

«УТВЕРЖДАЮ

Врио проректора по стратегическому
развитию, науке и инновациямФГАОУ ВО «Белгородский
государственный национальный
исследовательский университет»

И.М. Игнатенко



_____ 2026 года

ОТЗЫВ ВЕДУЩЕЙ ОРГАНИЗАЦИИ

ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет» (НИУ «БелГУ») о диссертации Савельева Алексея Сергеевича «ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ НАУКИ В ФОРМАТЕ ВИДЕОБЛОГА: АВТОРСКИЕ СТРАТЕГИИ» на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.9. Медиакommunikации и журналистика

В условиях форсированной цифровизации интеллектуальной сферы общества и повышения общественного интереса к науке и ее достижениям исследователи особое внимание уделяют процессам и механизмам распространения научных знаний среди широкого круга не имеющих в той или иной сфере специального образования людей. Одному из актуальных аспектов этой проблематики, а именно коммуникативным стратегиям, которые использует автор видеоблога с целью реализации формулируемых им задач, и посвящено исследование Савельева Алексея Сергеевича «Популяризация науки в формате видеоблога: авторские стратегии», выполненное на кафедре журналистики федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого» (научный руководитель Шмелёва Татьяна Викторовна, доктор филологических наук, профессор; профессор кафедры журналистики ФГБОУ ВО «Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого»).

Актуальность диссертационного исследования Савельева Алексея Сергеевича не вызывает сомнений: она обусловлена, с одной стороны, необходимостью изучения все набирающего силу процесса цифровизации, который охватил все сферы жизни и деятельности современного человека и стал одним из ключевых факторов формирования его ценностно-смыслового пространства, его культурной и мировоззренческой идентичности, а с другой – необходимостью осмысления популяризации научного знания среди широкой публики как важнейшего культурного и педагогического процесса, как практики, являющейся важнейшим условием не только эффективного функционирова-

ния всех институтов общества, но и, на что справедливо указывают исследователи, «научно-технологической безопасности России как суверенного государства» (Дускаева Л.Р., Иванова Л.Ю., Пую А.С. Научная популяризация в медиа как социально-коммуникативная практика: выражение резистентности // Медиалингвистика. 2024. № 2). Сегодня в аспекте распространения научного знания особенно заметной стала роль научных блогеров, активно отвечающих на потребность разных слоев населения в получении в доступной для них и увлекательной форме достоверных, научных знаний. Исследование А.С. Савельева «Популяризация науки в формате видеоблога: авторские стратегии» нацелено на изучение цифровых (сетевых) контекстов научно-популярной коммуникации и «*коммуникативное портретирование авторов видеоблогов... в аспекте общих закономерностей и индивидуальных особенностей их речевых стратегий*» (с. 8).

В качестве теоретико-методологической основы в диссертационном исследовании принята разработанная О. С. Иссерс концепция коммуникативных стратегий и речевых тактик, ставшая также ключевой концептуальной идеей для составления анкеты стратегического репертуара (см. Приложение, с. 230), с помощью которой осуществлялся анализ авторских стратегий в корпусе рассматриваемых медиатекстов.

Структура диссертационного исследования логически выверена и включает введение, три главы, заключение, список литературы и источников, а также 11 приложений. Во введении четко обоснована актуальность, обозначены объект, предмет, цели, задачи, методы исследования, сформулирована гипотеза, изложены основные положения, выносимые на защиту.

В первой главе «*Теоретические основы изучения научно-популярной медиакоммуникации*» (с. 21-59) анализируются ключевые для понимания процесса популяризации науки понятия, такие, как *коммуникация, медиакоммуникация, научно-популярная медиакоммуникация, научно-популярный дискурс, медиадискурс, медиатекст*.

Научно-популярная медиакоммуникация рассматривается диссертантом как «*коммуникативное пространство, в рамках которого через использование технических средств коммуникации осуществляется процесс взаимодействия и распространения среди различных групп и индивидуумов специально подготовленных доступных для массовой аудитории сообщений на научную тематику, представляющих социальную и личную значимость*» (с. 33).

В главе анализируются существующие подходы к пониманию научно-популярного-дискурса. Автор диссертационного исследования приходит к аргументированному выводу о том, что «*научно-популярный дискурс можно рассматривать как отдельный дискурс, однако обязательно смежный с научным... Научно-популярный дискурс... стремится сделать научные идеи доступными для широкой аудитории. Перед ним не стоит цели развития научной мысли, его основная задача – повысить интерес широкой аудитории к*

науке и помочь людям понять её основные идеи, не углубляясь в профессиональные детали... Научно-популярный дискурс... представляет собой отдельный дискурс, имеющий свои собственные методы, цели и аудиторию» (с. 40).

Во второй главе «*Современные практики популяризации науки*» (с. 60-95) анализируются особенности видеоблога как канала научно-популярной медиакommunikации, в котором просматриваются разные авторские типажи с присущими им репертуарами коммуникативных стратегий.

В главе представлена разработанная автором диссертационного исследования и заслуживающая внимания типология форматов научно-популярной медиакommunikации, среди которых выделяются традиционные (включающие периодическую и непериодическую печать, радио, телевидение и популяризаторские объединения) и цифровые (цифровые версии традиционных медиаформатов, уникальные цифровые проекты, а также пользовательские блоги как их подтип) медиаформаты.

Диссертант справедливо полагает, что в хронологическом аспекте первым типом автора в научно-популярном дискурсе является «*популяризатор-учёный*» (что не вызывает сомнений, поскольку именно ученый как представитель научно-исследовательского сообщества является непосредственным субъектом научного познания), вторым – «*популяризатор-журналист*» (что логично в контексте повышающегося интереса общества к научной сфере и миссии журналиста служить общественным интересам, передавать востребованную обществом информацию), третьим – «*популяризатор-аматор*», или энтузиаст-любитель (что связано с низким порогом входа в статус автора в условиях форсированного развития сетевых информационно-цифровых технологий и, соответственно, высокой вовлечённостью пользователей интернета в процесс формирования научно-популярного медиадискурса).

Третья глава «*Стратегический репертуар автора научно-популярного видеоблога*» (с. 96-195) содержит результаты проведённого анализа стратегического репертуара (в когнитивном, прагматическом, диалоговом, риторическом типах стратегий) авторов видеоблогов – «*популяризатора-учёного*», «*популяризатора-журналиста*», «*популяризатора-аматора*». Скрупулезный анализ богатого фактологического материала позволяет установить, что, несмотря на объединяющий их общий статус автора-популяризатора науки, их знания, ценности, манера общения, стиль речи, их мотивации существенно различаются. Как замечает диссертант, «*популяризатор-учёный, как правило, обладает глубокими знаниями в своей области и стремится донести сложные концепции до широкой аудитории, сохраняя научную точность и авторитет. Популяризатор-журналист использует умения работы в массовой коммуникации для создания доступных и привлекательных текстов, часто опираясь на журналистский стиль подачи информации. Тогда как популяризатор-аматор – это увлечённый наукой энтузиаст, который, с одной стороны, не обладает ни научными познаниями, ни журналистскими навыками коммуникации, а с другой стороны – именно поэтому в меньшей степени зависим от устоявшихся паттернов коммуникации, обусловленных его идентичностью*» (с. 96).

Отметим, что представленная в диссертационном исследовании методика анализа видеотекстов использовалась в рамках грантов, поддержанных РФФИ: (1) Проект Российского научного фонда № 24-18-00371 «Дискурсивные практики в сфере здравоохранения и направления их оптимизации: лингвистические и этико-правовые аспекты», <https://rscf.ru/project/24-18-00371/> (Руководитель: Иссерс Оксана Сергеевна, доктор филологических наук, профессор Омского государственного университета имени Ф.М. Достоевского); (2) Проект Российского научного фонда и Правительства Новгородской области № 24-28-20290 «Полифактурность медиатекста в условиях цифровизации при решении социальных и культурных задач», <https://rscf.ru/project/24-28-20290/> (Руководитель: Шмелёва Татьяна Викторовна, доктор филологических наук, Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого).

Исследование отличительных особенностей языковой личности автора-популяризатора проводилось через выявление способов языковой реализации выбранных им коммуникативных стратегий. Полученные результаты фиксировались в разработанной диссертантом индивидуальной анкете стратегического репертуара (с. 198) автора научно-популярного медиадискурса (Приложения 2-10).

Сформулированные в исследовании цели достигнуты, задачи успешно решены. Диссертантом установлено, что особенности научной популяризации формируют стандарты идиостиля автора-популяризатора, побуждая его следовать устоявшимся, проверенным временем практикам решения стоящих перед ним задач. В качестве ключевой особенности идиостиля автора-популяризатора рассматривается способность представить и доступно, простым языком объяснить широкой аудитории сложные научные концепции и идеи. Все типы автора в научно-популярном дискурсе, как отмечает диссертант, используют когнитивную стратегию аргументации и обоснования фактов, а также прагматическую стратегию формирования эмоционального настроения и риторическую стратегию привлечения внимания, что выражается в широком использовании особых выразительных средств и стилистических приемов, направленных на установление и поддержание связи с аудиторией. В диссертационном исследовании представлено 9 портретов авторов-популяризаторов, иллюстрирующих все выявленные типы авторов-популяризаторов.

Научная новизна диссертационного исследования Савельева Алексея Сергеевича заключается в том, что впервые предлагается комплексная типология форматов научно-популярной медиакommunikации, а также выделяются в научно-популярном видеоблогинге авторские типы и систематизируются репертуары их коммуникативных стратегий.

Теоретическая значимость исследования заключается в разработке комплексного подхода к анализу коммуникативных стратегий авторов научно-популярного медиадискурса в цифровой среде, что имеет несомненную значимость для цифровой дискурсологии. Исследование углубляет научное представление о механизмах цифровой популяризации, уточняет понимание сущности научно-популярного медиадискурса и его ключевых характеристик,

позволяет увидеть основные авторские типы и особенности их стратегических репертуаров.

Практическая значимость работы заключается в том, что ее результаты и выводы могут быть использованы в профессиональной деятельности тех, кто занимается вопросами просвещения, популяризации и цифровой экологии, а также в практике преподавания вузовских дисциплин по профилю подготовки «Журналистика и культура общества», «Журналистика в цифровом обществе», «Научно-популярная журналистика». Кроме того, результаты исследования свидетельствуют о необходимости повышения значимости преподавания в вузе дисциплин, связанных с вопросами просвещения и популяризации. Собранный и систематизированный диссертантом теоретический (151 позиция в списке научной литературы) и фактологический материал (134 разножанровых, опубликованных в 2023 году видеотекста общей продолжительностью более 88 часов с участием 9 авторов-популяризаторов разных типов) мог бы стать, на наш взгляд, хорошей базой для дальнейшей разработки программы такой учебной дисциплины, как «Теория и практика популяризации науки».

Личный вклад автора диссертационного исследования представлен в ключевых выводах и в семи выносимых на защиту и соответствующих пунктам 1, 4, 5 и 6 Паспорта специальности 5.9.9. – Медиакоммуникации и журналистика положениях (с.15-16), которые не вызывают возражений, они отражают основные научные результаты работы, являются конкретными, аргументированными и доказательными. Одно из положений, выносимых на защиту (*«Современные авторские типы научно-популярной медиакоммуникации, с одной стороны, отражают определённый экстралингвистический фон, проявляющийся в устоявшихся в научной популяризации традициях, а, с другой, – привносят в медиадискурс свои индивидуальные особенности подачи информации, что свидетельствует как о сохранении преемственности неписанного популяризаторского стандарта, так и о развитии новых подходов к популяризации научных знаний»*), хотелось бы проиллюстрировать словами В.К. Харченко, доктора филологических наук, профессора кафедры русского языка и русской литературы НИУ «БелГУ»: *«вот почему я и повернулась к научно-популярной стезе... писать надо так, чтобы понял даже тот, которому не хочется ничего понимать»* (Харченко В. К. Язык настроения . М., ИНФРА-М., 2022).

Все сказанное позволяет высоко оценить вклад диссертанта в развитие дискурсивных исследований, в осмысление видеоблога как формы научно-популярной медиакоммуникации, в центре которой находится автор-популяризатор и применяемые им коммуникативные стратегии. Бесспорные достоинства проведенного исследования, однако, не исключают возможность формулирования некоторых вопросов. Ряд из них мы выносим на обсуждение в рамках научной дискуссии.

1. Полагаем, что остается актуальной необходимость осмыслить сущность популяризации научного знания как культурного, мировоззренче-

ского и этического процесса, как социально востребованного просветительско-педагогического усилия, как фактора социальной устойчивости и основы государственной политики. Автор диссертационного исследования справедливо полагает, что *«научно-популярный дискурс можно рассматривать как отдельный дискурс, однако обязательно смежный с научным...»* (с. 40). Хотелось бы уточнить, проецируется ли диссертантом на научно-популярный дискурс оценка, высказанная Б. Брехтом и нередко приводимая в контексте рассматриваемой проблематики исследователями, о том, что *«научная деятельность... требует особого мужества. Наука распространяет знания, добытые с помощью сомнений. Добывая знания обо всем и для всех, она стремится всех сделать сомневающимися»* (Брехт Б. Жизнь Галилея // Собрание сочинений: в 5 т. М., 1963)?

2. Показывают ли результаты проведенного исследования открытость научно-популярного дискурса производству мнимой научности? Как тот или иной тип автора-популяризатора реагирует на псевдонауку? Можем ли мы сегодня утверждать, что широкие аудитории предпочитают получать актуальную научную информацию от самих ученых?

3. Диссертант утверждает, что *«научно-популярная медиакommunikация представляет собой особый вид коммуникации, направленный на распространение научных знаний для массовой аудитории посредством специальных медиасредств, её суть, с одной стороны, определяется характером самого феномена научной популяризации и выражается в адаптированной под массовую аудиторию ретрансляции научных концепций; с другой стороны, она обусловлена сущностью медиакommunikации, построенной на использовании технических медиасредств в массовом коммуникативном пространстве»* (с. 9). Это положение представлено и схематически на рис. № 1 (с. 33). Возникает вопрос, во всех ли случаях научно-популярная медиакommunikация (да и в целом медиакommunikация) носит массовый характер? Можно ли говорить о массовом характере научно-популярной медиакommunikации, например, в формате *лекции-воркшоп*, когда посредством онлайн-ресурса взаимодействие осуществляется с конкретной и не очень большой группой людей (так, Политехнический музей в 2023 г. в рамках своего проектного офиса «Медиакласс в московской школе» пригласил принять участие в очном формате или подключившись в режиме онлайн обучающихся 8–11-х классов и их педагогов в просветительском мероприятии «Как сделать научно-популярный журнал»), или самодеятельных медиа – «немассовом сегменте медиа» (Жилавская И. В. К вопросу о концепции теории всеобщих медиа // Медиа. Информация. Коммуникация. 2018. № 24), который создается детьми и взрослыми для определенных целей?

4. Коммуникативная стратегия самопрезентации, связанная с предъявлением и созданием *«уникального авторского образа»* (с. 93), как известно, характерна для всех видов общения. Можем ли мы полагать, что при расширении корпуса исследуемых автором диссертационного исследования медиатекстов мы нашли бы достаточные основания и для выделения тактики провокации, которая сегодня представлена в научно-популярном медиадискурсе

(см.: Самсонова А.А. Речевая провокация в научно-популярных телепередачах // Диалог-спор в научно-популярной коммуникации: коллективная монография / под науч. ред. Л. Р. Дускаевой, отв. ред. Ю. М. Коняева. СПб.: Медиапир, 2022; Федотова Н.Л., Сизых Л.С. Речевые стратегии и тактики самооценки (на материале выступлений Н. Нарочницкой в ток-шоу «Большая игра») // Медиалингвистика. 2025. № 2)?

5. Несомненным достоинством работы является солидная теоретическая база, включающая фундаментальные труды ведущих ученых в области медиакоммуникаций, медиадискурса и медиатекста, однако, как свидетельствует в том числе список использованной литературы, отсутствуют работы зарубежных авторов, внесших вклад в формирование теории изучаемого вопроса (например: Miller J. D. Toward a scientific understanding of the public understanding of science and technology. *Public Understanding of Science*, 1992; Nieto-Galan A. *Science in the Public Sphere: A history of lay knowledge and expertise*. 2016).

Высказанные вопросы не ставят под сомнение глубину изучения заявленной проблемы и научную значимость проведенного А.С. Савельевым исследования. Автор диссертации демонстрирует глубокое понимание предмета исследования и владение широким спектром научных подходов и методов. Выводы диссертационного исследования вносят вклад в развитие науки о медиакоммуникациях и журналистике.

Апробация результатов исследования соответствует предъявляемым требованиям: они были представлены на ряде авторитетных научных конференций и опубликованы в трех статьях в рецензируемых журналах из Перечня ВАК РФ по специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика.

Отдельные положения и результаты исследования были отражены в 7 научных публикациях (3 из которых опубликованы в журналах их списка ВАК) и 5 докладах на международных и всероссийских научно-практических конференциях, организованы в ВГУ, СПбГУ, НовГУ.

Публикации и автореферат в полной мере отражают содержание проведенного исследования.

Текст работы, автореферат и публикации автора свидетельствуют о том, что диссертация «Популяризация науки в формате видеоблога: авторские стратегии» представляет собой завершённое, методологически выверенное и значимое в научном отношении исследование, а его автор, А.С. Савельев, демонстрирует высокий уровень научно-исследовательской квалификации, умение работать с большими массивами данных и скрупулезно анализировать полученный материал.

Диссертация «Популяризация науки в формате видеоблога: авторские стратегии» является самостоятельным, оригинальным исследованием, которое удовлетворяет всем требованиям, изложенным в п. 9, 10, 11, 13, 14 «Положения о присуждении ученых степеней», утвержденного Постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 г. № 842, предъявляемых к диссертациям на соискание ученой степени кандидата наук. В диссер-

тации на основании выполненных автором исследований разработаны теоретические положения, совокупность которых можно квалифицировать как новое научное достижение в области изучения механизмов речевого воздействия в медиадискурсе, содержится решение задачи, имеющей существенное значение для исследований в области современных медиа и медиадискурса. Савельев Алексей Сергеевич, автор диссертационного исследования «Популяризация науки в формате видеоблога: авторские стратегии», несомненно заслуживает присуждения ученой степени кандидата филологических наук по специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (по филологическим наукам).

Отзыв составлен Полонским Андреем Васильевичем, профессором, доктором филологических наук, профессором кафедры журналистики института общественных наук и массовых коммуникаций ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет».

Отзыв одобрен на заседании кафедры журналистики института общественных наук и массовых коммуникаций ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет». Протокол № 7 от 4 февраля 2026 г.

Директор Института
общественных наук и массовых
коммуникаций НИУ «БелГУ»


С.Н. Борисов

Сведения об организации

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Белгородский государственный национальный исследовательский университет» (ФГАОУ ВО «НИУ БелГУ»)

Почтовый адрес организации: ул. Победы, д. 85, г. Белгород, 308015.

Телефон организации: (4722) 30-12-11

E-mail организации: info@bsuedu.ru

Официальный сайт ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет»: <http://www.bsuedu.ru>

Личную подпись удостоверяю Специалист отдела кадрового обеспечения Управления организационного и кадрового обеспечения «	<i>Тарасова</i>	
	<i>Иванов</i>	
	<i>25.02</i>	<i>2026</i>