

**Поп-наука как феномен общества потребления**

**Харина Наталья Сергеевна**

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Москва, Россия

*E-mail: natalyharina@mail.ru*

Актуальность темы исследования обусловлена рядом тенденций, наблюдающихся в современной науке в области ее популяризации.

Популярная наука - это коммуникация между ученым-специалистом и неспециалистом. При такой коммуникации квалифицированное изложение сочетается с простотой формы. Научно-популярный текст имеет целый ряд принципиальных отличий от академического. Системно-связующий контекст, обязательный при профессиональной коммуникации, отсутствует. Так же по всем канонам отсутствуют или минимизированы интертекстуальные связи.

В докладе приводится анализ формирования новой формы популярной науки - поп-науки. В целом термин «поп-наука» получил распространение через социальной практики, нежели как теоретический конструкт философов и социологов науки. Ее исследовали Минеев В.В. и Флиер А.Я. Минеев В.В. под поп-наукой, однако, понимает область научного знания, близкую к лже-науке, встраивая ее скорее в эпистемологическую структуру науки, нежели в систему научной коммуникации.

Поп-наука - это наиболее простая и низкоконтекстная форма популяризации научного знания, возникшая как следствие медиатизации науки и всеобщего интереса к научному знанию. Представляет собой своеобразный жанр научного поиска, сосредоточенного не только на производстве нового знания как такового, сколько на создании новых экстравагантных и сенсационных интерпретаций уже находящегося в научном обороте знания.

Общество потребления сформировало ряд предпосылок, изменяющих отношение массовой аудитории к научно-популярным медиапродуктам. Возникший термин «медиапотребление» по отношению к популярным научным изданиям неслучаен. Чтобы правильно «потреблять» продукты поп-науки, необходимо понимание их символического содержания. Однако для этого все меньше и меньше требуется понимание специально-научных терминов. Как правило, их трактовка предоставляется читателю в самом тексте, а наиболее сложные моменты избегаются. Медиапотребление - это интерпретационный процесс. Индивиды, получающие медиапродукты, вовлечены в процесс интерпретации. Существует запрос на сенсационные и экстравагантные интерпретации знания, а так же требования к социальной значимости поп-научного продукта.

Наблюдаются изменения в композиционной структуре научно-популярного текста. Названия научных работ, ориентированных на широкую аудиторию, приобретают характер экстравагантности, эпатажа. Научные термины все более проникают в речь, причем их использование обусловлено повседневными практиками, они выступают как образные средства в повседневной коммуникации. В разнообразных медиа-продуктах - кино, сериалах, контенте социальных медиа - возрастает доля поп-научного контента. Увеличивается частота использования экспрессивных синтаксических средств: вопросно-ответных комплексов, эмоционально-оценочных единиц, образных средств.

Список литературы

1. Иванов, Д. В. Глэм-капитализм. СПб., 2008.

2. Коломиец В.П. Медиа среда и медиапотребление в современном российском обществе // Социологические исследования. 2010. № 1. С. 58-66.
3. Минеев В.В. Введение в историю и философию науки: учебник для вузов. Краснояр. гос. пед. ун-т им. В.П. Астафьева. - Красноярск, 2008. - 440 с.
4. Фейерабенд П. Наука в свободном обществе. М., 1978.
5. Флиер А. Я. Поп-наука: между познанием и развлечением // Знание. Понимание. Умение. 2013. № 1. С. 32-44.
6. Чернявская В.Е. Интерпретация научного текста 5-е изд. - М.: УРСС, 2010.