

Актуальные медиаканалы современных российских планетариев

Козловская Екатерина Владимировна

Студент (магистр)

Новосибирский национальный исследовательский государственный университет,

Новосибирск, Россия

E-mail: katerinkvsk@ya.ru

В 2023 году мир отметит 100-летие с момента изобретения первого планетария. Спустя целый век, планетарий остается местом передачи знаний о космосе для широкой аудитории. Вместе с тем, цифровизация и интернетизация общества позволяет планетариям XXI века задействовать иные информационные каналы, становится “ближе” к своей аудитории и осваивать новые формы популяризации научных знаний (4).

Собственные медиаканалы планетариев условно можно разделить на внутренние и внешние: те, которые доступны только в планетарии и те, что доступны вне него. Развитию внешних медиаканалов с 2020 года способствовала пандемия COVID-19, которая актуализировала необходимость использования дистанционных форм связи с аудиторией (3).

Сравнительный анализ информационных каналов и их контента проводился по выборке из четырех планетариев (Кировский, Нижегородский, Новосибирский, Ярославский), схожих по техническим параметрам Звездного зала и инструментам создания медиапродуктов и поддержания каналов коммуникации.

Первым внешним медиаканалом всех планетариев являются их официальные сайты, которые отличаются по визуальному оформлению и “длине” главной страницы. На трех сайтах (кроме Кировского) работают встроенные слайдеры с актуальными программами, лишь у двух планетариев (Нижний Новгород и Ярославль) в “шапку” страницы вынесены основные контакты. Все сайты имеют версию для слабовидящих, только два сайта имеют мобильную версию (Киров, Новосибирск) и всего один предлагает переход на англоязычную страницу (Ярославль), но с устаревшей и неполной информацией. На всех сайтах встроены активные ссылки перехода на социальные сети планетариев, но лишь в половине случаев (Нижний Новгород, Киров) они размещены на главной странице и видны сразу. Анализируемые планетарии стремятся поддерживать на своих сайтах полную информацию о своей деятельности, но в силу расположения ее на многостраничной структуре, для пользователя она выглядит запутанной и неудобной.

Более понятными, свободными по формам реализации и действенным с позиции информирования аудитории и налаживания с ней прямого контакта для планетариев становятся социальные медиа, которые в формировании общей медиасистемы современных планетариев занимают ключевую роль.

Наиболее распространенным медиаканалом среди них выступает сеть ВКонтакте, где активные группы есть у всех планетариев выборки. Их контент может быть поделен на два направления публикаций с точки зрения их содержания: охватывающие деятельность учреждения (анонсы, итоги мероприятий, расписание программ, достижения планетария и т.д.) и познавательно-информационные посты (интересные факты и новости астрономии и космонавтики, анонс астрономических событий и т.п.). В некоторых случаях вводится рубрикация и отмечается периодичность постов. Основной контент создается планетариями самостоятельно, репосты с других групп встречаются не часто. Среднее количество публикаций в день составляет от 1 до 2 у Новосибирского и Ярославского планетария и 3-4 сообщения у Кировского и Нижегородского.

Среди мультимедийных ресурсов ВКонтакте, все планетарии выборки заполняют плейлисты аудиозаписями: авторские композиции из программ планетария (Нижегородский, Ярославский), цикл коротких аудиоответов на вопросы о космосе (Кировский). У Новосибирского планетария выходят регулярные аудиоподкасты (“Подкаст наблюдателя”, “Планета ФМ”). Видеораздел представлен роликами о планетариях, записями лекций, информационными слайдшоу.

До марта 2022 года активный медиаканалом, популярным у пользователей, выступал Instagram (является продуктом организации Meta, признан экстремистским и запрещен на территории РФ), аккаунты в котором были у 3 из 4 планетариев выборки, но современных условиях они не могут выступать официальным каналом.

Еще одним актуальным медиаресурсом современных планетариев выступают YouTube-каналы (представлены у 3 из 4 планетариев, кроме Ярославля), которые являются рабочим инструментом в продвижении и популяризации знаний об астрономии и космонавтике на широкую аудиторию. Все каналы выборки представляют трансляции и записи научно-популярных лекций. На каналах Кировского и Новосибирского есть короткие видеоролики обучающихся студий этих планетариев. Также у Кировского есть тематические ролики по актуальным событиям космоса (“Время космоса”). Новосибирский планетарий выделяет плейлисты с тематическими медиапродуктами: научной программой “Есть вопрос?”, онлайн-проектом для школьников о космонавтике “Космическая среда” и серией записей прямых “Вечерних астрономических эфиров”. Одним из популярных и развиваемых медиапродуктов планетариев с 2020 года стали астрономические онлайн-наблюдения (Новосибирский и Нижегородский).

Традиционной формой внутреннего медиаканала планетариев выступают купольные лекции о звездном небе. С созданием цифрового проекционного оборудования, планетариям XXI века стала доступна новая специфичная медиаформа - полнокупольный контент, который может быть научно-популярного и иного содержания (1, 2). В России производством полнокупольного контента занимается всего несколько планетариев, три из которых присутствуют в изучаемой выборке. Нижегородский и Ярославский планетарии выступают активными создателями собственного контента (программы о космосе, мультфильмы), который демонстрируется на своей площадке, участвует в фестивалях полнокупольного кино и продается в другие планетарии. У Новосибирского планетария фильмов немного, но имеется уникальная форма театрализованных представлений с разработанным под них куполом, которая уже была закуплена двумя другими планетариями.

Создание собственного полнокупольного контента является перспективным видом деятельности планетариев XXI века. Но наряду с этим, поддержание внешней коммуникации в аудитории, создание новых медиапродуктов и выход за рамки своего физического расположения также является одним из основных и более доступных способов актуальной массмедийной деятельности современных российских планетариев.

Источники и литература

- 1) Agnès Acker. Planetariums, theatres of the Universe // Proceedings of the IAUUnion. January 2009. 5(S260): 465–474.
- 2) Ed Lantz. Planetarium of the Future // Curator The Museum Journal. 2011. 54(3): 293–312.
- 3) Maren Kiessling and Joyce “JT” Towne. Marketing Analysis for Planetariums // Planetarian. 2021. Vol.50, № 2: 28–31, 64.
- 4) Mark U. SubbaRao. Effectively Coordinating Museums and Planetariums Worldwide // Proceedings of the IAU. 2018. Vol.14: 536–541.