизм) говорилось об ориентации на создание ежегодно хотя бы одного нового проекта, аналогичного знаменитому *Google*. В последующие годы, однако, количество сообщений о «Сколково» и их МИ неуклонно сокращались, и к 2016 гг. они практически стабилизировались. Это свидетельствует о том, что в настоящее время инновационный центр «Сколково» хотя и остается существенным информационным поводом, но его значение в этом качестве в сравнении с началом 2010-х гг. резко снизилось.

Первоначально количество сообщений про «Сколково» и их Медиаиндекс изменялись синхронно. Однако в 2013 г. обнаружился резкий разрыв: поток сообщений незначительно сократился, а Медиаиндекс упал более чем в 10 раз. Чтобы понять причину таких резких изменений, обратим внимание на то, как менялась тональность публикаций в ТОП СМИ об этом технопарке (рисунки 4). На протяжении всего анализируемого 7-летнего периода абсолютно преобладали нейтральные сообщения (65% всех газетных публикаций, 72% журнальных и 66% сообщений информационных агентств). В качестве примера таких публикаций в 2016 г. можно назвать сообщения о всероссийской стартап-конференции *Startup Village 2–3 июня 2016 г.* в «Сколково» и об участии резидентов «Сколково» в *Mobile World Congress Shanghai-2016*, начавшемся 30 июня 2016 г.

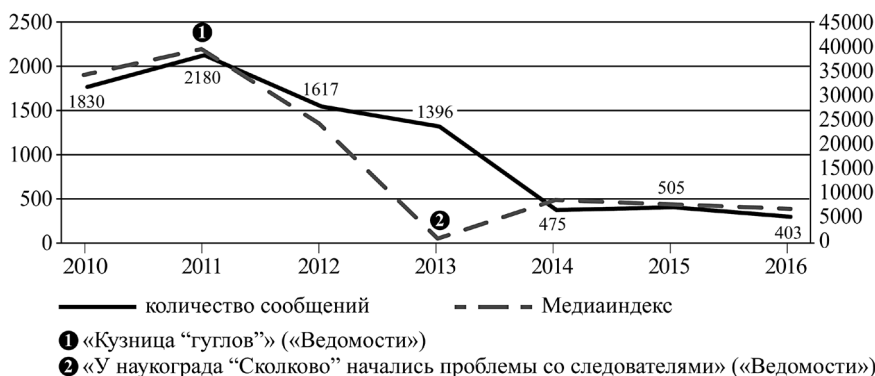


Рисунок 3. Динамика количества сообщений и Медиаиндекса в российских газетах, журналах и информационных агентствах ТОП СМИ, посвященных обсуждению «Сколково», 2010–2016 гг. (данные по количеству сообщений – по левой шкале, по Медиаиндексу – по правой шкале)

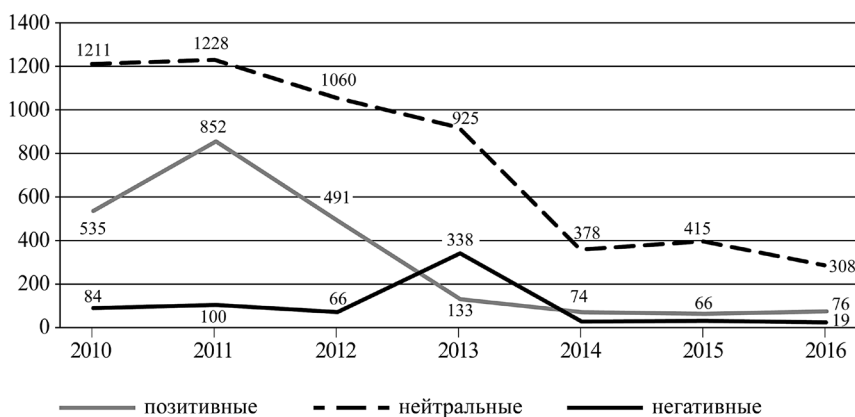


Рисунок 4. Динамика тональности публикаций в российских газетах из ТОП СМИ, посвященных обсуждению технопарка «Сколково», 2010–2016 гг.

В то же время бросается в глаза довольно существенная доля информационных сообщений о «Сколково» с негативной тональностью, пик которых пришелся на 2013 г. (32% негативных публикаций в газетах и журналах и 18% у ИА, которые, как правило, придерживаются нейтральности при подаче материала). Это было связано с рядом коррупционных скандалов, в ходе которых высказывались обвинения в нецелевом использовании бюджетного финансирования, предназначенного для центра «Сколково», и даже в прямых хищениях. Статья с самым высоким МИ за 2013 г. под названием «У наукограда “Сколково” начались проблемы со следователями» [Письменная, Глинкин, Резник, Мокроусов 2013] вполне закономерно появилась в либеральных «Ведомостях».

Дискурс-анализ информационных сообщений о «Сколково» показывает, что их поток делится в основном на два тематических компонента. С одной стороны, регулярно появляется (главным образом, в сообщениях информагентств) информация о фактах проведения тех или иных организационных мероприятий, связанных со «Сколково». С другой стороны, в аналитических публикациях (главным образом в либеральной газетно-журнальной периодике) часто проходят сообщения о неудаче государственной политики формирования инновационных кластеров. В частности, сообщалось, что ««Сколково» пока не удалось превратить в гибрид Гарварда и Кремниевой долины, как это задумывалось.<...> Проблема в том, что <...> существование таких специальных зон никак не страхует от произвола, а именно этого более всего опасаются как инвесторы, так и ученые и инноваторы» [Корня 2016].

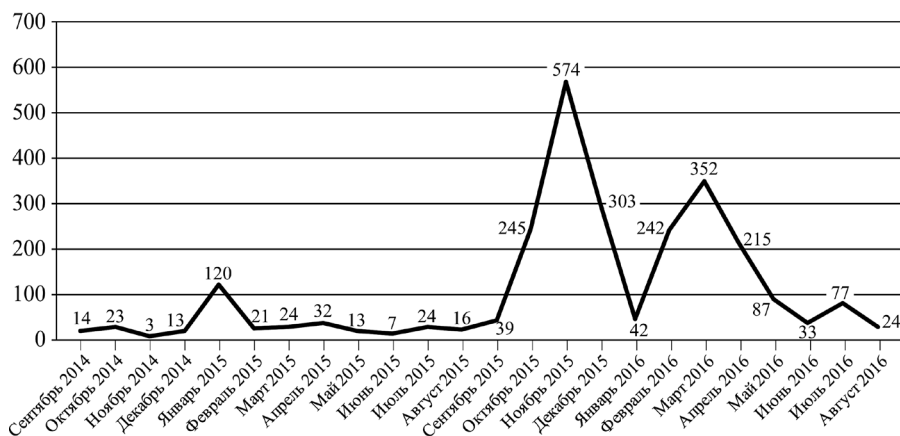


Рисунок 5. Динамика публикаций в российских газетах, журналах, информационных агентствах, в интернет-публикациях и на радио, посвященных обсуждению «Иннопрактики», 2014–2016 гг.

Существенные трудности, которые выявились в процессе формирования положительного имиджа «Сколково», обусловили осторожность в конструировании в СМИ образа нового столичного технопарка – «Иннопрактики» (Технологической долины МГУ), строительство которого началось в 2014 г. в столице, около главного университета России. Этот технопарк часто называют «Вторым Сколково» (или «Сколково-2»); по некоторым оценкам, федеральное правительство уделяет в последние годы «Иннопрактике» больше внимания, чем «Сколково» (характерно заглавие газетной публикации с самым высоким МИ по данной теме – «МГУ вместо “Сколково”»). Однако освещение этого проекта в российских СМИ оказалось на порядок менее заметным, чем внимание к «Сколково» (рисунок 5). Кроме того, и здесь наблюдается высокая «засоренность» дискурса, посвященного в принципе технологической инноватике, вниманием к посторонним политическим аспектам, причем, пожалуй, в еще большей степени, чем при освещении «Сколково».

Если набрать слово «Иннопрактика» в поисковой системе *Google*, то мгновенно будет показана самая частая ассоциация – «дочь президента». Речь идет о том, что руководителю «Иннопрактики» Екатерине (Катерине) Тихоновой в СМИ приписывают родство с Президентом РФ (сам В.В. Путин это не подтверждает и не отрицает). Наиболее заметным сообщением российских ИА об «Иннопрактике» является заметка РИА «Новости» в ноябре 2015 г.: «Акимов (руководитель Газпромбанка, сотрудничающего с «Иннопрактикой» – *авторы*) не делал заявлений *Reuters* о родственных связях Тихоновой». Самые крупные пики сообщений российских СМИ об «Иннопрактике» связаны в основном с подобного рода сюжетами (*рисунок б*).

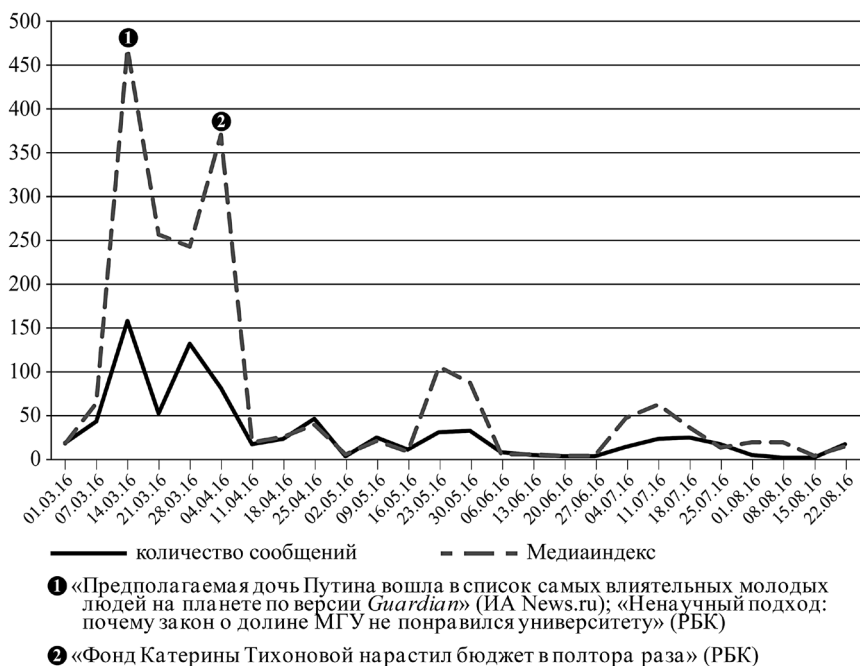


Рисунок 6. Динамика количества сообщений и Медиаиндекса в российских газетах, журналах, информационных агентствах, в Интернет-публикациях и на радио, посвященных обсуждению «Иннопрактики», март–август 2016 гг.

### Провинциальные «Сколково»: Жигулевская долина, Иннополис и другие

Столичные технопарки, широко освещаемые в СМИ в последние годы, – далеко не единственные и не самые старые среди существующих; в регионах России есть провинциальные технопарки, формально зарегистрированные в качестве таковых в последние полтора десятилетия, но уходящие корнями в знаменитые техноцентры советской эпохи: так, нижегородский технопарк «Саров» органично связан с ведущим советским ядерным центром (ВНИИЭФ), Жигулевская долина –

с крупнейшим российским автогигантом – «ВАЗом». Есть в регионах и технопарки, основанные, как подмосковное «Сколково», с нуля, ярким примером этого является Иннополис около Казани.

Отраженная в «Медиалогии» статистика упоминаний региональных технопарков во всех средствах массовой информации и в ТОП СМИ оказывается весьма разнонаправленной: слабее всего в масс-медиа воспроизводилась информация о технопарке «Саров», хотя он был основан еще в 2005 г. Возможно, это отчасти связано с сохранением за Саровом (бывшим советским Арзамасом-16) до настоящего времени статуса закрытого города<sup>8</sup>. В 2013–2016 гг. о технопарке «Саров» публиковались по 50–100 сообщений в общем потоке информации СМИ и по 1–2 в год в ТОП СМИ. Судя по суммарному Медиainдексу (таблица 3), российские масс-медиа уделяли «Сарову» примерно столько же внимания, сколько Киберджайе или Цукубе.

В 2010–2016 гг. о Жигулевской долине писали значительно чаще: ежегодно в общем потоке проходило по 1000–2000 сообщений; правда, в ТОП СМИ в период 2010–2014 гг. сообщения о ней появлялись по 15–25 в год, а потом почти также редко, как о «Сарове». Если информация о «Сарове» малозаметна, то информационный поток сообщений о Жигулевской долине вполне сопоставим с потоком сообщений, например, о московской «Иннопрактике».

Лучше всего в российских СМИ представлен Иннополис – амбициозный проект, инициированный администрацией Республики Татарстан в 2012 г. Этот «город высоких технологий», созданный с нуля и расположенный в получасе езды от Казани, позиционируется как образец успешного опыта крупнейшего в Восточной Европе технопарка в сфере высоких технологий, казанского «ИТ-парка», а в перспективе – как возможный филиал московского «Сколково».

Частота сообщений о нем в общем потоке регистрируемых «Медиалогией» в 2016 г. оказалась сопоставимой с частотой публикаций о «Сколково», а иногда (например, в начале июня 2016 г., когда в Иннополисе отмечался первый День города) даже превосходила ее (рисунок 7). Подобная ситуация удивительна, поскольку, в отличие от функционирующего «Сколково», Иннополис по состоянию на лето 2016 г. представлял собой лишь комплекс стройплощадок и пустых зданий, которые только готовились принять студентов, сотрудников фирм и жильцов (в конце 2016 г. в городе было прописано чуть более 100 чел.). Что касается наиболее значимых инфоповодов, то здесь в данных за 2016 г. наблюдалось значительное сходство со «Сколково» (таблица 4) – это информация об ожидаемых в будущем инновационных разработках данного технопарка и о текущих организационных мероприятиях (в данном случае – о проведении в Иннополисе в июле 2016 г. ежегодного международного образовательного форума «Летний кампус Президентской академии»).

Среди сообщений о региональных технопарках однозначно преобладает деловой стиль, характеризующий именно развитие технопарков, а не скандальные подробности действий правительственной администрации. Это хорошо заметно по названиям газетных статей с наиболее высокими МИ из ТОП СМИ: «Марс изучат под Казанью» (Иннополис), «История мультяшных “Белки и Стрелки” получит

<sup>8</sup> Технопарк находится в поселке Сатис за пределами закрытого административного территориального образования (ЗАТО), но организационно связан с ним.

продолжение – аниматоры создадут третий фильм) («Саров»), «Парк модернизационного периода» (Жигулевская долина). Что же касается коррупционных тем, которые нередко звучали в сообщениях о столичных технопарках, то в публикациях из регионов они почти не упоминаются.

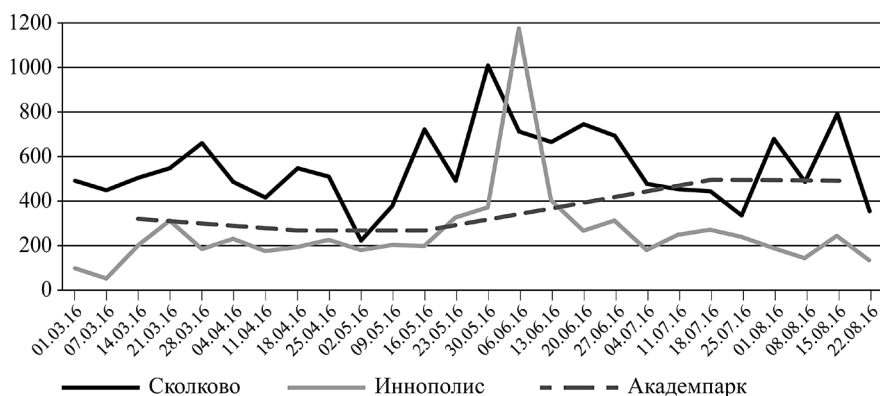


Рисунок 7. Динамика общего количества публикаций в российских газетах, журналах, информационных агентствах, в интернет-публикациях и на радио, посвященных обсуждению «Сколково» (Подмосковье), Иннополиса (Казань) и Академпарка (Новосибирск), март–август 2016 г.

Таблица 4. Сравнение характеристик дискурсов об отечественных региональных технопарках в российских СМИ, 2010-е гг.

Технопарки	Всего сообщений		Инфоповод сообщения, на которое чаще всего ссылались в СМИ	Инфоповод сообщения с самым высоким МИ	Суммарный МИ всех сообщений
	Оригинальные	Перепечатка			
Иннополис (Казань)*	3831	3048	Будущие инновационные разработки технопарка (2016 г.)	Проведение международного образовательного форума (2016 г.), МИ = 371,96	15495,17
Жигулевская долина (Тольятти)**	4974	5029	Открытие IT-парка «Жигулевская долина» (2014 г.)	Открытие IT-парка «Жигулевская долина» (2014 г.), МИ = 643,72	8712,46
Технопарк «Саров» (Саров)**	232	94	Расширение технопарка (2014 г.)	Инновационные разработки технопарка (2015 г.), МИ = 36,6	278,73
Академпарк (Новосибирск)*	1288	960	Инновационные разработки технопарка (2016 г.)	Инновационные разработки технопарка (2016 г.), МИ = 107,94	3284,28

\* Информация только за 2016 г.

\*\* Информация за 2011–2016 гг.

Видимо, низкое количество публикаций о деятельности технопарков вдали от Москвы является оборотной стороной делового характера этих упоминаний. В то же время здесь проявился «столицецентризм» российской жизни: поскольку с технопарками в российских регионах не связано никаких скандальных подробностей, столичные журналисты демонстрировали к ним конструктивно-деловой, но в то же время очень умеренный интерес.

### **Кривое зеркало успехов и провалов в освещении развития технопарков**

Постсоветская Россия является страной догоняющего развития, где роль главного организатора модернизации выполняет федеральное правительство. Высокая роль государства в экономике порождает постоянные споры о том, является ли она объективно-необходимой (именно так считают сторонники Президента России В.В. Путина), или же она, наоборот, подавляет способность гражданского общества к самостоятельному и более эффективному решению задач модернизации (так считают либеральные критики действий государственной администрации). Вероятно, в обеих позициях есть (хотя и в разной степени) доля истины. Главная проблема, по мнению авторов настоящей статьи, заключается в том, что столкновение этатизма и либерализма в современной России не столько помогает найти «золотую середину» между идеологическими крайностями, сколько подменяет вопросами идеологической конкуренции практические задачи национального технологического развития.

Федеральное правительство, иницируя и осуществляя долгосрочные программы, вынуждено торопиться с демонстрацией положительных результатов, однако выбор в начале 2010-х гг. подмосковного инновационного центра «Сколково» для демонстрации передового опыта, который мог бы играть роль «маяка» и стать примером для подражания другим регионам России, трудно назвать удачным. Специалисты считают, что между началом формирования инновационного кластера и стартом «потока инноваций» должно пройти примерно 15 лет. В качестве сравнения можно вспомнить классический пример Кремниевой долины: в Стэнфордском индустриальном парке, из которого вырос этот технополис, фирмы-арендаторы начали размещаться с 1953 г., а сам концепт «Кремниевая долина» как символ центра американской инноватики появился только в 1971 г. Если исходить из того, что новый подмосковный инновационный кластер будет формироваться аналогичными темпами, то существенных разработок следует ждать не ранее середины 2020-х гг.

Казалось бы, роль центра передового опыта могли более успешно выполнять технопарки, основанные раньше «Сколково», в 1990-х гг.: они имеют почти 25-летнюю историю и изначально связаны с крупными университетами (например, Технопарк университета ИТМО в Санкт-Петербурге) или НИИ (например, Технопарк промышленных технологий «Инновационно-технологический центр «КНИАТ» при Казанском НИИ авиатехнологий). Однако о существенных инновационно-технологических достижениях этих технопарков говорить не приходится. Причина, скорее всего, не только в «столицецентризме», когда столичные журналисты «не замечают» достижений технологической инноватики в далеких от Москвы регионах, но и в объективных факторах развития постсоветской транзитивной экономики, которые блокируют массовое генерирование таких достижений.



Как известно, до начала 2000-х гг. российская экономика переживала тяжелый структурный кризис, все организации и предприятия заботились не о развитии, а о выживании. Когда же в начале 2000-х гг. вслед за ростом мировых цен на энергоресурсы начался и подъем экономики, то обнаружилось, что российский бизнес проявляет низкий интерес к генерированию и внедрению новых технологий. В таких условиях становление технопарков в решающей степени зависело от государственного финансирования, а правительственный курс на стимулирование технологического развития сформировался только в 2010-е гг. В результате в настоящее время все технопарки – «старые» (основанные в 1990-е), «зрелые» (основанные в 2000-е) и «молодые» (основанные в 2010-е) – находятся в довольно близких условиях. Более того, правительство заинтересовано в демонстрации успешности именно тех технопарков, которые созданы по его инициативе, т.е. в последние 5–10 лет, поэтому «молодые» технопарки имеют преимущества (не только в финансировании, но и с точки зрения освещения в СМИ) перед «зрелыми» и «старыми».

На объективные трудности развития технопарков, связанные с реалиями догоняющего развития, накладываются проблемы, относящиеся к особенностям развития российского медиапространства. Популяризация новейших научных достижений всегда была для журналистов трудной задачей из-за необходимости доводить понятия и теории «высокой» науки до уровня понимания неспециалистов. В результате многократно в истории журналистики возникали ситуации, когда внимание СМИ было привлечено к экстравагантным, но не слишком продуктивным инноваторам (например, Николе Тесле в последние десятилетия его жизни) гораздо сильнее, чем к обычным труженикам НТР (например, Михаилу Пупину – современнику Теслы, такому же ученому-изобретателю и тоже американцу сербского происхождения).

В современной России персонализацию технологической инноватики осуществить невозможно ввиду отсутствия медийно-значимых персонажей<sup>9</sup>. В результате журналисты при освещении развития отечественных технопарков вынуждены либо излагать хронику рутинных текущих событий (строительство зданий, проведение конференций и других представительских мероприятий), либо связывать развитие технопарков с дискурсом критики российского этатизма. В первом случае сообщения не слишком интересны читателям и не очень тесно соотносятся с открытиями новых прикладных технологий. Во втором случае интерес читателей, безусловно, будет обеспечен, но на общественное мнение о российской технологической инноватике это окажет деструктивный эффект<sup>10</sup>: из-за подобных действий СМИ в российском обществе наряду с признанием необходимости «учиться у Кремниевой долины» широко распространены настроения в духе «наше правительство ничего сделать не может, все эти разговоры об инноватике – лишь повод для изъятия денег

<sup>9</sup> Единственной в современной России медийно-знаковой личностью, ассоциируемой с высокотехнологическими разработками, является Жорес Алферов, лауреат Нобелевской премии по физике 2000 г. Однако возраст (более 80 лет) и активное участие в левой (коммунистической) оппозиции делают его малопривлекательной фигурой для популяризации и в проправительственных, и в либеральных СМИ.

<sup>10</sup> От массовых СМИ, рассчитанных на обычных россиян, качественно отличаются профессиональные издания, предназначенные для специалистов и ориентированные на гораздо более адекватное отражение новостей технологического развития. Во время интервью с актерами технологической инноватики (руководителями бизнес-фирм) авторы данной статьи не раз убеждались, что они привыкли работать именно с профессиональными изданиями, практически не обращая внимания на «бульварную» прессу.

из бюджета». Даже если в такой точке зрения есть крупная истина, ее активная популяризация рискует вызвать эффект самосбывающегося прогноза.

При наличии компетентности в проблемах технологической инноватики российские журналисты могли бы включать в «повестку дня» и активно обсуждать многие проблемы современной НТР, значимые для обычных потребителей медийной продукции. Вопросы о том, с какими именно технологиями будет связан формирующийся шестой технологический уклад, каковы будут формы и последствия «четвертой промышленной революции», представляют огромный объективный интерес не только для молодежи, но и для людей средних лет, которым важно понимать, каким будет мир их пенсионного возраста. К сожалению, в настоящее время в публикациях российских СМИ о технопарках чаще всего речь идет об инноватике вообще, а не о том, какое именно направление (индустрия космоса, биоинженерия, атомная энергетика и т.д.) более перспективно и приоритетно. К этому добавляется суженный горизонт восприятия событий: окончание экономического кризиса, арест высокопоставленного коррупционера или выборы президента вызывают в современном российском медийном пространстве интерес на один-два порядка выше, чем любые сюжеты о технопарках.

## Заключение

Сформулируем финальные выводы проведенного исследования об отражении в российских СМИ 2010-х гг. дискурса о технопарках как центрах (кластерах) национальной технологической инноватики.

1. Анализ отражения в российских СМИ развития зарубежных технопарков показывает, что в российском медиапространстве сформирован устойчивый интерес к данному феномену, не зависящий от политических пертурбаций в отношениях России с другими странами. При этом следует учитывать, что конкретные зарубежные технопарки фигурируют в российских СМИ скорее как символы успехов или провалов технологической инноватики вообще, чем как носители практически значимого для России опыта выбора направлений совершенствования технологий, институтов взаимодействия науки и бизнеса, инструментов финансовой поддержки и т.д.

2. Роль главного национального символа политики стимулирования технологической инноватики в 2010-е гг. почти монополизировало подмосковное «Сколково». Все другие инновационные центры представлены в медиапространстве слабее и соотносятся с этим главным символом (как «второе Сколково» или как – в перспективе – филиал «Сколково»). В то же время конструирование имиджа этого символа оказалось частично обесценено как эффектом обманутых ожиданий объективно-невозможных быстрых успехов, так и конкретными коррупционными скандалами.

3. В российских СМИ освещается (хотя и гораздо слабее, чем «Сколково») деятельность и ряда других столичных и региональных инновационных центров. В частности, в 2016 г. с потоком сообщений о «Сколково» конкурировали публикации о казанском Иннополисе и новосибирском Академпарке. В отличие от «Сколково», их деятельность не вызывала в СМИ сколько-нибудь заметных коррупционных ассоциаций, масс-медиа освещали их в более конструктивно-деловом тоне.

4. В отечественных СМИ дискурс о развитии технопарков тесно связан с дискурсом о результативности политики этатизма – государственного стимулирова-

ния экономики и государственного контроля над экономикой. Это происходит в первую очередь потому, что в 2010-е гг. государство стало главным актором стимулирования в России развития (инициирования, строительства, финансирования) инновационных центров, в то время как другие акторы (университеты, НИИ, бизнес-структуры) играли гораздо более скромные роли. Таким образом, на освещение в российских СМИ вопросов развития национальных технопарков сильно влияет специфика России как страны догоняющего развития. В таких странах государство, с одной стороны, объективно должно нивелировать «провалы бизнеса», но, с другой стороны, оно само генерирует «провалы правительства». В связи с этим внимание СМИ часто переключается с вопросов выбора эффективных методов стимулирования технологической инноватики на проблемы эффективности этатизма как такового. Зависимость «повестки дня» от конкуренции проправительственной и пролиберальной идеологием еще более усиливает этот сдвиг.

5. Эффективность обсуждения в российских СМИ задач развития технопарков существенно снижается из-за недостаточной готовности многих производителей и потребителей информации к содержательным дискуссиям о путях развития современной НТР. В медиапространстве распространяется большое количество информации о проводимых в технопарках представительских мероприятиях (конференциях, форумах и т.д.), но мало конкретных публикаций о ключевых направлениях технологической инноватики и ожидаемых от нее результатах. СМИ отражают эту реальность не вполне зеркально, а в результате в общественном сознании россиян развитие технопарков воспринимается пока скорее как проект правительства, чем как подлинно национальный проект.

## Литература

- Антироссийски настроенные СМИ расставили по местам (2014) // Politonline.ru. 31 марта 2014 // <http://www.politonline.ru/comments/15966.html>
- Барсукова С.Ю., Коробкова А.Д. (2014) Вступление России в ВТО в зеркале российских печатных СМИ // *Экономическая социология*. Т. 15. № 4. С. 20–44.
- Винокурова Е. (2013) «Журналисты влюбились в Навального». «Газета.Ru» проанализировала, как СМИ освещают кампанию по выборам мэра Москвы // *Газета.ру*. 5 августа 2013 // [https://www.gazeta.ru/politics/2013/08/05\\_a\\_5541417.shtml](https://www.gazeta.ru/politics/2013/08/05_a_5541417.shtml)
- Вороной А.А., Манько П.М. (2007) Сравнительный анализ информационно-аналитических систем для обработки открытых источников информации // *Маркетинг и маркетинговые исследования*. № 3. С. 194–205.
- Дьякова Е.Г. (2003) Массовая политическая коммуникация в теории установления повестки дня: от эффекта к процессу // *Политические исследования*. № 3. С. 109–119.
- Казун А.Д. (2017) Как экономика в новостях влияет на новости в экономике? Обзор теорий о специфике и роли экономических дискуссий в СМИ // *Экономическая социология*. Т. 18. № 3. С. 97–129.
- Корня А. (2016) МГУ вместо «Сколково» // *Ведомости*. 9 марта 2016 // <http://www.pressreader.com/russia/vedomostipiter/20160309/281500750349014>
- Лагов Ю.В., Лагова Н.В. (2015) Сколково как инновационный центр: общее и особенное (историко-компаративистский подход) // *Вопросы регулирования экономики*. Т. 6. № 1. С. 37–45.
- Лагова Н.В., Лагов Ю.В. (2016) Инновационные площадки России – «хорошие и разные» (Часть первая) (структурный анализ) // *Социологическая наука и социальная практика*. № 1. С. 48–70.

- Молоковский Д.С., Нездюров А.Л. (2014) Перспективы использования автоматизированной системы мониторинга СМИ и медиа-анализа «Медиалогия» для политического прогнозирования // Перспективы развития информационных технологий. № 20. С. 56–67.
- Письменная Е., Гликин М., Резник И., Мокроусова И. (2013) У наукограда «Сколково» начались проблемы со следователями // Ведомости. 13 февраля 2013 // [http://www.vedomosti.ru/finance/articles/2013/02/13/u\\_skolkovo\\_oslab\\_immunitet](http://www.vedomosti.ru/finance/articles/2013/02/13/u_skolkovo_oslab_immunitet)
- Сальманов О. (2011) Кузница «гуглов» // Ведомости. 12 сентября 2011 // [http://www.vedomosti.ru/newspaper/articles/2011/09/12/kuznica\\_guglov](http://www.vedomosti.ru/newspaper/articles/2011/09/12/kuznica_guglov)
- Чернякова Е. (2016) «Медиана» и «Капюша»: Что изменится на рынке мониторинга СМИ // Prexplore.ru. 28 сентября 2016 // <https://prexplore.ru/media/chto-izmenitsya-na-rynke-monitoringa-smi>
- Фадеев П.В. (2017) Этнические группы Санкт-Петербурга в представлении СМИ // Мир России. Т. 26. № 1. С. 103–126.
- Cohen B. (1963) *The Press and Foreign Policy*. New York: Harcourt.
- Gackowski T. (2014) What Power Resides in the Mass Media? Typology of Media's Power – a Proposal // *Political Sciences*, vol. 17, no 4, pp. 109–141.
- McCombs M.E., Shaw D. (1972) The Agenda-Setting Function of Mass Media // *Public Opinion Quarterly*, vol. 36, no 2, pp. 176–187.
- McCombs M., Graber D., Weaver D. (1981) *Media Agenda-Setting in the Presidential Election*. New York: Praeger Scientific.
- McCombs M.E., Shaw D.L. (1993) The Evolution of Agenda-Setting Research: Twenty-Five Years in the Marketplace of Ideas // *Journal of Communication*, vol. 43, no 2, pp. 58–67.
- Perez C. (2002) *Technological Revolutions and Financial Capital: The Dynamics of Bubbles and Golden Ages*. Cheltenham: Elgar.
- Roll-Hansen N. (1994) Science, Politics and the Mass Media: On Biased Communication of Environmental Issues // *Science, Technology & Human Values*, vol. 19, no 3, pp. 324–341.
- Patil T., Ennis G.M. (2016) Silence as a Discourse in the Public Sphere: Media Representations of Australians Joining the Fight in Syria // *Social Alternatives*, vol. 35, no 1, pp. 40–46.
- Schudson M. (1984) News Media and Democratic Processing // *Society*, vol. 21, no 2, pp. 45–53.
- Spector M., Kitsuse J. (1987) *Constructing Social Problems*. New Brunswick, NJ: Transaction Publishers.

---



---

## Russian Technological Innovation in the Domestic Media (The Case of Technology Parks)

Yu. LATOV\*, N. LATOVA\*\*

\***Yury Latov** – DSc in Sociology, PhD in Economics, Leading Researcher, Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences; Professor, Financial University under the Government of the Russian Federation. Address: 5, Magadanskaya St., Moscow, 129345, Russian Federation. E-mail: [latov@mail.ru](mailto:latov@mail.ru)

\*\***Nataliya Latova** – PhD in Sociology, Senior Researcher, Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences. Address: 5, Magadanskaya St., Moscow, 129345, Russian Federation. E-mail: [myshona@rambler.ru](mailto:myshona@rambler.ru)

**Citation:** Latov Yu., Latova N. (2018) Russian Technological Innovation in the Domestic Media (The Case of Technology Parks). *Mir Rossii*, vol. 27, no 4, pp. 141–162 (in Russian). DOI: 10.17323/1811-038X-2018-27-4-141-162

## Abstract

This article focuses on the evolution of the discourse on the development of science and technology parks in the Russian media in recent years. The study draws on the results of content analysis using “Medialogia” software applied to a sample of leading Russian media. The authors find that a stable interest has formed in the development of foreign and Russian technology parks in the Russian media. The discourse on the development of technological parks is strongly related to the discourse on the effectiveness of statist policies. The main symbol of policies stimulating technological innovation was Skolkovo (Moscow Region). However, the construction and appreciation of this symbol in the media was partially devalued because of the unrealistic expectations of its rapid success and by several corruption scandals. Other technological parks (for example, Innopolis in Tatarstan) are covered more positively and constructively, although they are underrepresented in the media compared to Skolkovo. The authors note that media attention often shifts from discussing effective means of stimulating technological innovation to issues of the effectiveness of statist policies in general. However, such discussions are not useful given the lack of relevant competency among the producers and consumers of such information. As a result, the development of technological parks is currently perceived by the majority of Russians merely as one of the state’s initiatives rather than a national project.

**Key words:** technological innovation, technological parks, sociology of media, sociology of innovation, transition society, content analysis, discourse analysis

## References

- Antirossijskie nastroennye SMI rasstavili po mestam (2014) [Anti-Russian Media Made Things Clear]. *PolitOnLine.ru*, March 31, 2014. Available at: <http://www.politonline.ru/comments/15966.html>, accessed 30 June 2018.
- Barsukova S.Yu., Korobkova A.D. (2014) Vstuplenie Rossii v VTO v zerkale rossijskikh pechatnykh SMI [Russia’s Accession to WTO in the Mirror of Russian Print Media]. *Ekonomicheskaya sotsiologiya*, no 4, pp. 20–44.
- Chernyakova E. (2016) «Mediana» i «Katyusha»: Chto izmenitsya na rynke monitoringa SMI [“Mediana” and “Katyusha”: What Will Change in the Media Monitoring Market]. *Prexplore.ru*, September 28, 2016. Available at: <https://prexplore.ru/media/chto-izmenitsya-na-rynke-monitoringa-smi>, accessed 30 June 2018.
- Cohen B. (1963) *The Press and Foreign Policy*. New York: Harcourt.
- Dyakova Y.G. (2003) Massovaya politicheskaya kommunikatsiya v teorii ustanovleniya povestki dnya: ot efekta k protsessu [Mass Political Communication in the Agenda-Setting Theory: from Effect to Process]. *Politicheskie issledovaniya*, no 3, pp. 109–119.
- Fadeev P.V. (2017) Etnicheskie gruppy Sankt-Peterburga v predstavlenii SMI [The Perception of Different Ethnic Groups in the Mass Media of Saint Petersburg]. *Mir Rossii*, no 1, pp. 103–126.
- Gackowski T. (2014) What Power Resides in the Mass Media? Typology of Media’s Power – a Proposal. *Political Sciences*, vol. 17, no 4, pp. 109–141.
- Kazun A. (2017) Kak ekonomika v novostyakh vliyaet na novosti v ekonomike? Obzor teoriy o spetsifike i roli ekonomicheskikh diskussij v SMI [How Does Economy in the News

- Affect the News in Economy? A Review of Theories on the Specific Features and the Role of Economic Discussions in the Media]. *Ekonomicheskaya sotsiologiya*, no 3, pp. 97–129.
- Kornya A. (2016) MGU v mesto «Skolkovo» [MSU Instead of Skolkovo]. *Vedomosti*, March 9, 2016. Available at: <http://www.pressreader.com/russia/vedomosti/20160309/281500750349014>, accessed 30 June 2018.
- Latov Yu., Latova N. (2015) Skolkovo kak innovatsionnyj syentr: obshchee i osobennoe (istoriko-komparativistskij podhod) [Skolkovo as an Innovation Center: the General and the Special (A Historical Comparative Approach)]. *Voprosy regulirovanya ekonomiki*, no 1, pp. 37–45.
- Latov Yu., Latova N. (2016) Innovatsionnye ploshchadki Rossii – «khoroshie i raznye» [Innovative Platforms of Russia – “Good and Various” (Part I) (Structural Analysis)]. *Sotsiologicheskaya nauka i sotsial'naya praktika*, no 1, pp. 48–70.
- McCombs M.E., Shaw D. (1972) *The Agenda-Setting Function of Mass Media*. *Public Opinion Quarterly*, vol. 36, no 2, pp. 176–187.
- McCombs M., Graber D., Weaver D. (1981) *Media Agenda-Setting in the Presidential Election*. New York: Praeger Scientific.
- McCombs M.E., Shaw D.L. (1993) The Evolution of Agenda-Setting Research: Twenty-Five Years in the Marketplace of Ideas. *Journal of Communication*, vol. 43, no 2, pp. 58–67.
- Molokovskiy D.S., Nezdyurov A.L. (2014) Perspektivy ispol'zovaniya avtomatizirovannoy sistemy monitoringa SMI i media-analiza «Medialogiya» dlya politicheskogo prognozirovaniya [The Prospects of Using the Automated System “Medialogy” for Monitoring the Media and Conducting Media Analysis for the Purposes of Political Forecasting]. *Perspektivy razvitiya informatsionnykh tekhnologiy*, no 20, pp. 56–67.
- Patil T., Ennis G.M. (2016) Silence as a Discourse in the Public Sphere: Media Representations of Australians Joining the Fight in Syria. *Social Alternatives*, vol. 35, no 1, pp. 40–46.
- Perez C. (2002) *Technological Revolutions and Financial Capital: The Dynamics of bubbles and Golden Ages*. Cheltenham: Elgar.
- Pis'mennaya E., Glikin M., Reznik I., Mokrousova I. (2013) U naukograda «Skolkovo» nachalis' problemy so sledovatelyami [The Science City of “Skolkovo” Has Problems with Investigators]. *Vedomosti*, February 13, 2013. Available at: [http://www.vedomosti.ru/finance/articles/2013/02/13/u\\_skolkovo\\_oslab\\_immunitet](http://www.vedomosti.ru/finance/articles/2013/02/13/u_skolkovo_oslab_immunitet), accessed 30 June 2018.
- Roll-Hansen N. (1994) Science, Politics and the Mass Media: On Biased Communication of Environmental Issues. *Science, Technology & Human Values*, vol. 19, no 3, pp. 324–341.
- Sal'manov O. (2011) Kuznitsa «guglov» [Google's Forge]. *Vedomosti*, September 12, 2011. Available at: [http://www.vedomosti.ru/newspaper/articles/2011/09/12/kuznitsa\\_guglov](http://www.vedomosti.ru/newspaper/articles/2011/09/12/kuznitsa_guglov), accessed 30 June 2018.
- Schudson M. (1984) News Media and Democratic Processing. *Society*, vol. 21, no 2, pp. 45–53.
- Spector M., Kitsuse J. (1987) *Constructing Social Problems*. New Brunswick, NJ: Transaction Publishers.
- Vinokurova E. (2013) «Zhurnalisty vlyubilis' v Naval'nogo». «Gazeta.Ru» proanalizirovala, kak SMI osveshchayut kampaniyu po vyboram mera Moskvy [“Journalists Fell in Love with Navalny”. “Gazeta.ru” Analyzed how the Media Cover the Election Campaign of the Mayor of Moscow]. *Gazeta.ru*, August 5. Available at: [https://www.gazeta.ru/politics/2013/08/05\\_a\\_5541417.shtml](https://www.gazeta.ru/politics/2013/08/05_a_5541417.shtml), accessed 30 June 2018.
- Voronoj A.A., Man'ko P.M. (2007) Sravnitel'nyj analiz informatsionno-analiticheskikh sistem dlya obrabotki otkrytykh istochnikov informatsii [Comparative Analysis of Information and Analytical Systems for Processing Open Sources of Information]. *Marketing and Marketing Research*, no 3, pp. 194–205.