

**Давлетишина Светлана Ринатовна**

магистрант

ФГБОУ ВО «Магнитогорский государственный  
технический университет им. Г.И. Носова»

г. Магнитогорск, Челябинская область

## **ПУБЛИЦИСТИКА В ПОПУЛЯРИЗАЦИИ НАУКИ**

***Аннотация:** в данной статье выявлена тенденция современной популяризации научных знаний, заключающаяся в использовании приемов инфотейнмента при подготовке книжных изданий. Приемы, применяемые в публицистике, аналогично используются при создании кваллоидов: ограничение текстов и доминирование иллюстраций.*

***Ключевые слова:** популяризация, наука, публицистика, инфотейнмент, кваллоид, книга.*

В результате стремительного развития науки между представителями научного сообщества и «обычным» человеком усиливается непонимание.

Это непонимание призвана частично устранять популяризация науки. Популяризация естественных наук в современных условиях осуществляется во многом публицистами в теле- и радиопередачах, интернет-сайтах, журналах. «Самым эффективным каналом для распространения просветительских идей на широкую читательскую аудиторию стали журналы» [2, с. 248]. Среди них важное место продолжает занимать научно-популярная книга. Однако ныне такая книга нередко перестает быть публикацией фундаментального труда, представляющего собой целостный, единый текст достаточно большого объема. Ныне наряду с подобным подходом замечен иной, заключающийся в использовании принципов и методов существенно влияющего сегодня на культуру инфотейнмента, предполагающего донесение до читателя серьезной информации в развлекательной форме [1, с. 78]. В итоге научно-популярная книга по естествознанию становится похожей на кваллоид. Для кваллоидов характерна так называемая «бульварная форма». Вот как описывает ее А.В. Прытков: «Бульварная»

форма – обилие иллюстраций, использование нестандартной верстки, простой язык изложения (для кваллоидов, как и для развлекательной прессы важно, чтобы текст был понятен, условно говоря, и академиком, и грузчиком; но язык кваллоидов при этом не вульгарен)...» [5, с. 205].

А.Г. Пастухов отмечает: «Сами медиа по-разному учитывают и фокусируют различные темы научного и образовательного обихода. Так, массовая пресса стремится найти очевидный и быстрый резонанс и использует соответствующие формы журналистики: краткие крупные заголовки, бросающиеся в глаза темы, «размытая» информация и т. п. Такое смещение свидетельствует о тенденции к бульваризации знания в медиа. Имевшее ранее отрицательную коннотацию понятие «бульваризация» ныне является неременной чертой массовой культуры... Возникает резонный вопрос, каким образом здесь обнаруживается... обратная связь... по отношению к научной или учебной информации, как она находит своих «потребителей», и насколько возможно реализовать наиболее убедительный «инфотейнмент» в науке» [4, с. 186].

Сочетание в современной научно-популярной книге по естествознанию небольших разрозненных текстов и больших иллюстраций должно передавать весьма сложное содержание. Книга приобретает некоторые черты журнала и газеты. Вместе с новой формой книжная популяризация естествознания получает и новое качество – калейдоскопичность, в результате чего в памяти читателя складывается мозаичная картинка. Фундаментальность размывается, однако это почти единственный способ привлечь и удержать внимание читателей, которых фундаментальность пугает.

Наиболее активно инфотейнмент используют московские издательства «БИНОМ. Лаборатория знаний» и «РИПОЛ классик». Первое в 2013 году выпустило издание «Твиты о Вселенной: Микроблоги о макропроблемах», авторы которого преодолели длинный путь от книжной страницы размером в 275 слов к всего лишь 140 символам. Читатели знакомятся с ключевыми понятиями определенной отрасли науки, узнают основные вехи истории их появления и развития, имена и факты из жизни ученых, внесших вклад в это развитие.

Книги, созданные с ориентацией на инфотейнмент, обычно воспринимаются как эстетический объект, могут выступать в роли подарка и предмета коллекционирования. Например, в книге «Химия за 30 секунд» читатель может узнать о химических элементах, о древностях Египта, космических явлениях и т. д.

Некоторые исследователи обращают внимание на новую для форм популяризации науки тенденцию – усиление рекреативного начала. Соединение информативности и развлекательности – важный признак инфотейнмента [3, с. 11].

Таким образом, интертейнмент вводится в научно-популярные книжные издания естественнонаучной тематики в контекст современной массовой культуры. С нашей точки зрения, это дает возможность приблизить «обычного» человека к объектам и явлениям природы, понять её устройство с научной точки зрения.

### ***Список литературы***

1. Богданова Е.М. Феномен инфотейнмента в развитии культуры постмодернизма. – М: Лум, 2012. – С. 76–80.
2. Колесникова О.Ю. У истоков бюргерской культуры: моралистические еженедельники И. К. Готшеда. Проблемы истории, филологии, культуры / О.Ю. Колесникова, М.Л. Скворцова, С.В. Харитонова. – 2015. – №4 (50). – С. 248–253.
3. Лагутина О.В. Массовая, «желтая», бульварная пресса: к вопросу разграничения понятий. – Курск: Известия Юго-Западного государственного университета, 2013. – С. 7–15.
4. Пастухов А.Г. Инфотейнмент и эдутейнмент: цифровые медиа против бумажных? – М.: Гос. ин-т рус. яз. им. А.С. Пушкина, 2012. – С. 183–193.
5. Прытков А.В. Квалоид как тип СМИ. – Воронеж: Вестник Воронежского государственного университета, 2012. – С. 202–206.