Вестник Московского университета

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ
Основан в ноябре 1946 г.

Lomonosov Journalism Journal

Серия 10 **ЖУРНАЛИСТИКА**
Издательство Московского университета

№ 2 (50) • 2025 • МАРТ—АПРЕЛЬ
Выходит один раз в два месяца

Содержание

Социология журналистики

Метель Ю. А., Куницына Н. Н. Оценка влияния новостного фона в СМИ на уровень инфляции в России 3

Новые медиа

Тихонова И. А., Кожемякин Е. А. Репрезентация районов Москвы в территориальных интернет-сообществах в социальной сети «ВКонтакте» 33

История журналистики

Лысенко А. В. «Новая тактика» в газете русской эмиграции первой волны «Голос России» 57

Шерих М. Д. «Нью-Йорк Таймс» о «Русском балете» (1920–1930 гг.) 80

Дискуссия

Куликова Э. Г. Аксиология и прагматика текстов рецензий Т. Москвиной: авторская специфика жанра 96

Назайкин А. Н. Современный сторителлинг: определение и виды 115

Все материалы журнала опубликованы на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 License

CONTENTS

Sociology of Journalism

Yuri A. Metel, Natalia N. Kunitsyna. Assessment of the Impact of Media News Backgrounds on Inflation in Russia 3

New Media

Irina A. Tikhonova, Evgeny A. Kozhemyakin. Representation of the Moscow Districts in Local Internet Communities on the VK Social Network 33

History of Journalism

Artem V. Lysenko. "New Tactics" in the Newspaper of First-Wave Russian Emigrants "The Voice of Russia" 57

Mariia D. Sherikh. The New York Times on the "Russian Ballet" (1920–1930s) 80

Discussion

Ella G. Kulikova. Axiology and Pragmatics of the Review Texts by T. Moskvina: the Author's Genre Specifics 96

Alexander N. Nazaykin. Modern Storytelling: Concept, Definition, Types 115

All the published materials are licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 License

© Издательство Московского университета.
«Вестник Московского университета», 2025

СОЦИОЛОГИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

Метель Юрий Андреевич, кандидат экономических наук, главный экономист Отделения по Ставропольскому краю Южного главного управления Центрального банка Российской Федерации, г. Ставрополь, Россия; e-mail: akademik.st.2018@mail.ru, ORCID 0009-0001-5334-0020

Куницына Наталья Николаевна, доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой финансов и кредита ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет», г. Ставрополь, Россия; e-mail: nkunitcyna@ncfu.ru, ORCID 0000-0001-9336-8100

ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ НОВОСТНОГО ФОНА В СМИ НА УРОВЕНЬ ИНФЛЯЦИИ В РОССИИ[1]

В условиях нарастания информационных потоков, влияния медиа на общественные настроения новостной фон, как ключевой элемент медиаинформации, напрямую влияет на экономические решения, а анализ его динамики в реальном времени может существенно повысить точность экономических прогнозов и моделей. В статье представлены результаты изучения воздействия новостного фона, содержащегося в публикациях СМИ, на уровень цен и инфляции. Методический инструментарий, предложенный авторами, позволяет не только анализировать инфляционные процессы, но и прогнозировать их динамику с учетом медийного контекста. Обработка содержания 147 тыс. статей позволила отобрать 3,5 тыс. новостей об инфляции и ценах, разделив их на «проинфляционные» и «дезинфляционные». Для формирования тренировочной и тестовой выборок реализовано подключение к нейронной сети "GigaChat". Моделирование инфляционной тональности размеченных новостей осуществлено посредством предобработки методом TF-IDF и применения логистической регрессии, наивного байесовского классификатора, Random Forest и CatBoost, а также путем дообучения (fine-tuning) нейронных сетей на архитектуре BERT. Методическую основу исследования составили методы парсинга html-сайтов, обработки естественного языка (NLP), архитектуры глубоких нейронных сетей. В результате построен индекс инфляционного фона, содержащийся в публикациях российских СМИ, с высокой точностью описывающий «шоковые» события и позволяющий прогнозировать уровень инфляции. Полученные данные могут быть использованы для более точной настройки экономических моделей и создания инструментов прогнозирования, что подчеркивает значимость медийного контента в оценке экономической ситуации.

***Ключевые слова**: новостной фон, инфляция, индекс потребительских цен, текстовый анализ, NLP, Transformers, BERT.*

Как цитировать: *Метель Ю. А., Куницына Н. Н.* Оценка влияния новостного фона в СМИ на уровень инфляции в России // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2025. № 2. С. 3–32. DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.2.2025.332

Yuri A. Metel, PhD in Economics, Stavropol Territory Branch of the Southern Main Directorate of the Central Bank of the Russian Federation, Stavropol, Russia; e-mail: akademik.st.2018@mail.ru, ORCID 0009-0001-5334-0020

Natalia N. Kunitsyna, Doctor of Economics, Professor, Head of the Department "Finance and Credit", North Caucasus Federal University, Stavropol, Russia; e-mail: nkunitcyna@ncfu.ru, ORCID 0000-0001-9336-8100

ASSESSMENT OF THE IMPACT OF MEDIA NEWS BACKGROUNDS ON INFLATION IN RUSSIA

Given the growing number and variety of information flows, the influence of the media on public sentiment, the news background, as a key element of media information, directly affects economic decisions, and the analysis of its dynamics in real time can significantly increase the accuracy of economic forecasts and models. The article studied the impact of the news background contained in media publications on the prices and inflation level. The methodological tools proposed by the authors make it possible not only to analyze inflationary processes, but also to predict their dynamics taking into account the media context. Processing 147 thousand news articles by using a pre-trained neural network from Microsoft made it possible to select 3.5 thousand news about inflation and prices, dividing them into "proinflationary" and "disinflationary". To form training and test samples, a connection to the GigaChat neural network is implemented. The inflation tonality of the marked news was simulated by pre-processing using the TF-IDF method and using logistic regression, Naive Bayesian classifier, Random Forest and CatBoost, as well as by additional training (fine-tuning) of neural networks based on the BERT architecture, pre-trained in Russian. The methodological basis was made up of methods for parsing html sites, natural language processing (NLP), deep neural network architecture, and regression algorithms. As a result, we have the inflation background index contained in the Russian media publications, with high accuracy describing the "shock" events in the economy. The findings can be used to fine-tune economic models and create forecasting tools, highlighting the importance of media content in assessing the economic situation.

***Key words**: news background, inflation, consumer price index, text analysis, NLP, Transformers, BERT.*

To cite this article: Metel Yu. A., Kunitsyna N. N. (2025) Otsenka vliyaniya novostnogo fona v SMI na uroven' inflyatsii v Rossii [Assessment of the impact of media news backgrounds on inflation in Russia]. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika 2*: 3–32. DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.2.2025.332

DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.2.2025.332

Введение

Повсеместное распространение интернета расширяет доступ к данным, сайтам информационных агентств, новостным лентам, социальным сетям. При этом значительная часть информации представлена в неструктурированном виде, что существенно затрудняет ее интерпретацию и дальнейшее использование. Однако по мере развития искусственного интеллекта появились методы обработки естественного языка: речь идет уже не о восприятии текста на основе отдельных, не связанных между собой слов, а о понимании его в контексте. Обработка естественного языка (*Natural Language Processing, NLP*) ложится на искусственный интеллект и фокусируется на возможности компьютеров читать, понимать и извлекать смысл из человеческих слов[2].

При этом анализ текстов, с точки зрения их влияния на предпочтения потребителей товаров и услуг, представлен в меньших объемах. Обычно для этого используются «классические» подходы на основе оценки частоты упоминаний слов в массивах текстовых документов. Более того, целенаправленных мероприятий по оцифровке новостного фона с позиции его влияния на уровень цен в российских СМИ и вовсе не проводилось, несмотря на то что крупные издательства традиционно публикуют большой объем аналитического материала, связанного с ростом цен на товары и услуги и уровнем инфляционных ожиданий. С практической точки зрения, подобные публикации важны, поскольку содержат результаты уже проведенного группой экспертов анализа, т. е. полезные паттерны.

Так, СМИ во многом способствуют созданию общественного мнения, влияя на восприятие гражданами уровня инфляции и экономической нестабильности. Часто новости, связанные с ростом цен на товары и услуги, а также колебаниями валютного курса, становятся основными индикаторами экономической ситуации для широкой аудитории. Публикации в российских СМИ формируют инфляционные ожидания, что, в свою очередь, может сказываться на поведении потребителей и предпринимателей.

Кроме того, материалы российских медиа служат важным источником информации для исследования влияния информационного фона на экономику. Инфляционные процессы часто интерпретируются через призму внешних факторов, таких как санкции, изменение цен на нефть или глобальные экономические кризисы, а также внутренних проблем, как, например, рост государст-

венного долга или дефекты в управлении экономикой. Публикации, освещающие эти темы, могут влиять на общественные ожидания, создавая позитивный или негативный настрой, который отражается на экономических решениях – от потребительских расходов до инвестиционных стратегий.

Таким образом, тщательное изучение новостных материалов, посвященных инфляции, позволяет не только понять текущую ситуацию в экономике, но и предсказать возможные тренды. Подобный подход помогает не только в научных исследованиях, но и в практической работе государственных органов, финансовых аналитиков и экономистов, стремящихся минимизировать риски и управлять инфляционными процессами с учетом общественного восприятия и настроений.

В рамках исследования был проведен углубленный анализ способов обработки текстовой информации на основе новостных сообщений о темпах роста цен и уровне инфляции, а также разработаны методические рекомендации по оценке инфляционного фона в публикациях отечественных СМИ с позиции его практической значимости при прогнозировании динамики потребительских цен.

Для реализации программы исследования потребовалось сформировать массив эмпирических данных, провести текстовый анализ посредством дообучения (*fine-tuning*) предобученных нейронных сетей наряду с использованием классических алгоритмов *NLP*, рассчитать индекс новостного фона в публикациях российских СМИ и на этой основе осуществить моделирование инфляции.

Обзор литературы

Значительное внимание в России и мире традиционно уделяется новостям об экономической ситуации. Актуальным становится проведение исследований по оценке влияния прессы на макроэкономические показатели. Подходы к анализу и обработке текста в большинстве случаев имеют схожий характер. Поэтому область *NLP* в условиях развития технологий вызывает повышенный интерес.

Так, К. В. Яковлева (2018: 29) для оценки динамики экономической активности в России предложила методику расчета высокочастотного индикатора, использовав более 59 тыс. статей ряда крупных федеральных СМИ. Все тексты прошли предварительную предобработку: токенизицию и лемматизацию[3]. Семантиче-

ское моделирование осуществлено с использованием метода опорных векторов (*Support Vector Machine, SVM*). Тренировочная выборка размечена авторами вручную.

Аналогичный подход при расчете новостного индекса применяет и Банк России (Селезнев, Шибитов, Яковлева, Власов и др., 2021). Методика регулятора также основана на определении частотности вхождения слов в тексты новостей. На первом этапе используется модель, автоматически выделяющая темы, из которых по ключевым словам выделяется одна, максимально покрывающая тематику. Затем для каждой новости на основе обученной модели выявляется релевантность и тональность путем определения баланса слов с положительной и отрицательной коннотацией. Для этого применяются методы латентного распределения Дирихле (*LDA*) и модифицированный стохастический алгоритм, сглаживающий неравномерное распределение количества новостей по источникам.

А. Г. Евстигнеева и Д. А. Карпов (2023) исследовали влияние новостей на формирование инфляционных ожиданий населения. После токенизации и лемматизации слов в текстах новостей авторы применили численные метрики: *TF-IDF*[4] и *Count Vectorizer*. Тематическая классификация проведена на основе латентного распределения Дирихле (*LDA*), метода опорных векторов (*SVM*), случайного леса (*Random Forest*) и градиентного бустинга (*XGBoost*). Для обучения авторы сформировали выборку из 100 тыс. новостей по 25 источникам, представленным в равных долях. При этом для выделения негативных новостей специалисты также применили *LDA*: этот алгоритм требует на вход список экспертно выбранных якорных токенов, описывающих тему. В качестве токенов авторы использовали соответствующие варианты ответов из опроса ВЦИОМ и их синонимы.

Е. А. Федорова и Л. Е. Хрустова (2023: 2427) исследовали влияние новостей о *COVID-19*, публикуемых в официальных источниках и социальных сетях, на российский фондовый рынок. Для оценки тональности авторы использовали «мешок слов»[5] с применением словаря *EcSentiThemeLex* в среде *R*. Авторами сформированы подвыборки слов, которые относятся исключительно к негативному или позитивному фону.

Коллектив авторов МГУ имени М. В. Ломоносова (Гаврилов, Иванов, Клачкова, Королев и др., 2022: 98) моделировал влияние новостных потоков на волатильность доходности ценных бумаг

на российском фондовом рынке с помощью моделей авторегрессионной гетероскедастичности, учитывающих поступающие на рынок тематические новостные потоки. Для обработки текстовой информации они также использовали «мешок слов», удалив из набора текстов стоп-слова и проведя лемматизацию. Важность слов также определялась методом *TF-IDF*.

Достоинством рассмотренных подходов является простота реализации на практике и «мягкие» требования к вычислительным мощностям компьютера. Главным же недостатком видится тот факт, что подобные модели основаны на подсчете лишь частоты упоминаний слов в массивах текстов. При этом совершенно не учитывается контекст, который может диаметрально изменить тональность текста.

В этой связи популярность в последние 5 лет получили подходы к анализу текста по контексту, что стало возможным благодаря развитию нейросетевых моделей решения задач *NLP*, а именно трансформеров[6]. Основное преимущество трансформеров заключается в их высокой эффективности в условиях параллелизации.

Большинство имеющихся моделей являются мультиязычными, т. е. работают на нескольких языках. В части из них хорошо представлен и русский язык. Это, например, *mBERT* (Devlin, Chang, Lee, Toutanova, 2019: 4177), *XLM-R* (Conneau, Wu, Zettlemoyer, Stoyanov, 2020: 6028), *RemBERT* (Chung, Fevry, Tsai, Johnson et al., 2021), *mGPT* (Shliazhko, Fenogenova, Tikhonova, Mikhailov et al., 2022). При этом в последние годы стали развиваться моноязыковые модели (Williams, Nangia, Bowman, 2017), в том числе и для русского языка, однако на сегодняшний день их немного.

Одну из первых моноязыковых моделей для русского языка разработал коллектив авторов из МФТИ[7]. Чуть позже аналогичный проект в открытом доступе разместил Сбер. Оба подхода основаны на архитектуре *BERT*[8] и обучены на текстах русскоязычной *Wikipedia*, новостных статьях ряда российских СМИ, массиве книг, текстов социальных сетей и др.

Важно отметить, что в ходе исследования способов анализа русскоязычного текста выявлена существенная проблема – сложность формирования размеченной обучающей выборки. В интернете уже присутствуют размеченные наборы текстов, например корпус новостей из «Лента.ру», размещенный на портале *Kaggle*[9].

Однако применимы они преимущественно для задач, связанных с определением тематики текста, поскольку оценивают новости в целом, разделяя их на «позитивные», «негативные» или «нейтральные». В случае с анализом новостей об инфляции и ценах такой подход не оправдан, так как наличие слов «снижение»/«уменьшение» обычно оценивается негативно, тогда как в случае с инфляцией – это, скорее, позитивная тональность.

При этом тональность СМИ практически не используется при моделировании инфляционных процессов. Для прогнозирования годовых темпов инфляции инструментами *Machine learning* У. Джункеев (2024: 59) использовал модели градиентного бустинга, решающих деревьев, сверточную и рекурентную нейронные сети (*CNN, RNN*). В качестве факторов автор использовал уровень безработицы, номинальную заработную плату, объем платных услуг населению, оборот розничной торговли, объемы кредитования частного сектора, денежные агрегаты, доходность гособлигаций. Тренировочная выборка включала данные за период с января 2012 по июль 2019 г., тестовая – с августа 2019 по апрель 2023 г. Аналогичного подхода придерживались Е. Павлов (2020: 64) и И. Байбуза (2018: 50).

Для целей настоящего исследования мы посчитали нецелесообразным применение нейронных сетей ввиду недостаточного количества точек для качественного обучения модели, даже на нескольких эпохах. На основе исследования (Choi, Bahadori, Schuetz, Stewart et al., 2016: 306) можно сделать вывод, что для достижения хорошей производительности *RNN* требуется минимум 1000–2000 наблюдений: их число зависит от сложности задачи и специфики данных; на практике зачастую выстраиваются более длинные ряды – от 5000 наблюдений.

В этой связи в настоящем исследовании предпринята попытка применения современных алгоритмов обработки и классификации естественного языка на основе *fine-tuning* моделей трансформеров с дообучением на самостоятельно размеченном наборе данных в сравнении с «классическими» подходами *NLP*. Размеченные новости использованы при прогнозировании индекса потребительских цен (ИПЦ) классическими подходами (линейными методами) и методами машинного обучения (градиентным бустингом и решающими деревьями), набирающими популярность в последние годы.

Методика

С методологических позиций исследование предполагало решение двух блоков задач: классификацию новостей и расчет индекса инфляционного фона. Для этого нами были реализованы следующие этапы:

1. Сбор и фильтрация новостей, соотносящихся с темой инфляции/цен.

После формирования коллекции текстов в выгруженном массиве информации необходимо выделить новости о ценах и инфляционных процессах. В рамках настоящего исследования использован готовый алгоритм классификации, основанный на применении обученной языковой модели, не требующий дополнительной разметки данных для обучения и существенно сокращающий временные и трудовые ресурсы. Модель под названием *mDeBERTa-v3-base-xnli-multilingual-nli-2mil7* представила компания *Microsoft* (He, Gao, Chen, 2021). Эта мультиязычная модель позволяет в автоматическом режиме группировать входной текст по сформированным пользователями категориям. Обучающая выборка содержит более 2,7 млн пар гипотез-предпосылок на 27 языках.

2. Формирование обучающей выборки.

Оценка новостей с «дезинфляционной» и «проинфляционной» точек зрения является довольно специфической задачей. В исследовательской среде отсутствуют размеченные текстовые данные, классифицированные с позиции изменения цен. В этой связи нами проведена собственная разметка данных для последующего моделирования[10]. Для этих целей использована нейронная сеть *GigaChat*.

3. Семантическое моделирование «классическими» подходами.

Использованные на данном этапе методы представлены в таблице 1.

Таблица 1

«Классические» методические подходы к семантическому моделированию

Метод	Описание
Логистическая регрессия	$p = \frac{1}{1+e^{-z}}$ (1) где p – вероятность выбора класса объекта; z – стандартное уравнение регрессии.
Наивные методы Байеса (Naive Bayes, GaussianNB)[11]	$P(y\|x_i) = \frac{1}{\sqrt{2\pi\sigma_y^2}} \exp\left(-\frac{(x_i-\mu_y)^2}{2\sigma_y^2}\right)$ (2) p – вероятность выбора класса объекта; x – переменные модели; Параметры σ_y и μ_y оцениваются с использованием максимального правдоподобия.
Метод случайного леса (Random Forest)	Предусматривает построение модели N деревьев, в которой для каждого n = 1, ..., N можно сгенерировать выборку X_n с помощью бутстрэпа и построить решающее дерево b_n по выборке X_n. Дерево строится до тех пор, пока в каждом листе не более nmin объектов или пока не достигается определенная высота дерева. Итоговый классификатор $a(x) = \frac{1}{N}\sum_{i=1}^{N} b_i(x)$ позволяет выбрать решение «голосованием по большинству».
Метод градиентного бустинга CatBoost (Gradient Boosting (Machine), GBM)[12]	Проводится инициализация GBM константным значением: $\hat{f}(x) = \widehat{f_0}, \widehat{f_0} = \gamma, \gamma \in R$: (3) $\widehat{f_0} = argmin \sum_{i=1}^{n} L(y_i, \gamma)$ x – переменные модели; y – класс объекта; После чего для каждой итерации $t = 1, ..., M$ повторяется ряд действий: 1) определение псевдо-остатков r_t $r_{it} = -\left[\frac{\delta L(y_i, f(x_i))}{\delta f(x_i)}\right]_{f(x)=\hat{f}(x)}, i = 1, ..., n$ (4) 2) построение нового базового алгоритма $h_t(x)$ на псевдо-остатках $\{(x_i, r_{it})\}_{i=1,...,n}$; 3) поиск оптимального коэффициента ρ_t при $h_t(x)$ относительно исходной функции потерь: $\rho_t = argmin \sum_{i=1}^{n} L(y_i, \hat{f}(x) + \rho * h(x_i, \theta))$ (5) p - вероятность выбора класса объекта; $h(x_i, \Theta)$ – гиперапарметры модели, например глубина дерева и т. д.; L – функция потерь; 4) сохранение $\widehat{f_t}(x) = \rho_{t*} h_t(x)$. После этого формируется итоговая GBM-модель $\hat{f}(x)$: $\hat{f}(x) = \sum_{i=0}^{M} \widehat{f_i}(x)$ (6)

4. *Fine-tuning* предобученных моделей.

В этом разделе рассмотрена предобученная модель *BERT*[13] – большая языковая модель, разработанная коллективом авторов из *Google* (Devlin, Chang, Lee, Toutanova, 2019: 4178). Она предназначена для задач обработки естественного языка. Данная архитектура лежит в основе русскоязычных моделей Сбера и МФТИ.

Реализацию *BERT* разработчики представили в два шага: *pre-training* и *fine-tuning*. Во время *pre-training* модель обучается на неразмеченных данных на задачах предварительной обработки. При этом для *fine-tuning BERT* инициализируется с предобученными параметрами. Все предобученные параметры дообучаются на основе уже размеченных данных, подготовленных специально для решения конкретной задачи *NLP*.

Модель *BERT* представляет собой двунаправленную модель *Transformer*. Но, в отличие от классических моделей такого типа, имеет только *Encoder*. Данные, подающиеся в *Encoder*, представляют собой последовательность токенов, которые сначала конвертируются в векторы, а затем обрабатываются нейронной сетью. Для векторного представления слов авторы используют эмбеддинг *WordPiece* (Wu et al., 2016) с размером словаря в 30 тыс. токенов.

Перед вводом текстовой последовательности в *BERT*, как правило, 15% слов в каждой последовательности заменяется токеном [*MASK*] (Sinha, Jia, Hupkes, Pineau et al., 2021; Sun, Zheng, Hao, Qiu, 2022). Затем модель пытается предсказать исходное значение замаскированных слов на основе контекста, предоставляемого другими, не замаскированными словами в последовательности. Этот метод позволяет проводить двунаправленное обучение в моделях, для которых ранее это было невозможно.

Идея *fine-tuning* строится на том, что матрицы весов, полученные на решении общих задач, помогают лучше решать новые, более узкие задания (Howard, Ruder, 2018: 332). Иными словами, это процесс адаптации предобученной модели под конкретную задачу. Вместо обучения с нуля, нами использована готовая модель, в которой частично или полностью заморожены слои и проведено дообучение на новых данных. *Fine-tuning* в *BERT* осуществляется путем дополнительной тренировки модели на наборе данных, размеченных для узкоспециализированной задачи. Это позволяет адаптировать модель к определенным языковым особенностям реализации проектов, например семантической окраске текста (Sun, Zheng, Hao, Qiu, 2022).

5. Формирование метрик качества моделей классификации текстов.

Оценка качества прогноза на тестовой выборке осуществляется метрикам *F1-score* и *ROC-AUC*. *F1-score* можно интерпретировать как среднее гармоническое значение точности и запоминания, при котором показатель *F1* достигает своего наилучшего значения при 1, а наихудшего – при 0. Формула для определения показателя *F1* имеет следующий вид (Christopher, Raghavan, Schütze, 2008):

$$F1_score = \frac{2*TP}{2*TP+FP+FN}, \quad (7)$$

где *TP* – истинно позитивные ответы;

FP – ошибочно позитивные ответы;

FN – ошибочно негативные ответы;

TN – истинно негативные ответы.

Идея метрики *ROC-AUC* под кривой ошибок (*Receiver Operating Characteristic curve Area Under Curve*) состоит в том, что на построенном графике каждая отмеченная точка соответствует выбору определенного порога (Fawcett, 2006: 868), а площадь[14] *ROC-AUC* показывает качество построенного алгоритма. При этом важность представляет и угол наклона кривой ошибок: она должна стремиться к максимальным значениям *TPR* и минимальным *FPR*, т. е. к точке с координатами (0, 1) [15].

С целью определения степени и направления влияния используемых в модели слов (фрагментов текста) на эндогенную переменную нами применен алгоритм Шепли (*Shapley Values*), основанный на концепции коалиционных игр (Valouet, Al-Memar, Fourie, Bobdiwala et al., 2022: 106520) и позволяющий оценить вклад каждого параметра в принятие решения:

$$\phi_i(p) = \sum_{S \subseteq N/\{i\}} \frac{|S|!(n-|S|-1)!}{n!} (p(S \cup \{i\} - p(S)) \quad (8)$$

где *S* – произвольный набор факторов без *i*-ого фактора;

n – количество факторов;

$p(S \cup \{i\})$ – предсказание модели с *i*-тым фактором;

$p(S)$ – предсказание модели без *i*-того фактора.

Классификация новостей на «проинфляционные» и «дезинфляционные»

Поскольку формирование коллекции новостных статей и ее преобразование в необходимую форму – трудоемкий процесс, с целью его автоматизации нами применена процедура *Web Scrapping*. В качестве источника новостей выбраны разделы «Экономика», «Политика», «Бизнес», «Финансы» и «Потребительский рынок» российской ежедневной общественно-политической газеты с усиленным деловым блоком «Коммерсантъ»[16]. Несмотря на то что независимость и редакционная политика СМИ время от времени вызывают дискуссии, в рамках исследования будем считать обработанные нами текстовые материалы непредвзятыми.

Следующим этапом стал отбор новостей об инфляции и ценах на промежутке с января 2014 по январь 2024 г. Для этого использована предобученная нейронная сеть *mDeBERTa-v3-base-xnli-multilingual-nli-2mil7* от *Microsoft*. Для классификации на вход модели переданы 2 класса: «инфляция и цены» и «не инфляция и цены».

В результате применения нейронной сети от *Microsoft* из 150 тыс. статей отобраны 14,3 тыс. текстов об инфляции. В итоге получена таблица из новостей, классифицируемых на «проинфляционные» (метка «0») и «дезинфляционные» (метка «1»). Отметим, что для устранения дисбаланса классов размеченные выборки с проинфляционными и дезинфляционными новостями были скорректированы до примерно одинакового размера – 1643 ед. и 1621 ед. соответственно.

Первоначально размеченная коллекция текстов разделена на тренировочную и тестовую выборки в пропорции 80% к 20%. При этом тестовая не была задействована в обучении моделей и предназначена исключительно для оценки их качества.

На первом этапе моделирования применены классические алгоритмы, для чего текст предварительно обработан: 1) токенизирован; 2) удалены стоп-слова (частицы, предлоги и т. д.); 3) лемматизирован[17]. После преобразований текст имеет следующий вид (см. табл. 2).

Таблица 2

Предобработанный текст новостных статей для применения классических моделей (фрагмент)

Оригинальный текст	Текст после предобработки
Ввод жилья по итогам января-апреля составил 36 млн кв. м, сообщил Росстат, – таким образом, показатель в годовом выражении сократился на 4,1% (за аналогичный период 2022 года было сдано в эксплуатацию 37,6 млн кв. м) ...м	ввод жилье итог январяапрель составлять 36 млн кв м сообщать росстат образ показатель годовой выражение сокращаться 41 аналогичный период 2022 сдавать эксплуатация 376 млн кв м...
Укрепление рубля способствовало сокращению цен на часть ассортимента российских продовольственных сетей. Так, лидер рынка X5 Retail Group (сети «Пятерочка», «Перекресток», «Карусель») отметил за год снижение стоимости на 15-20% своих товаров ...	укрепление рубль способствовать сокращение цена часть ассортимент российский продовольственный сеть лидер рынок x5 retail group сеть пятерочка перекресток карусель отмечать снижение стоимость 15 20 свой товар...
...	...

Далее предобработанные новости были оцифрованы. Для этого применен метод *TF-IDF*. Он вычисляет важность каждого слова в документе относительно количества его употреблений в данном документе и во всей коллекции текстов[18].

Все модели реализованы на языке программирования *Python* с использованием библиотек *CatBoost* и *Sklearn*. Оценка качества модели в целом, без привязки к конкретному порогу, проведена путем анализа *F1-score* и *ROC-AUC* площади под кривой ошибок. Матрицы ошибок для каждой из шести моделей представлены на рисунке 1, показатели *ROC-AUC* – на рисунке 2.

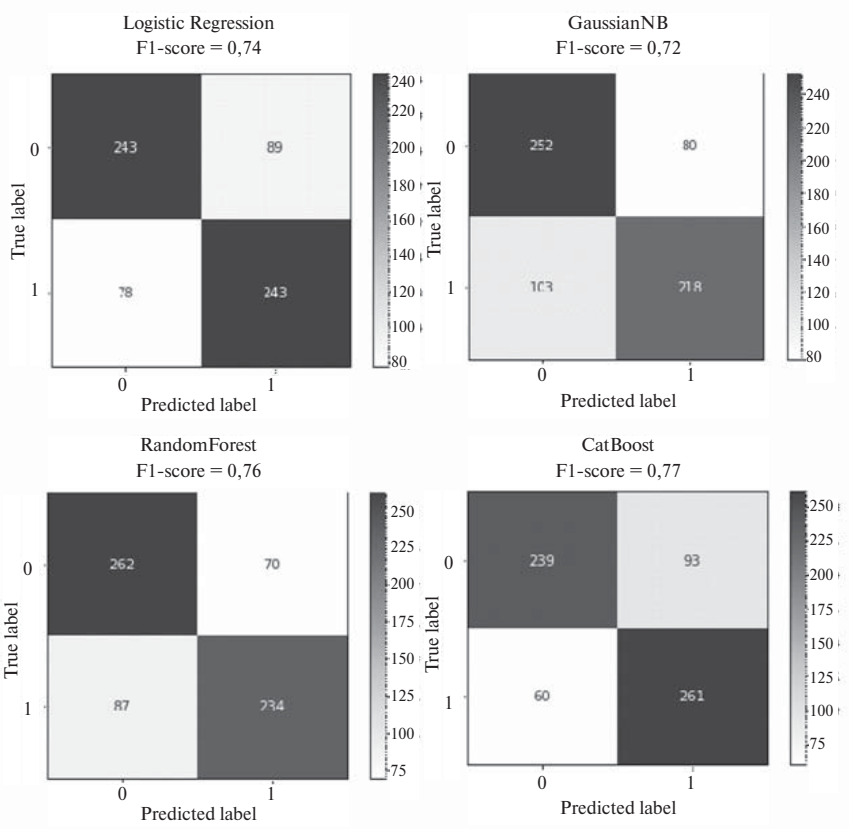


Рисунок 1. Матрицы ошибок по результатам тестирования классических моделей классификации текстов[19]

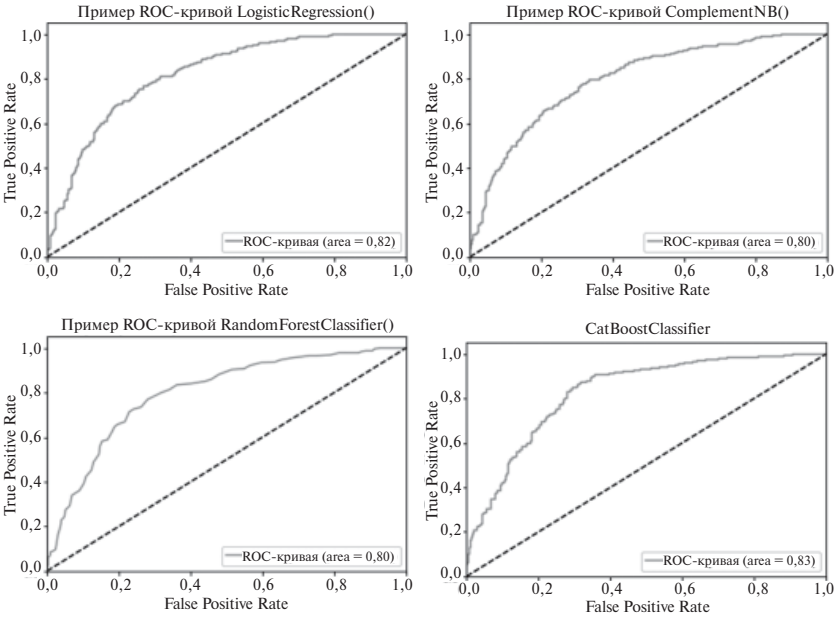


Рисунок 2. Кривые ошибок ROC классических моделей[20]

Так, согласно проведенным расчетам, наилучшие результаты из классических моделей показывает *CatBoost* с *F1-score,* равным 0,77, *ROC-AUC* – 0,83. На рисунке 3 представлены слова, которые увеличивают вероятность классификации новости в категории «проинфляционные» и «дезинфляционные» для лучшей модели из классического набора. Для этого нами применен алгоритм *Shapley Value*.

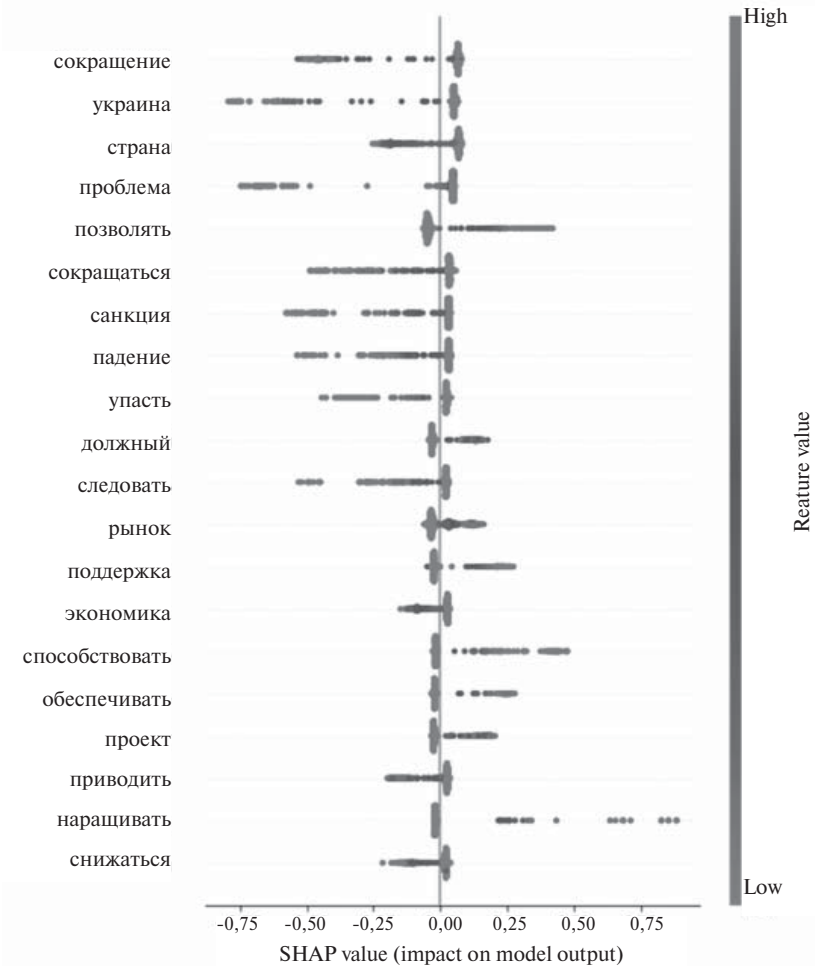


Рисунок 3. Визуализация значимых факторов моделей по значению Shapley Value

Так, текст, содержащий слова «сокращение», «Украина», «страна», «проблема», «сокращаться», «санкция», «падение», «упасть», «следовать», «экономика», «проводить», «снижаться», увеличивают вероятность того, что он является проинфляционным. При этом такие слова, как «позволять», «должный», «поддержка», «обеспечивать», «способствовать», «проект», «рынок», «наращивать», больше свойственны дезинфляционным текстам.

Как говорилось ранее, в исследовании дообучены 2 модели, предобученные на русскоязычных текстах: модель от МФТИ *DeepPavlov/rubert-base-cased* и модель от Сбера *ai-forever/ruBert-base*.

Все модели реализованы на языке программирования *Python* с использованием библиотек *PyTorch* и *Transformers*.

Важно отметить, что дообучаются такие модели гораздо дольше, чем обучаются классические алгоритмы. Но низкая скорость обучения сопровождается более высокими прогнозными свойствами. Так, *F1-score* в модели МФТИ составил 0,81, в модели Сбера – 0,85, что выше показателей *CatBoost* (0,77).

Как показывают результаты применения модели на тестовой выборке, более качественные прогнозы позволяет сделать модель *ai-forever/ruBert-base*. Важным отличием применения предобученных нейросетей является оценка текста по контексту, а не по отдельным словам, как в случае с классическими моделями. Алгоритм *Shap Value* также позволяет выделять части текста, по которым модель делала предсказание. Прогноз составлен относительно проинфляционных новостей (метка «0»). Выделение частей текста разными цветами позволяет отметить «проинфляционные» и «дезинфляционные» слова.На рисунке 4 представлена проинфляционная новость.

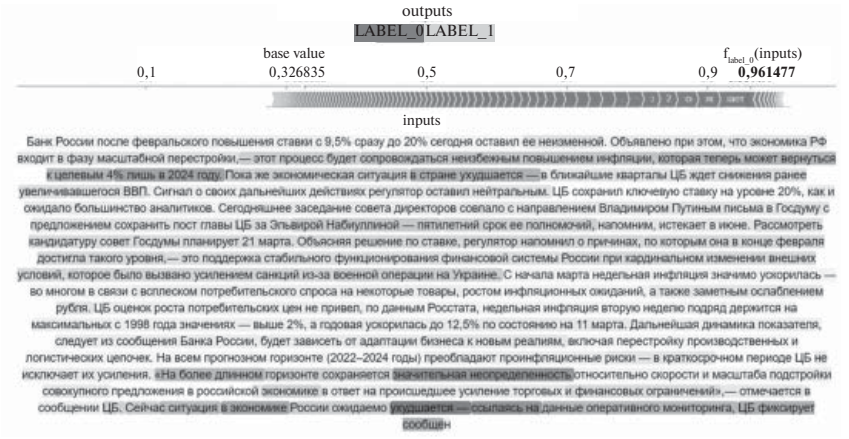


Рисунок 4. Визуализация значимых частей полностью проинфляционного текста по Shapley Value

Так, серым оттенком выделены части текста «<...> этот процесс будет сопровождаться повышением инфляции <...>» и т. д. Особенно негативно моделью оценивается слово «ухудшается».

На рисунке 5 приведена дезинфляционная новость, в которой присутствует проинфляционный контент.

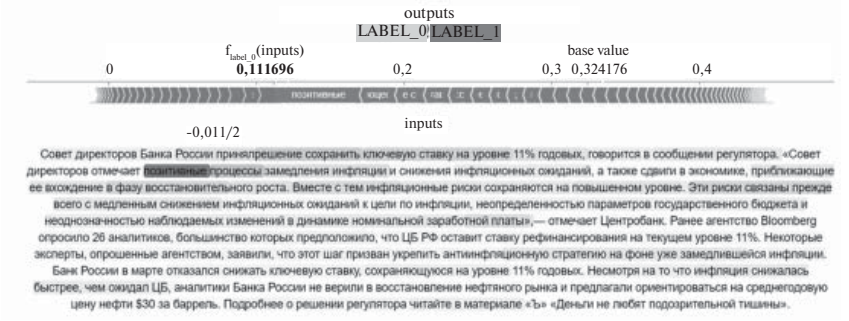


Рисунок 5. Визуализация значимых частей дезинфляционного текста с присутствием проинфляционного фрагмента по Shapley Value

Можно заметить, что текст преимущественно повествует об уменьшении инфляции. Но присутствует и негативный контент. Так, проинфляционным моментом в тексте модель определила сохранение ряда инфляционных рисков, связанных с медленным «снижением инфляционных ожиданий и неопределенностью параметров государственного бюджета».

На рисунке 6 представлен полностью дезинфляционный текст.

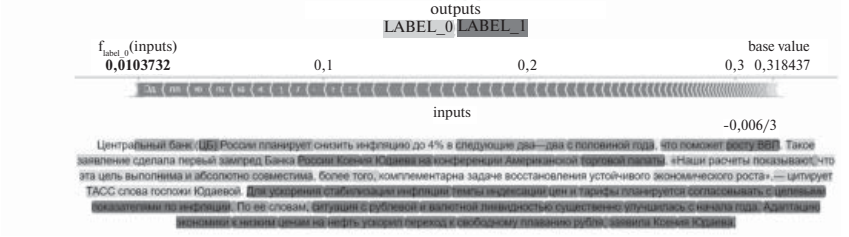


Рисунок 6. Визуализация значимых частей полностью дезинфляционного текста по Shapley Value

В данном случае весь текст окрашен серым цветом, а наиболее ключевые моменты согласно модели – темно-серым.

Расчет индекса инфляционного фона

Для расчета индекса инфляционного фона использована формула 9:

$$Inflation\ Index = \frac{positive - negative}{all_news} \quad (9)$$

где $Inflation\ Index$ – индекс инфляционного фона (далее – *Index*);
positive – количество дезинфляционных новостей;
negative – количество проинфляционных новостей;
all_news – количество всех выгруженных новостей за период.

Важно отметить, что для расчета индекса использованы только «строго проинфляционные» и «строго дезинфляционные» новости, оцененные по модели Сбера *ai-forever/ruBert-base,* т. е. те, в которых вероятность отнесения к определенному классу больше 70%. Остальные определены как нейтральные.

Все новости были сведены к месячному виду. Динамика рассчитанного индекса и индекса с учетом сезонной корректировки (*Index_SA*) представлена на рисунке 7.

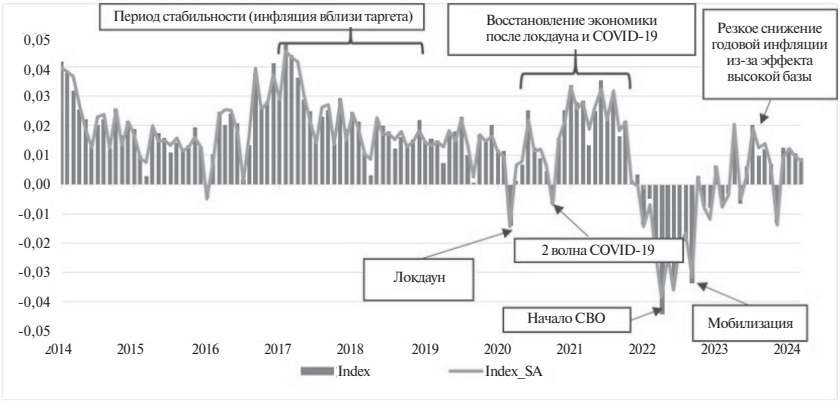


Рисунок 7. Динамика индекса инфляционного фона, 2014–2024 гг.[21]

Так, построенный индекс отражает реакцию общества на события, происходившие в тот или иной период: они указаны в прямоугольниках. Например, с 2017 по 2019 г. можно заметить его положительное значение. В эти годы инфляция наблюдалась вблизи целевого значения, определенного Банком России (4%). В период локдауна в связи с *COVID-19* новостной фон был отрицательным,

цены росли. Затем отмечаем этап восстановления экономики вплоть до начала 2022 г. и последовательный переход к эффекту высокой базы – ситуации, когда низкие темпы роста индикатора объясняются его крайне высоким стартовым показателем.

В дальнейшем исследовании использована трендовая компонента, для ее вычленения применен фильтр Ходрика-Прескотта из модуля *Statsmodels*. Она обладает меньшей волатильностью и лучше коррелирует с темпами годовой инфляции.

Уровень корреляции между трендом индекса новостного фона с лагом в 1 месяц и инфляцией в годовом выражении составляет 0,71, что свидетельствует о ее высоком уровне. Следовательно, данный показатель можно использовать для прогноза инфляционных процессов.

Результаты моделирования

Практическое применение предложенного подхода к расчету индекса инфляционного фона для прогнозирования уровня инфляции потребовало построения шести моделей: трех моделей, включающих индекс в качестве регрессора, и трех моделей без него – линейной модели множественной регрессии *Linear Regression*, градиентного бустинга *CatBoostRegressor*, модели случайного леса *Random Forest Regressor*.

Отметим, что *CatBoost* и *Random Forest* имеют ряд гиперпараметров. Они управляют процессом обучения и могут значительно влиять на качество модели. Это, например, количество итераций (деревьев), глубина деревьев, шаг обучения (скорость, с которой модель обновляет веса) и т. д. Для автоматического перебора комбинаций гиперпараметров моделей мы использовали *GridSearchCV* из модуля *SkLearn* с кросс-валидацией на 5 фолдах (частях выборки). В качестве метрики выбрана *MAE*.

В процессе подбора экзогенных переменных мы учитывали тот факт, что Росстат публикует данные макроэкономической статистики (индексы промышленного производства, оборот розничной торговли и др.) с задержкой минимум в 1 месяц, что существенно затрудняет их использование при моделировании инфляции. Для этого необходим лаг минимум в 2 месяца (для фактических значений), что далеко не всегда обосновано с точки зрения экономической логики. В этой связи для прогнозирования нами использованы оперативные данные, публикуемые раньше официального

ИПЦ: курс рубля по отношению к доллару с лагом в 1 месяц[22] (публикуется ежедневно Банком России); ценовые ожидания предприятий с лагом в 1 месяц (публикуются Банком России за месяц до объявления ИПЦ и содержат предвидения представителей бизнеса на несколько месяцев вперед); инфляционные ожидания населения с лагом в 1 месяц (публикуются Банком России за месяц до объявления ИПЦ и содержат предсказания населения на несколько месяцев вперед), а также предложенный нами индекс инфляционного фона с лагом в 1 месяц, который может рассчитываться ежедневно.

Выборка разделена на тренировочную и тестовую. В тренировочную включены данные за период с января 2014 по сентябрь 2022 г., в тестовую – с октября 2022 по март 2024 г.

Затем описывающие переменные в каждой выборке распределены в две группы: категориальные (номинативные) и непрерывные, после чего проведена их стандартизация – масштабирование путем преобразования статистического распределения в формат со средним значением, равным нулю, и стандартным отклонением, равным единице по формуле:

$$z = \frac{x-u}{s} \tag{10}$$

где z – стандартизированное значение;
x – текущее значение показателя;
u – среднее значение выборки;
s – стандартное отклонение.

В качестве метрик использованы *RMSE* (*Root Mean Squared Error*) и *MAE* (*Mean absolute error*), рассчитанные по формулам 11 и 12:

$$RMSE = \sqrt{\frac{1}{n}\sum_{k=1}^{n}(y_k - \widehat{y_k})^2} \tag{11}$$

$$MAE = \frac{1}{n}\sum_{k=1}^{n}|y_k - \widehat{y_k}|^2 \tag{12}$$

где n – количество точек;
y_k – фактическое значение ИПЦ;
$\widehat{y_k}$ – прогнозное значение ИПЦ.

Целью прогноза для использования его результатов Банком России является получение предсказательных данных на горизонте в 1 месяц[23]. В исследовании мы представили тестовую выборку, увеличенную до 18 месяцев. Выбор периода обусловлен включением в него месяцев с высоким уровнем волатильности инфля-

ции, что позволяет оценить работоспособность алгоритмов моделирования на «шоковых» периодах. Уравнение регрессии для индекса потребительских цен в модели линейной множественной регрессии выглядит следующим образом:

$$ИПЦ = 5{,}68 - 1{,}31 * Sentiment_index + 2{,}62 * Price_expectation + 1{,}55 * Inflation_expectations + 1{,}72 * Doll \quad (13)$$

где *ИПЦ* – индекс потребительских цен;

Sentiment_index – индекс инфляционного фона СМИ;

Price_expectations – индекс ценовых ожиданий бизнеса;

Inflation_expectations – индекс инфляционных ожиданий населения;

Doll – курс рубля к доллару.

На рисунке 8 приведены результаты прогнозирования на горизонте в 18 месяцев.

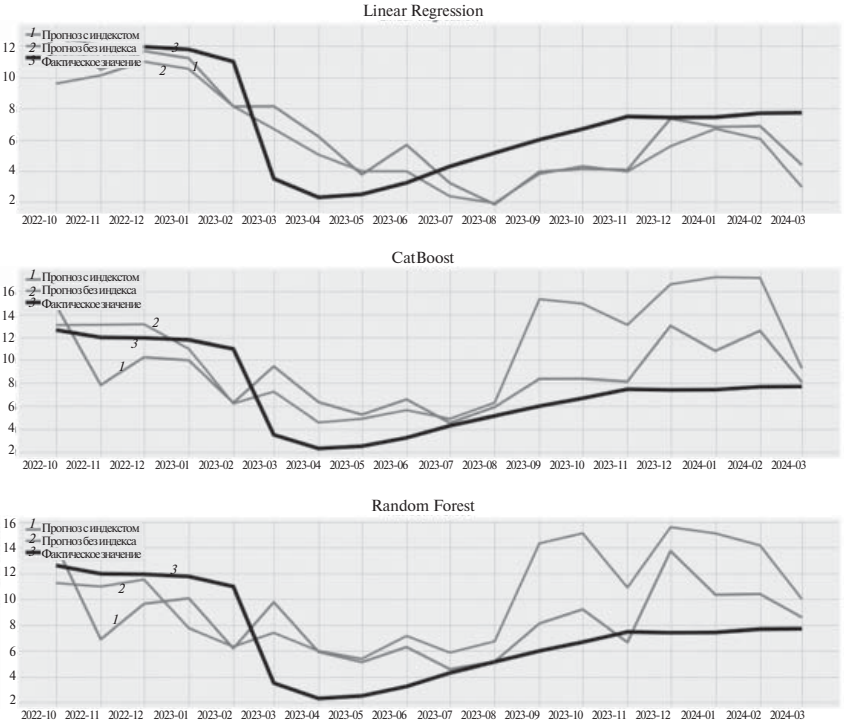


Рисунок 8. Результаты использования индекса инфляционного фона для прогнозирования ИПЦ

В целом проведенный эксперимент позволяет сделать вывод, что добавление тренда индекса инфляционного фона в многофакторные модели способствует повышению их прогнозных свойств. Об этом свидетельствуют полученные метрики качества моделей на тестовой выборке (таблица 3). Так, добавление рассчитанного индекса позволило снизить как *MAE*, так и *RMSE* во всех тестируемых моделях в среднем на 1,23 и 0,98 соответственно. Тест Диболда-Мариано подтверждает, что разница в ошибках прогнозирования существенна, т. е. модели с добавлением нового показателя формируют лучший прогноз. Полученные результаты могут лечь в основу совершенствования методов прогнозирования макроэкономических показателей.

Таблица 3

Результаты моделирования индекса потребительских цен

Модель	Без индекса инфляционного фона		С индексом инфляционного фона		Тест Диболда-Мариано (p-value)
	RMSE	MAE	RMSE	MAE	
Linear Regression	2,466	2,236	2,371	1,935	0,018
CatBoost	5,359	4,111	3,303	2,805	0,005
Random Forest	4,851	4,101	3,302	2,754	0,004

В качестве возможных направлений дальнейшего совершенствования проведенного исследования в практических целях видится расширение перечня новостных источников через использование *RSS*-каналов[24]. Они стабильно обновляются крупнейшими федеральными СМИ и содержат сводку новостей за 3–7 последних дней в удобном для парсинга формате *XML*, но часто перезаписываются (раз в 3–7 дней). Данный подход позволит охватывать более широкую новостную ленту и точнее оценивать инфляционный фон в медийном пространстве. Также перспективным видится добавление комментариев пользователей из социальных сетей *Telegram*, ВКонтакте, Яндекс.Дзен и др. Однако для реализации такого подхода необходимо решить глобальную задачу – фильтрацию и отсеивание токсичных текстов (спама), чего нет в сообщениях официальных СМИ.

Заключение

В работе представлена методика расчета индекса инфляционного фона, информация о котором взята из российских СМИ. Проведенные расчеты показали, что автоматизированная оценка текстовой информации новостных агентств является важным аналитическим инструментом и может быть использована в процессе моделирования не только уровня инфляции, но и других макроэкономических показателей.

Реализованные подходы позволяют в автоматическом режиме формировать коллекцию новостных статей, отбирать тексты, тематически относящиеся к инфляции и ценам, классифицировать их на дезинфляционные и проинфляционные. Для этих целей предложено использование предобученных моделей-трансформеров. Их апробация показала значительное превосходство с точки зрения точности в сравнении с «классическими» алгоритмами.

Построенный индекс инфляционного фона с высокой долей вероятности сигнализирует о значимых «шоках» в экономике страны. Кроме того, его включение в модели прогнозирования инфляции способствовало улучшению прогнозных свойств каждой из них по двум метрикам качества (*RMSE* и *MAE*). Это позволяет сделать вывод о том, что новостные данные обладают достаточной прогнозной силой. Их учет позволит в перспективе оперативно реагировать на текущую экономическую ситуацию и принимать соответствующие решения.

Примечания

[1] Настоящая статья отражает личную позицию авторов. Содержание и результаты данного исследования не следует рассматривать, в том числе цитировать, в каких-либо изданиях, как официальную позицию Банка России или указание на официальную политику или решение регулятора.

[2] Ваш путеводитель по миру *NLP* (обработке естественного языка) // Хабр. 2023. Режим доступа: https://habr.com/ru/companies/otus/articles/705482/ (дата обращения: 03.03.2024).

[3] Токенизация – процесс разбиения текста на более мелкие части, такие как слова или предложения. Лемматизация – процесс приведения словоформы к лемме – ее нормальной (словарной) форме.

[4] *TF-IDF* – статистическая мера, используемая для оценки важности слова в контексте документа, являющегося частью коллекции документов или корпуса.

[5] «Мешок слов» – это упрощенное представление текста, которое используется в обработке естественных языков и информационном поиске. В этой модели текст (одно предложение или весь документ) представляется в виде мешка (муль-

тимножества) его слов без какого-либо учета грамматики и порядка слов, но с сохранением информации об их количестве. Мешок слов обычно используется в методах классификации документов, где частотность вхождения слова используется как признак для обучения классификатора.

[6] Трансформер – архитектура глубоких нейронных сетей, основанная на механизме внимания (*Attention*). Впервые модель трансформера была предложена в статье *Attention is All You Need* от разработчиков *Google* в 2017 г. (Vaswani, Shazeer, Parmar, Uszkoreit et al., 2017)

[7] К*уратов Ю. М., Игнатов Ф. В., Корнев Д. П., Чепурова А. А.* Прорывы #DeepPavlov в 2019 году: обзор и итоги года // Хабр. 2019. Режим доступа: https://habr.com/ru/companies/mipt/articles/488818/ (дата обращения: 03.03.2024).

[8] *Аверкиев С.* Это не чат, это GigaChat. Русскоязычная ChatGTP от Сбера // Хабр. 2023. Режим доступа: https://habr.com/ru/companies/sberbank/articles/730108/

[9] *Амиргалиев Б., Тен Х.* Анализ настроений на русском языке // Кэггл. 2017. Режим доступа: https://kaggle.com/competitions/sentiment-анализ-in-russian (дата обращения: 03.03.2024).

[10] В крупных *IT*-компаниях такую задачу решает отдельно выделенная команда специалистов. Услуги разметки данных также оказывают сторонние организации. Но эти способы не подходят для текущего исследования ввиду высокой стоимости или отсутствия необходимого числа разметчиков данных.

[11] Gaussian Naive Bayes (GaussianNB). *Scikit-learn*. Available at: https://scikit-learn.org/stable/modules/generated/sklearn.naive_bayes.GaussianNB.html (accessed: 03.03.2024).

[12] *Натекин А.* Открытый курс машинного обучения. Градиентный бустинг // Хабр. 2017. Режим доступа: https://habr.com/ru/companies/ods/articles/327250/ (дата обращения: 03.03.2024).

[13] *BERT – Bidirection Encoder Representations from Transformers* (с англ. – двунаправленная нейронная сеть-кодировщик).

[14] Линии в диапазоне от (0,0) до (1,1) в координатах *True Positive Rate* (*TPR*) и *False Positive Rate* (*FPR*).

[15] *Лабынцев Е.* Метрики в задачах машинного обучения // Хабр. 2017. Режим доступа: https://habr.com/ru/companies/ods/articles/328372/ (дата обращения: 03.03.2024).

[16] Предварительно мы изучили посещаемость федеральных новостных порталов (Лента, РИА Новости, Коммерсантъ, РБК, Известия, Интерфакс, Газета.ру и другие), рассмотрели их контент. Многие новости в них дублируются, новостные страницы имеют примерно одинаковое количество посещений. В этой связи мы остановили свой выбор на издании «Коммерсантъ», которое, помимо прочих равных условий, удобно для парсинга *html*-кода веб страниц.

[17] При использовании «классических» алгоритмов для лемматизации текста использован модуль *nltk* (*from nltk.stem import WordNetLemmatizer*). Для моделей-трансформеров Сбер и МФТИ лемматизация не требовалась.

[18] Извлечение признаков из текстовых данных с использованием *TF-IDF* // Хабр. Режим доступа: https://habr.com/ru/companies/otus/articles/755772/ (дата обращения: 03.03.2024).

[19] *True label* – верные значения классов. *Predicted label* – предсказанные значения классов.

[20] *True Positive Rate* – истинно положительные предсказания модели. *False Positive Rate* – ложно положительные предсказания модели.

[21] *SA* (*seasonal adjustment*) – сезонно-сглаженный ряд.

[22] Лаги были определены на основе теста Грейнджера на причинность.

[23] Исходя из оптимальных лагов по тесту Грейнджера на причинность.

[24] *RSS* (англ. *Rich Site Summary* – обогащенная сводка сайта) – семейство *XML*-форматов, предназначенных для описания лент новостей, анонсов статей, изменений в блогах и т. п.

Библиография

Байбуза И. Прогнозирование инфляции с помощью методов машинного обучения // Деньги и кредит. 2018. № 4. С. 42–59.

Гаврилов В., Иванов М. А., Клачкова О. А., Королев В. Ю. и др. Влияние тематических новостных потоков на компоненты волатильности фондового рынка России // Вестник Института экономики Российской академии наук. 2022. № 2. С. 93–109.

Джункеев У. Прогнозирование инфляции в России на основе градиентного бустинга и нейронных сетей // Деньги и кредит. 2024. № 1. С. 53–76.

Евстигнеева А. Г., Карпов Д. А. Влияние негативных новостей на восприятие инфляции населением // Доклады об экономических исследованиях. 2023. № 111. Режим доступа: https://cbr.ru/Content/Document/File/144918/wp_111.pdf (дата обращения: 03.03.2024).

Павлов Е. Прогнозирование инфляции в России с помощью нейронных сетей // Деньги и кредит. 2020. №1. С. 57–73.

Селезнев С., Шибитов Д., Яковлева К., Власов С. и др. Новая методология новостного индекса // Доклады об экономических исследованиях. 2021. Режим доступа: https://cbr.ru/Collection/Collection/File/35503/index_2107.pdf (дата обращения: 10.03.2024).

Федорова Е. А., Хрустова Л. Е. Влияние новостей о COVID-19 на динамику российского фондового рынка // Финансы и кредит. 2023. Т. 29. № 11. С. 2412–2438.

Яковлева К. В. Оценка экономической активности на основе текстового анализа // Деньги и кредит. 2018. Т. 77. № 4. С. 26–41.

Choi E., Bahadori M. T., Schuetz A., Stewart W. F., Sun J. (2016) Doctor AI: Predicting Clinical Events via Recurrent Neural Networks. *JMLR Workshop and Conference Proceedings* 56: 301–318. Available at: https://doi.org/10.48550/arXiv.1511.05942

Christopher D. M., Raghavan P., Schütze H. (2008) *Introduction to information retrieval*. Cambridge: Cambridge University Press. 482 p.

Chung H. W., Fevry T., Tsai H., Johnson M., Ruder S. (2021) Rethinking embedding coupling in pre-trained language models. *International Conference on Learning Representations*. Available at: https://arxiv.org/abs/2010.12821 (accessed: 10.03.2024).

Conneau A., Wu S., Li H., Zettlemoyer L., Stoyanov V. (2020) Emerging Cross-lingual Structure in Pretrained Language Models. *Proceedings of the 58th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics*. Pp. 6022–6034. DOI: 10.18653/v1/2020.acl-main.536

Devlin J., Chang M., Lee K., Toutanova K. (2019) BERT: Pre-training of Deep Bidirectional Transformers for Language Understanding. *Proceedings of the 2019 Conference of the North American Chapter of the Association for Computational Linguistics: Human Language Technologies*. Volume 1 (Long and Short Papers). P. 4171–4186. DOI: 10.18653/v1/N19-1423.

Fawcett T. (2006) An introduction to ROC analysis. *Pattern Recognition Letters* 27 (8): 861–874.

He P., Gao J., Chen W. (2021) DeBERTaV3: Improving DeBERTa using ELECTRA-Style Pre-Training with Gradient-Disentangled Embedding Sharing. *Arxiv*. Available at: https://arxiv.org/pdf/2111.09543.pdf (accessed: 17.03.2024).

Howard J., Ruder S. (2018) Universal Language Model Fine-tuning for Text Classification. *Proceedings of the 56th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics. Melbourne, Australia: Association for Computational Linguistics*. Pp. 328–339. DOI: 10.18653/v1/P18-1031.

Shliazhko O., Fenogenova A., Tikhonova M., Mikhailov V., Kozlova A., Shavrina T. (2022) mGPT: Few-Shot Learners Go Multilingual. *Arxiv*. Available at: https://arxiv.org/pdf/2204.07580.pdf (accessed: 17.03.2024).

Sinha K., Jia R., Hupkes D., Pineau J., Williams A., Kiela D. (2021) Masked Language Modeling and the Distributional Hypothesis: Order Word Matters Pre-training for Little. Available at: https://arxiv.org/pdf/2109.03564.pdf (accessed: 17.03.2024).

Sun Y., Zheng Y., Hao C., Qiu H. (2022) NSP-BERT: A Prompt-based Few-Shot Learner Through an Original Pre-training Task – Next Sentence Prediction. *Arxiv*. Available at: https://arxiv.org/pdf/2104.06644.pdf (accessed: 17.03.2024).

Valouet T., Al-Memar M., Fourie H., Bobdiwala S., Saso S., Pipi M., Stalder C., Bennett P., Timmerman D., Bourte T. and De Moor B. (2022) Gradient boosted trees with individual explanations: An alternative to logistic regression for predicting viability in the first trimester of pregnancy. *Computer Methods and Programs in Biomedicine* 213: 106520.

Vaswani A., Shazeer N., Parmar N., Uszkoreit J., Jones L., Gomez A. N., Kaiser L., Polosukhin I. (2017) Attention Is All You Need. *Arxiv*. Available at: https://arxiv.org/abs/1706.03762 (accessed: 17.03.2024).

Williams A., Nangia N., Bowman S. R. (2017) A Broad-Coverage Challenge Corpus for Sentence Understanding through Inference. *Arxiv*. Available at: https://doi.org/10.48550/arXiv.1704.05426 (accessed: 10.03.2024).

Wu Y., Schuster M., Chen Zh., Le Q. V., Norouzi M., Macherey W., Krikun M., Cao Yu., Gao Q., Macherey K., Klingner J., Shah A., Johnson M., Liu X., Kaiser L., Gouws S., Kato Y., Kudo T., Kazawa H., Stevens K., Kurian G., Patil N., Wang W., Young C., Smith J., Riesa J., Rudnick A., Vinyals O., Corrado G., Hughes M., Dean J. (2016) Google's Neural Machine Translation System: Bridging the Gap between Human and Machine. *Arxiv*. Available at: https://arxiv.org/abs/1609.08144 (accessed: 14.03.2024).

Notes

Vash putevoditel' po miru NLP (obrabotke estestvennogo yazyka) [Your NLP (Natural Language Processing) World Guide] Habr. 2023. Available at: https://habr.com/ru/companies/otus/articles/705482/ (accessed: 03.03.2024).

Kuratov Yu. M., Ignatov F. V., Kornev D. P., Chepurova A. A. (2019) Proryvy #DeepPavlov v 2019 godu: obzor i itogi goda [# DeepPavlov breakthroughs in 2019: review and results of the year]. Habr. Available at: https://habr.com/ru/companies/mipt/articles/488818/ (accessed: 03.03.2024).

Averkiev S. (2023) Eto ne chat, eto GigaChat. Russkoyazychnaya ChatGTP ot Sbera [This is not a chat, this is GigaChat. Russian-language ChatGTP from Sberbank] Habr. Available at: https://habr.com/ru/companies/sberbank/articles/730108/ (accessed: 03.03.2024).

Amirgaliev B., Ten H. (2017) Analiz nastroenij na russkom yazyke [Mood analysis in Russian] Keggle. Available at: https://kaggle.com/competitions/sentiment-анализ-in-russian (accessed: 03.03.2024).

Natekin A. Otkrytyj kurs mashinnogo obucheniya. Gradientnyj busting [Open machine learning course. Gradient boosting] (2017). Khabr. Available at: https://habr.com/ru/companies/ods/articles/327250/ (accessed: 03.03.2024).

Labyncev E. (2017) Metriki v zadachah mashinnogo obucheniya [Metrics in machine learning problems] Khabr. Available at: https://habr.com/ru/companies/ods/articles/328372/ (accessed: 03.03.2024).

Izvlechenie priznakov iz tekstovyh dannyh s ispol'zovaniem TF-IDF [Extract characteristics from text data using TF-IDF]. Habr. Available at: https://habr.com/ru/companies/otus/articles/755772/ (accessed: 03.03.2024).

References

Baybuza I. (2018) Prognozirovanie inflyatsii s pomoshch'yu metodov mashinnogo obucheniya [Inflation Forecasting Using Machine Learning Methods]. *Russian Journal of Money and Finance* 77(4): 42–59. (In Russian)

Choi E., Bahadori M. T., Schuetz A., Stewart W. F., Sun J. (2016) Doctor AI: Predicting Clinical Events via Recurrent Neural Networks. *JMLR Workshop and Conference Proceedings* 56: 301–318. Available at: https://doi.org/10.48550/arXiv.1511.05942

Christopher D. M., Raghavan P., Schütze H. (2008) *Introduction to information retrieval*. Cambridge: Cambridge University Press. 482 p.

Chung H. W., Fevry T., Tsai H., Johnson M., Ruder S. (2021) Rethinking embedding coupling in pre-trained language models. *International Conference on Learning Representations*. Available at: https://arxiv.org/abs/2010.12821 (accessed: 10.03.2024).

Conneau A., Wu S., Li H., Zettlemoyer L., Stoyanov V. (2020) Emerging Cross-lingual Structure in Pretrained Language Models. *Proceedings of the 58th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics*. Pp. 6022–6034. DOI: 10.18653/v1/2020.acl-main.536

Devlin J., Chang M., Lee K., Toutanova K. (2019) BERT: Pre-training of Deep Bidirectional Transformers for Language Understanding. *Proceedings of the 2019 Conference of the North American Chapter of the Association for Computational Linguistics: Human Language Technologies*. Volume 1 (Long and Short Papers). P. 4171–4186. DOI: 10.18653/v1/N19-1423.

Dzhunkeev U. (2024) Prognozirovanie inflyatsii v Rossii na osnove gradientnogo bustinga i nejronnykh setey [Forecasting Inflation in Russia Using Gradient Boosting and Neural Networks]. *Russian Journal of Money and Finance* 83 (1): 53–76. (In Russian)

Evstigneeva A., Karpov D. (2023) Vliyanie negativnykh novostey na vospriyatie inflyatsii naseleniem [Impact of negative news on households' perception of inflation]. *Bank of Russia Working Papers* 111. Available at: https://cbr.ru/Content/Document/File/144918/wp_111.pdf (accessed: 03.03.2024). (In Russian)

Fawcett T. (2006) An introduction to ROC analysis. *Pattern Recognition Letters* 27 (8): 861–874.

Fedorova E. A., Hrustova L. E. (2023) Vliyanie novostey o COVID-19 na dinamiku rossiyskogo fondovogo rynka [Impact of news about COVID-19 on the dynamics of the Russian stock market]. *Finance and Credit* 29 (11): 2412–2438. (In Russian).

Gavrilov V., Ivanov M. A., Klachkova O. A., Korolev V. Yu., Roshhina Ya. A. (2022) Vliyanie tematicheskikh novostnykh potokov na komponenty volatil'nosti fondovogo rynka Rossii [Impact of thematic news streams on Russian stock market volatility components]. *The Bulletin of the Institute of Economics of the Russian Academy of Sciences* 2: 93–109. (In Russian)

He P., Gao J., Chen W. (2021) DeBERTaV3: Improving DeBERTa using ELECTRA-Style Pre-Training with Gradient-Disentangled Embedding Sharing. *Arxiv*. Available at: https://arxiv.org/pdf/2111.09543.pdf (accessed: 17.03.2024).

Howard J., Ruder S. (2018) Universal Language Model Fine-tuning for Text Classification. *Proceedings of the 56th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics. Melbourne, Australia: Association for Computational Linguistics*. Pp. 328–339. DOI: 10.18653/v1/P18-1031.

Pavlov E. (2020) Prognozirovanie inflyatsii v Rossii s pomoshch'yu neyronnykh setey [Forecasting Inflation in Russia Using Neural Networks]. *Russian Journal of Money and Finance* 79 (1): 57–73. (In Russian)

Seleznev S., Shibitov D., Yakovleva K., Vlasov S., Chernjad'ev D. (2021) Novaya metodologiya novostnogo indeksa [New News Index Methodology]. *Bank of Russia Working Papers*. Available at: https://cbr.ru/Collection/Collection/File/35503/index_2107.pdf (accessed: 10.03.2024) (In Russian).

Shliazhko O., Fenogenova A., Tikhonova M., Mikhailov V., Kozlova A., Shavrina T. (2022) mGPT: Few-Shot Learners Go Multilingual. *Arxiv*. Available at: https://arxiv.org/pdf/2204.07580.pdf (accessed: 17.03.2024).

Sinha K., Jia R., Hupkes D., Pineau J., Williams A., Kiela D. (2021) Masked Language Modeling and the Distributional Hypothesis: Order Word

Matters Pre-training for Little. Available at: https://arxiv.org/pdf/2109.03564.pdf (accessed: 17.03.2024).

Sun Y., Zheng Y., Hao C., Qiu H. (2022) NSP-BERT: A Prompt-based Few-Shot Learner Through an Original Pre-training Task – Next Sentence Prediction. *Arxiv*. Available at: https://arxiv.org/pdf/2104.06644.pdf (accessed: 17.03.2024).

Valouet T., Al-Memar M., Fourie H., Bobdiwala S., Saso S., Pipi M., Stalder C., Bennett P., Timmerman D., Bourte T. and De Moor B. (2022) Gradient boosted trees with individual explanations: An alternative to logistic regression for predicting viability in the first trimester of pregnancy. *Computer Methods and Programs in Biomedicine* 213: 106520.

Vaswani A., Shazeer N., Parmar N., Uszkoreit J., Jones L., Gomez A. N., Kaiser L., Polosukhin I. (2017) Attention Is All You Need. *Arxiv*. Available at: https://arxiv.org/abs/1706.03762 (accessed: 17.03.2024).

Williams A., Nangia N., Bowman S.R. (2017) A Broad-Coverage Challenge Corpus for Sentence Understanding through Inference. *Arxiv*. Available at: https://doi.org/10.48550/arXiv.1704.05426 (accessed: 10.03.2024).

Wu Y., Schuster M., Chen Zh., Le Q. V., Norouzi M., Macherey W., Krikun M., Cao Yu., Gao Q., Macherey K., Klingner J., Shah A., Johnson M., Liu X., Kaiser L., Gouws S., Kato Y., Kudo T., Kazawa H., Stevens K., Kurian G., Patil N., Wang W., Young C., Smith J., Riesa J., Rudnick A., Vinyals O., Corrado G., Hughes M., Dean J. (2016) Google's Neural Machine Translation System: Bridging the Gap between Human and Machine. *Arxiv*. Available at: https://arxiv.org/abs/1609.08144 (accessed: 14.03.2024).

Yakovleva K. (2018) Otsenka ekonomicheskoy aktivnosti na osnove tekstovogo analiza [Assessment of economic activity based on text analysis]. *Russian Journal of Money and Finance* 77(4): 26–41. (In Russian)

Поступила в редакцию
14.01.2025

НОВЫЕ МЕДИА

Тихонова Ирина Алексеевна, аспирантка программы «Коммуникации и медиа», преподаватель Школы коммуникаций факультета креативных индустрий, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия; e-mail: iatikhonova@hse.ru, ORCID 0000-0002-7927-2855

Кожемякин Евгений Александрович, доктор философских наук, профессор Школы коммуникаций факультета креативных индустрий, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия; e-mail: ekozhemyakin@hse.ru, ORCID 0000-0003-2991-1011

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ РАЙОНОВ МОСКВЫ В ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ ИНТЕРНЕТ-СООБЩЕСТВАХ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ»

Социальные медиа являются не только платформой для обсуждения насущных проблем, обмена мнениями и информирования, но и средством репрезентации городских районов. Контент (посты и комментарии) городских интернет-сообществ содержит языковые маркеры, которые свидетельствуют о том, как коммуниканты описывают и интерпретируют локальные характеристики района. В статье представлены результаты исследования особенностей репрезентации столичных районов в контенте сообществ Москвы в социальной сети «ВКонтакте». Авторами проведен корпусный анализ массива записей и комментариев на администрируемых публичных страницах и открытых группах различных районов Москвы. Выявлено, что доминирующими смысловыми компонетами репрезентации столичных районов являются те, которые выражают территориальные особенности локации, а также поведенческие аспекты жизни в районе. Авторы приходят к выводу, что характер отображения района связан с типом интернет-сообщества (администрируемые публичные страницы или контролируемые преимущественно подписчиками группы), который определяет не столько тематические, сколько содержательно-смысловые различия в отображении района.

***Ключевые слова**: медиарепрезентация города, городские районы, социальные сети.*

Как цитировать: *Тихонова И. А., Кожемякин Е. А.* Репрезентация районов Москвы в территориальных интернет-сообществах в социальной сети «ВКонтакте» // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2025. № 2. С. 33–56. DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.2.2025.3356

Irina A. Tikhonova, Student of Doctoral Programme "Communications and Media", Lecturer, School of Communication, Faculty of Creative Industries, HSE University, Moscow, Russia; e-mail: iatikhonova@hse.ru, ORCID 0000-0002-7927-2855

Evgeny A. Kozhemyakin, Doctor of Philosophy, Professor, School of Communication, Faculty of Creative Industries, HSE University, Moscow, Russia; e-mail: ekozhemyakin@hse.ru, ORCID 0000-0003-2991-1011

REPRESENTATION OF THE MOSCOW DISTRICTS IN LOCAL INTERNET COMMUNITIES ON THE VK SOCIAL NETWORK

Social media serve not only as platforms for discussing pressing issues, exchanging opinions, and informing, but also as avenues for representing urban areas. The content (posts and comments) of urban Internet communities contains linguistic markers that reveal how communicators describe and interpret the local characteristics of their districts. This study delves into the peculiarities of how metropolitan districts are represented in the content of Moscow communities on the VK social network. The authors conducted a corpus analysis of a diverse range of records and comments on public pages and groups representing six Moscow districts that vary in socio-economic characteristics. The findings reveal that the dominant semantic components of Moscow district representation primarily focus on territorial features and behavioral aspects of life within the district. Interestingly, the communities of Moscow's post-industrial cluster emphasize cultural identity as a significant aspect of representation. Moreover, the nature of neighborhood representation varies depending on the type of Internet community (managed publics or groups primarily controlled by subscribers). This distinction influences not only the thematic focus but also the content and meaning of the content shared on these social media platforms.

***Key words**: media representation of the city, urban areas, social networks.*

To cite this article: Tikhonova I. A., Kozhemyakin E. A. (2025) Reprezentatsiya rayonov Moskvy v territorial'nykh internet-soobshchestvakh v sotsial'noy seti «VKontakte» [Representation of the Moscow districts in local internet communities on the VK social network]. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika 2*: 33–56. DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.2.2025.3356

DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.2.2025.3356

Введение

Социальные сети выступают одним из механизмов репрезентации жизни территориальных сообществ. Жители районов города создают сообщества в социальных сетях с целью формирования локальной повестки, организации реального взаимодействия для

решения различных проблем, обмена необходимой информацией, личным опытом, то есть для решения коммуникационных, организационных и практических задач. Социальные медиа значительно повышают осведомленность о той или иной территории, а также обеспечивают интерактивную платформу для непосредственного (опосредованного только технологически) участия (Ketter, Avraham, 2012). Не менее важным является то, что в процессе создания контента и взаимодействия с ним в локальных медиа пользователи актуализируют представления о районе города. Интернет-сообщества выступают механизмами сохранения, репрезентации и конструирования представления о локальном и глобальном пространстве, формируя принадлежность незнакомых между собой людей к определенному сообществу и территории (Макогон, 2013). В территориальном дискурсе социальных медиа актуализируются смыслы локальной идентичности, формируются идентификационные ценности и установки (Федотова, 2016). Изучение содержащихся в сообщениях и комментариях интернет-сообществ маркеров предъявления и интерпретации городских районов позволяет уточнить культурные и социальные представления групп общественности о городских локациях, что способствует более эффективному планированию коммуникативных стратегий взаимодействия с жителями городских районов.

В настоящее время контент социальных медиа широко изучается в рамках исследований, посвященных формированию бренда и имиджа территорий. Перспективным направлением исследований является определение признаков контента социальных медиа, в частности интернет-сообществ, по которым можно судить о характере представлений коммуникантов о территории. Более того, тип интернет-сообщества (открытая группа или публичная страница), характер управления его контентом может определять способ и содержание репрезентации территории.

Целью данного исследования является определение способов и содержания репрезентации городских районов в контенте городских социальных сообществ разного типа – администрируемых публичных страниц (пабликов) и открытых групп в социальной сети *VK*. Мы полагаем, что принципы управления контентом, различающиеся в интернет-сообществах этих двух типов, могут определять характер отображения жизни в городских районах, акцентируя те или иные ее аспекты.

Теоретическая рамка исследования и обзор литературы

Город неоднороден в своих экономических, политических, культурных, экологических характеристиках. Вследствие урбанизации и активного развития города человек лишен возможности его целостного восприятия (Чернявская, 2011). С этим связана возрастающая роль локальных сообществ, функция которых – объединение горожан, вовлечение в жизнь локации, формирование и развитие социального и смыслового пространства города (Соколов, Палатников, 2019; Федотова, 2015).

Значение и роль медиа при формировании локальных сообществ рассмотрены в работах В. В. Абашева и И. М. Печищева (2018), О. С. Довбыш (2020), М. В. Зеленцова (2015), Н. Г. Федотовой (2016), A. Hepp, P. Simon, M. Sowinska (2018). Отдельная роль в поддержке сообществ и отображении социальной, культурной, экономической жизни локации отводится социальным сетям, представляющим платформы для общения и обмена информацией внутри сообществ и городов (Rodrigues, Skinner, Dennis, Melewar, 2020).

Авторы выделяют несколько видов активности в социальных сетях, среди которых – информирование о локальной повестке, а также интеграция людей на уровне района (Давыдов, Логунова, 2018, Зуйкина, Аникина, 2023). Локальные социальные медиа также ориентированы на содействие коммуникации между властью и обществом, развлечение и информирование о товарах и услугах локального бизнеса (Нигматуллина, 2021).

Отдельное внимание уделяется социальным функциям локальных сетевых сообществ в зависимости от типа, структуры и организации коммуникации (Скуратов 2009). Исследователи отмечают, что структурно-коммуникационные характеристики локальных интернет-сообществ могут определяться как особенностями «офлайнового» сообщества (Реутов, Реутова, 2017; Скуратов, 2023), так и задачами городского управления (Черкасова, 2021). Не менее важным фактором формата интернет-сообществ исследователи считают особенности локации, параметры которой рассмотрены в работах Е. В. Головневой (2016), Д. Н. Замятина (2003: 48), И. С. Самошкиной (2008), M. Kavaratzis, M. Hatch (2013), M. Lewicka (2008), D. Belanche, L. V. Casalo, C. Flavian (2017). В основе большинства типологических параметров территорий лежат материальные ценности, включая функциональные пространства

и расположенные на них объекты, а также символические элементы – истории и традиции локаций.

В рамках нашего исследования используется классификация критериев идентификации индивидов, предложенная С. Валера и Дж. Гардиа (Valera, Guardia, 2002). Согласно авторам, выделяется шесть идентификационных критериев: территориальный, временной, поведенческий, психосоциальный, социальный, культурно-идеологический. Эти критерии выражают систему признаков, которые позволяют индивидам идентифицировать не только себя в соотношении с территорией, но и саму территорию (район города). Исследователи подчеркивают, что одна и та же локация может быть репрезентирована по-разному в зависимости от приоритетных для коммуникатора критериев: об определенном районе можно говорить в контексте как его архитектурных или инфраструктурных особенностей (территориальный критерий), так и возможностей времяпрепровождения в районе (поведенческий критерий), культурных значений (культурно-идеологический критерий) или эмоционально переживаемых личных событий (психосоциальный критерий). Мы полагаем, что актуализация того или иного критерия различается в зависимости не только от самого района, но и от типа интернет-сообщества, в котором он репрезентируется.

Учитывая разнотипность интернет-сообществ, различные подходы к управлению контентом социальных медиа, а также значительную роль локальных медиа в репрезентации района города и его восприятии, ключевым является вопрос: как в контенте локальных социальных медиа выражается жизнь жителей района в зависимости от типа сообщества?

Методика исследования

Для сбора и анализа данных интернет-сообществ выбрана социальная сеть «ВКонтакте», являющаяся лидером среди российских социальных сетей по показателям месячной аудитории (согласно данным *Cross Web Mediascope*) [1]. Особенностью социальной сети с 2010 г. является наличие двух типов интернет-сообществ: группы, где любой пользователь может добавлять записи (открытый тип группы), а также публичные страницы (паблики), где размещать контент может только администратор, а пользователи могут лишь предлагать свои публикации (Щепилова, Мамедов, 2019). Эта диф-

ференциация типов интернет-сообщества представляется важным фактором для нашего исследования: мы оценивали связь между характером репрезентации района и типом сообщества, который определяется субъектом инициации сообщений в нем и способом управления контентом.

В данном исследовании были рассмотрены интернет-сообщества районов Москвы. Выбор столичного мегаполиса обусловлен наличием интернет-сообществ с большим количеством подписчиков и контента, представленностью всех типов районов крупного города и развитыми коммуникациями в сфере социальных сетей. Критериями отбора сообществ явились: тематическая направленность (сообщество района), наличие возможности предложить новость, опубликовать открытые комментарии, а также активность на период проведения исследования. Выбор сообщества для исследования определялся наибольшим количеством подписчиков на начало сбора данных. Формирование выборочной совокупности происходило также с учетом особенностей районных сообществ: исследовательский интерес представляли как открытые группы, позволяющие размещать информацию любому пользователю, так и паблики, в которых решение о размещении информации принимает администрация сообщества. Таким образом, в качестве эмпирических источников были выбраны паблики: «Мой район: Хамовники»[2], «Сокольники ВАО»[3], «Измайлово»[4], а также открытые группы: «Солнцево»[5], «Ново-Переделкино»[6], «Коммунарка»[7].

Стоит отметить, что количество записей и комментариев в пабликах и группах разных районов значительно различается, что объясняется разным сроком существования страниц, разным количеством и социально-демографическим составом как участников, так и жителей локации, а также самим типом сообщества. Паблики всех трех районов характеризуются низким уровнем вовлеченности (ER <1), в то время как в группах активность пользователей высока (ER >16).

В рамках исследования проведен корпусный анализ массива записей и комментариев на стенах выбранных сообществ. С помощью методик корпусно-лингвистического анализа, позволяющих осуществлять подсчет и составлять обоснованные статистики, формируется достоверная эмпирическая база исследования. Данные в корпусе находятся в естественной контекстной форме, что дает возможность их всестороннего изучения, а сам массив может

использоваться многократно и с различными задачами (Захаров, Богданова, 2013: 6).

Для проведения корпусного анализа использован корпусный менеджер *AntConc*. С помощью функции *Word* произведен подсчет выбранных единиц анализа, встречающихся в корпусе, а с помощью функций *Collocates* и *N-Gram* выявлены устойчивые сочетания языковых единиц.

Сбор текстов осуществлялся с помощью ресурса по автоматизированному сбору и систематизации данных (парсера)[8]. В выбранных сообществах произведен сплошной сбор записей и комментариев на стенах за период с момента создания группы по 15.01.2024 (см. табл. 1).

Таблица 1

Количественные характеристики интернет-сообществ

Название сообщества	**Кол-во подписчиков**	**Кол-во записей**	**Кол-во комментариев**
Паблики			
Мой район: Хамовники	3807	2118	329
Сокольники ВАО	19 952	244	895
Измайлово	14 141	251	910
Открытые группы			
Солнцево	32 633	79 931	601 232
Ново-Переделкино	39 279	186 099	2 235 499
Коммунарка	26 246	40 100	427 328

Для анализа данных в корпусном менеджере проведена лемматизация текстов с помощью *Python*-библиотеки *pymorphy*2.

На основе типологии С. Валера и Дж. Гардиа (Valera, Guardia, 2002) выделены индикаторы и языковые репрезентанты, выступившие в качестве единиц анализа в исследовании. На основании языковых единиц (репрезентант), зафиксированных в текстах сообщений и комментариев, определялись индикаторы и параметры репрезентации районов. Данный алгоритм позволил опреде-

лить наиболее часто встречающиеся в текстах языковые единицы, а следовательно, доминирующие в сообщениях параметры репрезентации района.

Так, для территориального параметра индикаторами стали:

– характеристики территории (границы районов и принадлежность их к другим территориям, взаимодействие с другими территориями, структура и органы управления, улицы, скверы, парки, кварталы). Среди единиц анализа – название локации, «Москва», «город», «район», «площадка», «вал», «округ», «набережная», «парк», «метро», «станция», «остановка», «дорога», «река» и др.;

– маркеры территории (достопримечательности и знаковые архитектурные, культурные, религиозные объекты). Единицы анализа – «музей», «усадьба», «дворец», «памятник», «храм» и др.;

– производственные, экономические объекты, организации. Единицы анализа – «библиотека», «школа», «институт», «университет», «магазин» и др.

Временной параметр включает значимое для индивидов время проживания или пребывания в локации, а также историю (уникальные исторические события) развития территории (района, улицы). Единицы анализа – «год», «век», «месяц».

Индикаторы поведенческого параметра: модели поведения, характерные для городской локации, – паттерны работы, отдыха, коммуникации. Единицы анализа – «выходной», «праздник», «акция», «бег», «тренировка», «расстояние до метро», «добираться до работы» и др.

Психосоциальный параметр включает в себя личностно значимые истории, связанные с жизнью или пребыванием в локации, аспекты образа жизни сообщества. Единицы анализа – «ходить/посещать детский сад/школу», «водить в детский сад/школу» и др.

Социальный параметр рассмотрен в системе таких индикаторов, как референтные и нереферентные группы людей, проживающих в городской локации, типы социальных сообществ, этнический состав и численность населения, возрастная и социальная структура. Единицы анализа – «семья», «житель», «молодежь», «мигрант» и др.

К индикаторам культурно-идеологического параметра отнесены ценности, культурные и религиозные традиции, разделяемые сообществом, культурные события, а также символика территории, известные местные деятели культуры и др. публичные фигу-

ры, а также языковые особенности в виде лексики и выражений, характерных для конкретной локации. Среди единиц анализа – «выставка», «дискуссия», «лекция», «мастер-класс», «фестиваль», «мероприятие», «экскурсия», «концерт», «герб» и др.

Стоит отметить, что ряд языковых единиц (например, «улица», «метро», «дом», «год» и др.) в некоторых контекстах носят технический характер, не являются семантически значимыми, что учитывалось при обработке и анализе данных.

Обсуждение результатов исследования

Репрезентация района в пабликах

В районе Хамовники наиболее часто встречающимися единицами анализа стали «Москва», «район», «Хамовники» (см. табл. 2). Чаще всего слово «район» упоминается в хэштегах «#мой район_Хамовники» и «#ПроРайон_Хамовники». В основном публикации с перечисленными единицами – о новостях района и города, например: «Пока еще велосезон продолжается, стоит взять на заметку то, что через наш район проходит самый популярный веломаршрут в Москве. Маршрут “Бульварное кольцо” связывает между собой 8 районов, среди которых – наши Хамовники, Арбат, Мещанский, Красносельский, Таганский, Басманный, Тверской и Пресненский».

Отметим, что коллокативные связи с наиболее часто употребимыми словами образованы с языковыми маркерами преимущественно культурной жизни района («музей», «выставка», «здание», «фестиваль»), что отражает наличие культурных объектов в данной локации. Так, чаще упоминались Музей Москвы, музей-усадьба Л. Н. Толстого, Государственный музей изобразительных искусств имени А. С. Пушкина, Государственный музей А. С. Пушкина и другие. Публикации о них подчеркивают культурно-развлекательный и просветительский аспекты локаций, с которыми ассоциируется принадлежность району: «Здания Пушкинского музея соединят в единый комплект. Благодаря объединению основных зданий “Музейного квартала” у посетителей будет возможность побывать во всем комплексе, не выходя при этом на улицу».

Таблица 2

Наиболее часто упоминаемые единицы анализа в интернет-сообществе района Хамовники

Единицы анализа	Кол-во упоминаний	Доля упоминаний единиц анализа в совокупности сообщений, относящихся к соответствующему параметру (%)	Доля упоминаний единиц анализа во всем корпусе (%)
Москва	1 202	23	17
район	432	8	5
Хамовники	336	7	5
центр	334	6	5
город	326	6	5
ЦАО	315	6	4
музей	290	6	4
выставка	254	25	4
здание	206	4	3
фестиваль	205	20	3

В интернет-сообществе района Сокольники, как и в Хамовниках, наиболее часто употребимые языковые единицы – название района, «Москва», «район», «город», «метро», указывающие на месторасположение объектов (см. табл. 3).

Название района упоминается чаще вместе со словами «район», «метро» и «парк», в хэштеге «#Сокольники» в публикациях с новостями о локациях в районе, а также в размещаемых жителями объявлениях: «Столичный портал потребителя подготовил полезные рекомендации для жителей района Сокольники, которые помогут с выбором и покупкой новогодних подарков».

«Парк» и «пруд» также часто встречаются в сообщениях, что говорит о значимых для локального сообщества объектах на территории района – парке культуры и отдыха «Сокольники» и Путяевских прудах. Наибольшее количество публикаций с упоминанием этих единиц содержит информацию о возможности времяпрепровождения в местах отдыха: «В будущем, 2024 году, парк культуры и отдыха “Сокольники” продолжат благоустраивать».

Таблица 3

Наиболее часто упоминаемые единицы анализа в интернет-сообществе района Сокольники

Единицы анализа	Кол-во упоминаний	Доля упоминаний единиц анализа в совокупности сообщений, относящихся к соответствующему параметру (%)	Доля упоминаний единиц анализа во всем корпусе (%)
Сокольники	124	20	16
Москва	112	18	15
парк	47	8	6
центр	44	7	6
район	38	6	5
семья	32	6	4
город	27	4	4
метро	21	3	3
пруд	19	3	3

В районе Измайлово наиболее часто встречающейся единицей анализа стала «Москва». Как и в случаях с вышеназванными районами, в Измайлово чаще упоминались единицы, отражающие местоположение объектов, включая наименование самого района, а также «район», «город» (см. табл. 4). Название района встречается в публикациях в хэштеге «#Измайлово», в словосочетаниях «район Измайлово», «Северное Измайлово», «Восточное Измайлово»: «В Измайлове появились льготные парковки для жителей района. Новые парковки расположены на Сиреневом бульваре, на стыке районов Северное Измайлово и Измайлово».

Кроме того, в корпусе часто встречалось слово «парк» (в частности, в публикациях об Измайловском парке). Посты с данной единицей посвящены событиям и мероприятиям, проводимым в парке для посетителей. Среди маркеров территории также присутствовали упоминания «усадьбы»: «В Измайловском парке культуры и отдыха накануне открылся филиал усадьбы Деда Мороза “Снежная королева”».

Таблица 4

Наиболее часто упоминаемые единицы анализа в интернет-сообществе района Измайлово

Единицы анализа	Кол-во упоминаний	Доля упоминаний единиц анализа в совокупности сообщений, относящихся к соответствующему параметру (%)	Доля упоминаний единиц анализа во всем корпусе (%)
Москва	110	21	15
район	63	12	9
Измайлово	58	11	8
город	38	7	5
семья	31	6	4
парк	28	5	4
житель	21	4	3
спорт	20	3	3
усадьба	16	3	2

Репрезентация района в открытых группах

В сообществе района Солнцево наиболее часто встречающейся единицей стало название района (см. табл. 5). К наиболее часто упоминаемым в контенте единицам также можно отнести «Москва», а также «дорога», «метро», «станция». Акцентирование инфраструктурных и транспортных свойств района определяется самим характером района, значимость которого определяется доступностью жителям мест работы, отдыха и т. д.

В отличие от содержания пабликов, в контенте открытой группы часто упоминаются «школа» и «магазин», что говорит о значимости для локации тем для новостей, связанных этими объектами. «Школа» чаще всего упоминается в связи с набором в образовательные учреждения, а также в комментариях, где жители делятся отзывами о школах и задают вопросы о них. Наиболее часто упоминается слово «магазин» в публикациях с объявлениями об открытии районных магазинов, продукции или о вакансиях в них, а также с отзывами членов сообщества: «В районе Солнцево открылся магазин “Кулинария”. Для дегустации блюд приглашаются жители Солнцево и соседних районов».

Таблица 5

Наиболее часто упоминаемые единицы анализа в интернет-сообществе района Солнцево

Единицы анализа	Кол-во упоминаний	Доля упоминаний единиц анализа в совокупности сообщений, относящихся к соответствующему параметру (%)	Доля упоминаний единиц анализа во всем корпусе (%)
Солнцево	23 818	19	15
район	13 787	11	9
Москва	12 498	10	8
магазин	8 611	7	6
метро	7 842	6	5
школа	7 082	5	4
дорога	6 851	5	4
станция	5 375	4	3

В районе Ново-Переделкино также высокая доля упоминаний у таких единиц, как название района, «Москва», «метро», характеризующих местоположение территории. Они упоминались чаще всего в постах с новостями о районе, а также в записях и комментариях членов сообщества с вопросами или отзывами об объектах, строящихся или расположенных на территории района: «Интересные факты о нашем районе: улица Скульптора Мухиной. Улица названа в 1989 году в честь известного советского скульптора Веры Игнатьевны Мухиной».

К наиболее часто употребляемым единицам также можно отнести слова «дорога», «магазин», «школа», например, в публикациях, посвященных строительству инфраструктурных объектов: «На Киевском направлении железной дороги в районе Аминьевского шоссе городские власти задумали построить дополнительную станцию»; а также в публикациях членов сообщества с просьбой поделиться мнениями: «Доброго дня, соседи, подскажите пожалуйста приличную школу в Ново-Переделкино, заранее спасибо!».

В отличие от других районов, одной из самых упоминаемых единиц стал «лес». Это объясняется наличием природных объектов на территории района и вблизи него. Среди популярных словосочетаний в кор-

пусе – «Чоботовский лес», «Ульяновский лесопарк», «Мещерский лес». Единица встречается в публикациях о проводимых мероприятиях, комментариях и отзывах жителей об этих объектах, а также в новостях: «16 апреля ждем всех желающих на традиционном общегородском субботнике на улице Чоботовская, в Чоботовском лесу».

Таблица 6

Наиболее часто упоминаемые единицы анализа в интернет-сообществе района Ново-Переделкино

Единицы анализа	Кол-во упоминаний	Доля упоминаний единиц анализа в совокупности сообщений, относящихся к соответствующему параметру (%)	Доля упоминаний единиц анализа во всем корпусе (%)
район	57 643	17	14
Ново-Переделкино	36 701	11	9
Москва	30 339	9	7
дорога	26 626	8	6
метро	22 142	7	5
магазин	22 115	7	5
школа	18 200	6	4
лес	17 230	5	4
город	12 787	4	3

В локальном сообществе поселка Коммунарка Новомосковского административного округа среди единиц анализа преобладают название района и непосредственно «город Москва» (см. табл.7). Название района чаще упоминается в хэштеге «#Коммунарка», который указывается совместно с хэштегами «#Сосенское», «#НоваяМосква», «#ТИНАО», что отражает принадлежность поселка к более крупным административно-территориальным единицам. Такие упоминания чаще всего встречаются в записях сообщества о различного вида проблемах, обращениях и вопросах, связанных с функционированием объектов на территории локации (благоустройство, дороги, общественный транспорт и др.), и о мероприятиях, проходящих как на территории поселка, так в Новой Москве, например: «Полгода назад,

по просьбе жителей Коммунарки, отправили депутатский запрос в Генеральную прокуратуру по вопросу бездействия Департамента транспорта г. Москвы по поводу сложившейся негативной ситуации с общественным транспортом в поселении».

Среди наиболее часто упоминаемых единиц также – «школа». Публикации с ее упоминанием были связаны со строительством, открытием и функционированием школ на территории поселка: «Начал ходить школьный автобус. С 9 ноября между пос. Коммунарка и микрорайоном Бунинский начал курсировать автобус для подвоза обучающихся ГБОУ Школы № 2070».

По сравнению с другими районами, в данном локальном сообществе среди единиц анализа упоминается «житель», отражающий социальный параметр. Чаще всего в словосочетаниях «жители Коммунарки» и «жители поселения Сосенское», в обращениях к членам сообщества, в публикациях новостного характера или объявлениях: «Уважаемые жители поселения Сосенское! Приглашаем Вас на интересное мероприятие Военно-исторический спортивный праздник “Времена и Эпохи воинской доблести”».

Таблица 7

Наиболее часто упоминаемые единицы анализа в интернет-сообществе поселка Коммунарка

Единицы анализа	Кол-во упоминаний	Доля упоминаний единиц анализа в совокупности сообщений, относящихся к соответствующему параметру (%)	Доля упоминаний единиц анализа во всем корпусе (%)
Коммунарка	26 128	23	19
Москва	11 999	11	8
школа	9 241	8	7
дорога	8 205	7	6
район	7 023	6	5
метро	6 914	6	5
парк	5 056	4	4
житель	4 984	3	4
поселение	3 236	2	2

Общие результаты

По итогам проведенного исследования можно сделать вывод, что в процессе отображения жизни столичного района как в пабликах, так и в открытых группах актуализируются преимущественно территориальный и поведенческий параметры репрезентации локации, выражающие месторасположение районов и объектов, находящихся на их территории, а также паттерны отдыха и коммуникации между жителями. Реже упоминались социальный, временной и культурно-идеологический параметры (см. табл. 8).

Таблица 8

Доля упоминаний параметров локальной идентичности (%)

Параметр	Хамовники	Сокольники	Измайлово	Солнцево	Ново-Переделкино	Коммунарка
Территориальный	73	81	75	81	81	83
Временной	4	2	2	2	2	2
Поведенческий	6	9	11	9	9	7
Психосоциальный	0	0	0	0	0	0
Социальный	3	6	7	4	5	7
Культурно-идеологический	15	3	5	4	7	2

Самыми часто употребляемыми единицами во всей совокупности стали название районов, «район», «Москва» и «дорога».

Из единиц территориального параметра в корпусе чаще всего упоминался «район» (10,98%), из временного – «история» (1,38%), поведенческого – «праздник» (2,24%), социального – «житель» (2,9%), культурно-идеологического – «мероприятие» (0,82%).

Вместе с тем можно отметить, что доля упоминаний единицы «район» от всех упоминаний в территориальном параметре составляет 13,53%, «история» – 69,3% от всех упоминаний временного параметра, «праздник» – 25,91% от единиц поведенческого параметра, «житель» – 53,44% от социального, «мероприятие» – 29% от всех упоминаний единиц культурно-идеологического параметра.

Во всем корпусе не были обнаружены единицы, характеризующие психосоциальный параметр, что может быть обосновано типом и характером публикаций в данных сообществах. В основном запи-

си как от лица администраторов, так и от членов сообщества содержат в себе новости о локации, объявления, мнения по поводу тех или иных объектов на территории районов и не включают значимые истории, связанные с опытом проживания человека на данной территории. Кроме того, в силу большого объема слов в корпусе искомый параметр мог быть отражен посредством других единиц анализа, а не тех, которые были выделены предварительно перед исследованием. Выявление данного параметра локальной идентичности возможно дополнить в ходе качественного исследования.

Несмотря на то что основной акцент при репрезентации района в пабликах и открытых группах сделан на территориальных признаках района, очевидны различия в предметно-смысловой акцентуации такой репрезентации. В то время как в пабликах доминируют маркеры скорее формально-демонстрационных аспектов территории (достопримечательности, инфраструктурные объекты, новые объекты недвижимости и т. д.), контент открытых групп в большей степени фокусируется на социальных объектах («школа», «магазин», «метро»), имеющих значение для повседневной активности жителей.

Заключение

Контент городских локальных сообществ в социальных сетях репрезентирует различные аспекты жизни столичного района, которые могут быть формализованы в системе параметров и языковых маркеров. Характер и содержание репрезентаций района определяется различными факторами – историей района, продолжительностью проживания в нем пользователей и т. д. Однако одним из факторов репрезентирующего контента социальных медиа является тип сообщества (паблик или открытая группа), который специфицирован коммуникационными особенностями медиа и способом управления контентом. Общей тенденцией для пабликов и открытых групп является акцентированная репрезентация территориальных аспектов района. Мы предполагаем, что важным фактором репрезентации жизни района являются его объективные характеристики (экономические, инфраструктурные, культурные и т. п.): например, в интернет-сообществе района Хамовники в большей степени, чем в иных сообществах, транслируется принадлежность локации к более крупным административно-территориальным единицам, информация о знаковых для района культурно-

исторических объектах и сведения о проводимых культурных мероприятиях.

Для репрезентирующего контента администрируемых публичных страниц (пабликов) характерно акцентирование общественной значимости пространственных характеристик района, паттернов отдыха, официальных мероприятий, проходящих на территории района. Посредством таких стратегий коммуникаторы вовлекают жителей в событийную деятельность, интерпретируют жизнь в районе как событийно насыщенную, а существующие проблемы – как конструктивно решаемые.

Подчеркнем, что тематическая структура репрезентирующего контента открытых групп не отличается от контента пабликов: жители районов также обсуждают территориальные и поведенческие аспекты локальной жизни. В то же время репрезентация локации в открытых группах имеет некоторую специфику. Для них характерно упоминание объектов, расположенных как на их территории, так и в близлежащих локациях, включая социальные и торговые организации, значимые маркеры территории, а также присущих жителям особенностей взаимодействия и коммуникации. Преобладание данной комбинации параметров в текстах указывает на их важность для членов сообщества в ходе коммуникации в социальной сети и в процессе жизнедеятельности. Также частое упоминание тех или иных природных, экономических, социальных, культурных объектов, транспорта и мест для времяпрепровождения, помимо их непосредственного наличия на территории, может указывать на наличие осознаваемых жителями социальных и прочих проблем и, следовательно, использование социальных медиа как инструмента их обсуждения.

Для открытых групп характерным является большее внимание к социально значимым объектам (школа, магазин, метро), тогда как паблики в большей степени акцентируют внимание на формально-административных (район, центр, округ) и культурных (фестиваль, усадьба, музей) объектах. Несмотря на то что тематически все эти единицы являются репрезентантами одного параметра – территориального, смысловые акценты смещены в область общественных категорий в открытых группах и в область скорее управленческих конструктов – в пабликах. Это обстоятельство свидетельствует, на наш взгляд, о различных способах репрезентации столичного района в социальных сетях, обусловленных наличием или отстутствием возможности инициировать создание кон-

тента. Отметим также, что паблики районов характеризуются гораздо меньшим уровнем вовлеченности подписчиков, в то время как пользователи групп районов проявляют активность при взаимодействии в рамках сообщества. Подчеркнем, что, несмотря на указанные отличия, в контенте и групп, и пабликов очевидно наличие публикаций по схожим тематикам о локации, харатеризующим локальную идентичность пользователей.

В качестве дополнительного вывода укажем на следующее обстоятельство. Помимо предметно-смысловых различий между пабликами и открытыми группами, были выявлены некоторые формальные лингвостилистические отличия: в пабликах существенно чаще используется административно-бюрократический стиль и канцелярский дискурс, тогда как в открытых группах – свободный стиль общения и просторечная лексика.

Данное исследование имеет несколько ограничений, к которым можно отнести выбор одного сообщества каждого из районов в одной социальной сети с характерными для нее форматами публикаций и взаимодействия. С учетом того, что паблики районов в социальной сети «ВКонтакте» характеризовались низкой активностью и уровнем вовлеченности, возможно изучение сообществ данных районов в других медиа (в частности, в локальных телеграм-каналах). Таким образом, второе ограничение результатов исследования касается вида социальных медиа: выводы исследования распространяются только на социальную сеть *VK* и характеризуют ключевые особенности репрезентации столичных районов именно в этом сегменте интернета.

Исследование репрезентации районов мегаполиса в интернет-сообществах может иметь несколько практических применений в различных сферах – от культурной политики до маркетинга. Понимание того, как люди представляют в социальных медиа жизнь района, может помочь в разработке стратегий для поддержки локальных инициатив и повышения вовлеченности жителей, для создания более персонализированных маркетинговых кампаний, которые будут лучше резонировать с целевой аудиторией. Это особенно полезно для локальных брендов или сервисов, для продвижения туризма, сохранения культурного наследия и создания уникального имиджа локации и в целом для разработки более эффективных коммуникационных стратегий, которые будут лучше восприняты местным населением.

Примечания

[1] Рейтинги. Интернет // Mediascope. Режим доступа: https://mediascope.net/data/#internet (дата обращения: 17.02.2024).

[2] Сообщество «Мой район: Хамовники». Режим доступа: https://vk.com/khamovniki_myhome (дата обращения: 08.01.2024).

[3] Сообщество «Сокольники ВАО». Режим доступа: https://vk.com/public180407106 (дата обращения: 08.01.2024).

[4] Сообщество «Измайлово». Режим доступа: https://vk.com/public180407358 (дата обращения: 08.01.2024).

[5] Сообщество «Солнцево». Режим доступа: https://vk.com/moesolncevo (дата обращения: 08.01.2024).

[6] Сообщество «Ново-Переделкино». Режим доступа: https://vk.com/moeperedelkino (дата обращения: 08.01.2024).

[7] Сообщество КОММУНАРКА. Режим доступа: https://vk.com/newkommunarka (дата обращения: 08.01.2024).

[8] Парсер социальных сетей VK.BARKOV.NET. Режим доступа: https://vk.barkov.net (дата обращения: 15.01.2024).

Библиография

Абашев В. В., Печищев И. М. Городские сетевые издания как агенты урбанизации // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2018. № 4. С. 201–214.

Головнева Е. В. Мифологизация как способ конструирования городской идентичности (Екатеринбург на интернет-форумах) // Уральский исторический вестник. 2016. № 3. С. 43–51.

Давыдов С. Г., Логунова О. С. Сообщества московских районов в социальных медиа: контент и его модерация // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2018. № 1. С. 204–221.

Довбыш О. С. Роль гиперлокальных медиа в коммуникации между властью и обществом в российских регионах // Журнал исследований социальной политики. 2020. Т. 18. № 3. С. 475–490.

Замятин Д. Н. Гуманитарная география: пространство и язык географических образов. СПб.: Алетейя, 2003.

Захаров В. П., Богданова С. Ю. Корпусная лингвистика. СПб.: СПбГУ. РИО. Филологический факультет, 2013.

Зеленцов М. В. Городские медиа: условия функционирования // Вопросы теории и практики журналистики. 2015. Т. 4. № 3. С. 262–272.

Зуйкина К. Л., Аникина М. Е. Районные Telegram-каналы Москвы: опыт контент-аналитического исследования // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2023. № 6. С. 87–117.

Макогон Т. И. Локальное и глобальное в местных сообществах // Известия Томского политехнического университета. Инжиниринг георесурсов. 2013. Т. 323. № 6. С. 96–102.

Нигматуллина К. Р. Место социальных сетей в развитии региональной журналистики в России // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2023. № 1. С. 30–50.

Реутов Е. В., Реутова М. Н. Социальные сети в реальном и виртуальном пространстве местных сообществ: границы пересечения // Власть. 2017. Т. 25. № 5. С. 68–73.

Самошкина И. С. Территориальная идентичность как предмет социально-психологического исследования // Вестник РГГУ. Серия «Психология. Педагогика. Образование». 2008. № 3. С. 43–53.

Скуратов А. Б. Локальные интернет-сообщества крупного российского города: социально-стратификационный анализ: дис. ... канд. соц. наук. Екатеринбург, 2009.

Скуратов А. Б. К вопросу о генезисе понятия «локальное интернет-сообщество» // Миссия конфессий. 2023. Т. 12. № 6 (71). С. 54–58.

Соколов А. В., Палатников Д. Е. Природа и конфликтные стратегии городских сообществ в условиях виртуализации политического пространства // Власть. 2019. № 6. С. 97–102.

Черкасова М. А. Сетевые сообщества и смена парадигмы муниципального управления на примере г. Москвы // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2021. № 1. С. 82–86.

Чернявская О. С. Осмысление понятия территориальной идентичности // Вестник Вятского государственного университета. 2011. № 4. С. 70–76.

Федотова Н. Г. Конструирование территориальной идентичности: коммуникативные аспекты // Ученые записки Новгородского государственного университета имени Ярослава Мудрого. 2016. № 1. С. 8–12.

Федотова Н. Г. Территориальная идентичность как символический ресурс региона // Вестник Новгородского государственного университета имени Ярослава Мудрого. 2015. № 7 (90). С. 105–108

Щепилова Г. Г., Мамедов Д. З. О. Публичные страницы «ВКонтакте»: контентные стратегии // Меди@льманах. 2019. № 4. С. 46–56.

Belanche D., Casaló L. V., Flavián C. (2017) Understanding the cognitive, affective and evaluative components of social urban identity: Determinants, measurement, and practical consequences. *Journal of Environmental Psychology* 50: 138–153.

Hepp A., Simon P., Sowinska M. (2018) Living together in the mediatized city: The figurations of young people's urban communities. *Communicative figurations: Transforming communications in times of deep mediatization*. P. 51–80.

Kavaratzis M., Hatch M. J. (2013) The dynamics of place brands: An identity-based approach to place branding theory. *Marketing theory* 13 (1): 69–86.

Ketter E., Avraham E. (2012) The social revolution of place marketing: The growing power of users in social media campaigns. *Place Branding and Public Diplomacy* 8: 285–294.

Lewicka M. (2008) Place attachment, place identity, and place memory: Restoring the forgotten city past. *Journal of environmental psychology* 28 (3): 209–231.

Rodrigues C., Skinner H., Dennis C., Melewar T. C. (2020) Towards a theoretical framework on sensorial place brand identity. *Journal of Place Management and Development* 13 (3): 273–295.

Valera S., Guardia, J. (2002) Urban social identity and sustainability: Barcelona's Olympic Village. *Environment and behavior* 34 (1): 54–66.

Notes

Reytingi. Internet [Ratings. Internet]. *Mediascope*. Available at: https://mediascope.net/data/#internet (accessed: 02.17.2024).

Soobshchestvo "Moy rayon: Khamovniki" [Community "My district: Khamovniki"]. Available at: https://vk.com/khamovniki_myhome (accessed: 08.01.2024).

Soobshchestvo "Sokolniki VAO" [Community "Sokolniki EAO"]. Available at: https://vk.com/public180407106 (accessed: 08.01.2024).

Soobshchestvo "Izmailovo" [Community "Izmailovo"]. Available at: https://vk.com/public180407358 (accessed: 08.01.2024).

Soobshchestvo "Solntsevo" [Community "Solntsevo"]. Available at: https://vk.com/moesolncevo (accessed: 08.01.2024).

Soobshchestvo "NOVO-PEREDELKINO" [Community "NOVO-PEREDELKINO"]. Available at: https://vk.com/moeperedelkino (accessed: 08.01.2024).

Soobshchestvo "KOMMUNARKA" [Community "KOMMUNARKA"]. Available at: https://vk.com/newkommunarka (accessed: 08.01.2024).

Parser social'nyh setey [Social Network Parser]. *VK.BARKOV.NET*. Available at: https://vk .barkov.net (accessed: 15.01.2024).

References

Abashev V. V., Pechishchev I. M. (2018) Gorodskie setevye izdaniya kak agenty urbanizatsii [Urban online media as agents of urbanization]. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya* 4 (30): 201–214. (In Russian)

Belanche D., Casaló L. V., Flavián C. (2017) Understanding the cognitive, affective and evaluative components of social urban identity: Determinants, measurement, and practical consequences. *Journal of Environmental Psychology* 50: 138–153.

Cherkasova O. S. (2021). Setevyie soobschestva i smena paradigm munitsipalnogo upravleniya na primere Moskvy [Network communities and the change of the paradigm of municipal governing based on Moscow]. *Gosudarstvennoye i munitsipalnoye upravleniye. Uchenyie zapiski* 1: 82–86. (In Russian)

Chernyavskaya O. S. (2011) Osmyslenie ponyatiya territorial'noy identichnosti [Understanding the concept of territorial identity]. *Vestnik Vyatskogo gosudarstvennogo universiteta* 4: 70–76. (In Russian)

Davydov S. G., Logunova O. S. (2018) Soobshchestva moskovskikh rayonov v sotsial'nykh media: kontent i ego moderatsiya [Moscow districts' social media communities: content and its moderation]. *Monitoring of public opinion: economic and social changes* 1: 204–221. (In Russian)

Dovbysh O. S. (2020) Rol' giperlokal'nykh media v kommunikatsii mezhdu vlast'yu i obshchestvom v rossiyskikh regionakh [The role of hyperlocal media

in communication between government and society in Russian regions]. *Zhurnal issledovaniy social'noy politiki* 18 (3): 475–490. (In Russian)

Fedotova N. G. (2016) Konstruirovanie territorial'noy identichnosti: kommunikativnye aspekty [The construction of place identity: communicative aspects]. *Uchenye zapiski Novgorodskogo gosudarstvennogo universiteta* 1 (5): 8–12. (In Russian)

Fedotova N. G. (2015) Territorial'naya identichnost' kak simvolicheskiy resurs regiona [Place identity as a symbolic resource of the region]. *Vestnik Novgorodskogo gosudarstvennogo universiteta im. Yaroslava Mudrogo* 7 (90): 105–108. (In Russian)

Golovnyova E. V. (2016) Mifologizatsiya kak sposob konstruirovaniya gorodskoy identichnosti (Ekaterinburg na internet-forumakh) [Mythologization as a way of constructing urban identity (Yekaterinburg on Internet forums)]. *Ural'skiy istoricheskiy vestnik* 3: 43–51. (In Russian)

Hepp A., Simon P., Sowinska M. (2018) Living together in the mediatized city: The figurations of young people's urban communities. *Communicative figurations: Transforming communications in times of deep mediatization*. P. 51–80.

Kavaratzis M., Hatch M. J. (2013) The dynamics of place brands: An identity-based approach to place branding theory. *Marketing theory* 13(1): 69–86.

Ketter E., Avraham E. (2012) The social revolution of place marketing: The growing power of users in social media campaigns. *Place Branding and Public Diplomacy* 8: 285–294.

Lewicka M. (2008) Place attachment, place identity, and place memory: Restoring the forgotten city past. *Journal of environmental psychology* 28 (3): 209–231.

Makogon T. I. (2013). Lokal'noe i global'noe v mestnykh soobshchestvakh [Local and global in local communities] . *Izvestiya Tomskogo politekhnicheskogo universiteta. Inzhiniring georesursov* 323 (6): 96–102. (In Russian)

Nigmatullina K. R. (2021) Mesto sotsial'nykh setey v razvitii regional'noy zhurnalistiki v Rossii [The place of social networks in the development of regional journalism in Russia]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika* 1: 30–50. (In Russian)

Reutov E. V., Reutova M.N. (2017). Sotsialnyie seti v realnom i virtualnom prostranstve mestnykh soobschestv: granitsy peresecheniya [Social networks in real and virtual space of local communities]. *Vlast'* 25 (5), 68–73. (In Russian)

Rodrigues C., Skinner H., Dennis C., Melewar T. C. (2020) Towards a theoretical framework on sensorial place brand identity. *Journal of Place Management and Development* 13 (3): 273–295.

Samoshkina I. S. (2008) Territorial'naya identichnost' kak predmet sotsial'no-psikhologicheskogo issledovaniya [Place identity as a subject of sociopsychological research]. *Vestnik RGGU. Seriya «Psikhologiya. Pedagogika. Obrazovanie»* 3: 43–53. (In Russian)

Shchepilova G. G., Mamedov D. Z. O. (2019). Publichnye strantsy "VKontakte": kontentnye strategii. MediAal'manah 4 (93): 46–56. (In Russian)

Skuratov A. B. (2009) Lokal'nyie internet-soobschestva krupnogo rossijskogo goroda: sotsial'no-stratifikatsionniy analiz [Local web-communities of a large Russian city: social and stratification analysis]. Ekaterinburg. (In Russian)

Skuratov A. B. (2023) K voprosu o genezise ponyatiya “lokal’noe internet-soobschestvo” [To the genesis of the notion “local web community”. *Missiya konfessiy* 12 (6): 54–58. (In Russian)

Sokolov A. V., Palatnikov, D. E. (2019) Priroda i konfliktnye strategii gorodskikh soobshchestv v usloviyakh virtualizatsii politicheskogo prostranstva [The nature and conflict strategies of urban communities in the context of the virtualization of political space]. *Vlast’* 6: 97–102. (In Russian)

Valera S., Guardia, J. (2002) Urban social identity and sustainability: Barcelona’s Olympic Village. *Environment and behavior* 34 (1): 54–66.

Zakharov V. P., Bogdanova S.Yu. (2003) *Korpusnaya lingvistika* [Corpus Linguistics]. St. Petersburg: SPbGU. RIO. Filologicheskiy fakul’tet. (In Russian)

Zamyatin D. N. (2003) *Gumanitarnaya geografiya* [Humanitarian geography]. St. Petersburg: Aleteyya. (In Russian)

Zelentsov M. V. (2015) Gorodskie media: usloviya funktsionirovaniya [Urban media: operating conditions]. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki* 4 (3): 262–272. (In Russian)

Zuykina K. L., Anikina M. E. (2023) Rayonnye telegram-kanaly Moskvy: opyt kontent-analiticheskogo issledovaniya [District telegram-channels in Moscow: experience in content analysis research]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika* 6: 87–117. (In Russian)

Поступила в редакцию
17.03.2024

ИСТОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

Лысенко Артем Валерьевич, кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры зарубежной журналистики и литературы, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, г. Москва, Россия; e-mail: artem.v.lysenko@gmail.com, ORCID 0000-0002-9399-4512

«НОВАЯ ТАКТИКА» В ГАЗЕТЕ РУССКОЙ ЭМИГРАЦИИ ПЕРВОЙ ВОЛНЫ «ГОЛОС РОССИИ»

Берлинская газета русской эмиграции «Голос России», перешедшая в 1921 г. под идейное руководство П. Н. Милюкова, ставила своей целью популяризацию сформулированной им новой концепции задач эмигрантского сообщества – «новой тактики» – в период укрепления торговых и дипломатических отношений Советской России с Германией, Великобританией и другими странами Запада. Тактика провозглашала необходимость усиления доверия к народу России со стороны эмиграции, а также отказ от идей иностранной интервенции и от надежды на массовое и скорое возвращение на Родину. В «Голос России» пришла команда единомышленников П. Н. Милюкова, до революции связанных с ним сотрудничеством с кадетской газетой «Речь», а также с парижской газетой «Последние новости» – основным делом Милюкова в период эмиграции. «Новую тактику» не приняло большинство русских эмигрантских изданий разных политических направлений, начался виток бескомпромиссной полемики. В статье описаны особенности ведения дискуссий в газетах эмиграции первой волны, характер, цели и задачи издания.

***Ключевые слова**: русская эмиграция, газета «Голос России», П. Н. Милюков, концепция «новая тактика».*

Как цитировать: *Лысенко А. В.* «Новая тактика» в газете русской эмиграции первой волны «Голос России» // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2025. № 2. С. 57–79. DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.2.2025.5779

Artem V. Lysenko, PhD in Philology, Senior Lecturer at the Department of Foreign Journalism and Literature, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; e-mail: artem.v.lysenko@gmail.com, ORCID 0000-0002-9399-4512

"NEW TACTICS" IN THE NEWSPAPER OF FIRST-WAVE R USSIAN EMIGRANTS "THE VOICE OF RUSSIA"

This article delves into the Russian émigré newspaper "Golos Rossii," published in Berlin in 1921 under the leadership of editor Pavel N. Milyukov and his associates. The publication aimed to champion Milyukov's "new tactics," a concept

that emerged during the intensification of trade and diplomatic relations between Soviet Russia and Western countries, particularly Germany and Great Britain. These tactics advocated for emigrants to place trust in the Russian people, rejecting the notion of foreign intervention and abandoning hopes for a swift and extensive return to Russia. Prior to the revolution, the editorial team of "The Voice of Russia" collaborated with the cadet newspaper "Rech." Later, they joined forces with the renowned émigré newspaper "Poslednie Novosti" (Paris). However, the "new tactics" were not universally accepted by Russian émigré publications of diverse political leanings, leading to a heated controversy. During its six-month tenure under Milyukov's direction, "The Voice of Russia" garnered little scholarly attention despite its significance. This article seeks to rectify this oversight by analyzing the newspaper's editorial strategy and its role in shaping the discourse and opinions within emigrant communities. In February 1922, Milyukov's team abruptly left "The Voice of Russia," citing the challenging economic circumstances. The promotion of the "new tactics" continued through "Poslednie Novosti" (1920–1940) in Paris.

***Key words**: Russian emigration, newspaper "The Voice of Russia", P. N. Milyukov, concept of "new tactics".*

To cite this article: Lysenko A. V. (2025) Novaya taktika» v gazete russkoy emigratsii pervoy volny «Golos Rossii» ["New Tactics" in the Newspaper of First-Wave Russian Emigrants "The Voice of Russia"]. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika 2*: 57–79. DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.2.2025.5779

DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.2.2025.5779

Введение

В 1921 г., почти через четыре года после революции в России, в прессе русской эмиграции все отчетливее зазвучало мнение, что возврат на родину, особенно в качестве политической силы, в скором времени невозможен. Заметнее других в этот период просматривалась позиция П. Н. Милюкова – одного из идейных лидеров русской эмиграции, основателя и в прошлом председателя Центрального комитета Конституционно-демократической партии народной свободы (партии кадетов). «После стольких неудачных опытов»[1] появилась настоятельная необходимость принципиально переосмыслить отношение русской эмиграции к родине: надеяться на военный успех остатков Русской армии Врангеля, осевших за границей, на иностранную интервенцию, рассчитывать на массовое возвращение домой немыслимо. В этих настроениях просматривались истоки политико-идеологической «новой тактики» эмиграции – сформулированной и разработанной Милюковым

концепции, которую он излагал перед своими соратниками по партии в 1920 г.[2] На одном из совещаний П. Н. Милюков отмечал: «После крымской катастрофы с несомненностью для меня выяснилось, что даже военное освобождение невозможно, ибо оказалось, что Россия не может быть освобождена вопреки воле своего народа»[3].

Народ России, согласно «новой тактике», сам должен определять свою судьбу, надо ему только помогать в этом: «Мы полагаем, что внутри России делается для дела ее освобождения так много сознательного, что сотрудничество извне не может рассчитывать превратиться в руководство», – писал Милюков[4].

Провозглашая тезисы «новой тактики», весной 1921 г. П. Н. Милюков возглавил парижскую газету «Последние новости», превратив ее вскоре в наиболее популярное и влиятельное издание в среде русской диаспоры. Летом того же года Милюков взял под идейное руководство и газету «Голос России», занимавшей второе по значимости место (после газеты «Руль») среди русских эмигрантских газет Берлина. Разумеется, новая программа борьбы с большевистской властью была к тому времени уже хорошо известна и широко обсуждалась не только в Париже, но во всех странах русского зарубежья, в том числе в Германии. Реальное и оперативное присутствие в информационном пространстве Берлина, столицы Веймарской республики, географически наиболее близкого к России центра русских изгнанников[5], активное продвижение идей среди новых читателей, защита концепции через свое издание обретали для Милюкова важное значение.

Эмпирической базой проведенного исследования послужили материалы берлинских газет «Голос России» и «Руль» 1921–1922 гг. Анализ пятидесяти публикаций, в которых затрагивается позиция «Голоса России» в период идейного руководства П. Н. Милюкова, а также архивных материалов ГАРФ помог выявить особенности полемики эмигрантских изданий, специфику поиска нового взгляда на судьбы России. Для определения контекста использовались монографии (Флейшман, Хьюз, Раевская-Хьюз, 1983; Schlögel, 1994; Яковлева, 1995; Шкаренков, 1987; Лысенко, 2000), а также энциклопедическая статья[6].

Необходимо отметить, что «Голос России» этого периода до сих пор почти не привлекал внимания исследователей эмигрантской печати. Издание упоминается в перечисленных работах, однако степень научной фокусировки на периоде идейного руководства

П. Н. Милюкова и внедрения «новой тактики» в Берлине представляется недостаточной. Вместе с тем изучаемый отрезок истории газеты «Голос России» в контексте полемики с другими эмигрантскими изданиями Германии (в особенности с газетой «Руль») проливает свет на специфику работы русскоязычной прессы и поиски эмиграцией своего будущего.

Результаты анализа помогают провести параллели с ведущими изданиями русской эмиграции 1920-х гг.

Новая Россия и новые настроения в прессе русской эмиграции

Новая позиция газеты «Голос России», сформулированная в 1921 г. одним из самых заметных общественых деятелей эмиграции П. Н. Милюковым, представляется примером вполне профессиональной реакции на текущие явления, достойного оппонирования политическим противникам, использования установок «новой тактики» применительно к событиям в жизни России, к продолжающимся на родине процессам социальной трансформации, к актуальным вопросам и событиям в эмиграции, прежде всего в Германии, к сложным международным проблемам.

В то время, когда в газете работала команда П. Н. Милюкова, на родине происходили чрезвычайно важные события: страна переживала болезненный переход от Гражданской войны и иностранной интервенции к восстановлению экономики. Наблюдалось и некоторое сближение Советской России с западными странами: в 1921 г. Германия заключает торговое соглашение с Советской Россией, ставшее важным шагом на пути к взаимному дипломатическому признанию в 1922 г. Германия стала первой страной, дипломатически признавшей РСФСР. Советская власть, в свою очередь, отменив военный коммунизм, брала курс на нэп, чему предшествовали и крестьянские бунты, и кронштадтский мятеж.

Поначалу эмиграция связывала с бунтами, изрядно напугавшими российские власти, надежды на скорые перемены. Однако после их жесткого подавления тональность выступлений на страницах русских зарубежных газет меняется, у авторов и читателей настроение нетерпеливого ожидания сменяется чувством безысходности, апатии, эмигрантское сообщество солидаризируется с теми, кто в России скорбит о жертвах мятежей (Лысенко, 2000: 69). Вместе с тем возникает потребность в осмыслении новой

ситуации в России, требующей пересмотра отношения к ней со стороны эмиграции. Наступало время диалога между странами Запада и Россией.

Берлин в середине 1920-х на относительно короткое время становится местом наиболее интенсивных дискуссий представителей разных политических направлений по вопросам будущего России (Котельников 2022: 101), что находит отражение в прессе. В частном письме П. Н. Милюков определяет общее настроение: «В новом воздухе по-новому звучат даже иные из прежних слов, а другие – стали определеннее и резче оттого, что испепелились тяжелые привески к ним, создававшиеся старой обстановкой. Только мертвое бывает неизменным, то, что живет или хочет жить, не может оставаться неподвижным»[7]. В эмигрантской прессе идет интенсивное переосмысление понимания места России в международном сообществе, а вместе с ним – поиск новой линии в отношении к большевикам.

В июле 1921 г. в Праге выходит сборник «Смена вех»[8], давший название известному общественному движению русской эмиграции. П. Б. Струве[9] так определил в берлинской газете «Руль» приоритеты нового течения: «Несмотря на интернационалистическую и коммунистическую идеологию вождей большевизма, большевистская власть осуществляет какое-то национальное призвание. Сама история нудит интернационалистов осуществлять национальные задачи страны <...> Вооруженная борьба с советской властью при том или ином участии иностранцев, даже в случае ее победы, будет куплена ценою жертв, губительных для страны»[10].

Примечательно, что во введении к сборнику авторы отметили: они не являются в полной мере единомышленниками. Г. П. Струве позднее отмечал, что их объединяла не концепция, а общее настроение, «которое и получило свое обозначение в кличке “сменовеховство”»[11]. Три автора сборника[12] позднее, в разные периоды, войдут в редколлегию берлинской газеты «Накануне» (1922–1924), видевшей одной из своих задач развитие этих настроений. Другая общественная позиция просматривался в нашумевшем сборнике «Исход к Востоку»[13]. В русскоязычной прессе группу «евразийцев» называли представителями одного из «наиболее интересных течений русского неонационализма»[14]. П. Н. Милюков отмечал, что у новых теорий «есть что-то от меня»[15], как бы подчеркивая старшинство «новой тактики», раньше других оказавшейся в центре многообразной полемики, свидетельствовавшей о потребности

поиска нового взгляда на новую Россию. С целью популяризации «новой тактики» в Берлине Милюков принимает идейное руководство газетой «Голос России».

До этого периода издание сменило несколько направлений. Газета, по свидетельству «Руля», переживала перманентный внутренний кризис: «Только что после большевистских колебаний от “Мира и Труда”[16] “Голос России” перешел к нововременцу Крымову, теперь возвещается столь же неожиданно о переходе от Крымова[17] к гг. Литовцеву и Неманову при ближайшем участии П. Н. Милюкова»[18]. Литовцев и Неманов были опытными журналистами, давними сотрудниками дореволюционной кадетской газеты «Речь», которую Милюков редактировал[19]. Реально именно они руководили всем редакционным процессом в «Голосе России» с 5 августа 1921 до 21 февраля 1922 г. «Ближайшее участие» самого Милюкова в выпуске газеты, помимо публиковавшихся там его статей[20], выражалось в проводимой им в обоих подконтрольных изданиях, парижском и берлинском, линии «новой тактики». Но, надо полагать, на самом деле участие его не всегда могло быть буквально «ближайшим», так как Павел Николаевич жил в Париже и предметно занимался «Последними новостями»; кроме того, из тех шести с половиной месяцев, что связывали его с «Голосом России», три последних он находился в командировке в США. Однако, повторим, газетой руководили крепкие профессионалы и идейные соратники Милюкова.

Приняв руководство «Голосом России», новая команда внешне в издании ничего не изменила. Прежними остались название газеты[21], логотип, шрифты, другие элементы оформления, продолжилась нумерация: первый выпуск издания вышел под номером 728, последний – 897. Однако с самого начала, с обращения к читателям, был взят курс на решение главной задачи – осмысление событий и явлений через призму «новой тактики». Выходящий в Берлине «Голос России» становился продолжением парижских «Последних новостей» с охватом нового контингента читателей. Как и парижское издание, газета выходила в ежедневном режиме, кроме понедельника. Единое руководство изданиями проявлялось не только в проведении общей линии «новой тактики», но и во взаимной поддержке ряда редакционных начинаний, в совместном решении тактико-технических вопросов: например, иногда принималось решение какую-либо статью печатать в обоих изданиях, но в «Последних новостях» – в полном виде, а в «Голосе России» – в сокращенном или наоборот[22].

Идейный стержень газеты

В программной передовой статье, открывавшей первый номер газеты с новым руководством, указывалось на невозможность идейного примирения с большевиками: «Мы не соблазнимся иллюзиями постепенного перерождения большевистского режима: нельзя строить на гнилом фундаменте»[23]. Но подчеркивалась необходимость решительного отказа от внешних методов борьбы с советской властью: «Внутренние силы России и внутреннее бессилие большевиков – вот от чего мы ждем спасения»[24]. Одной из задач русской демократии оставалась, по мнению редколлегии, «борьба с реставрационными покушениями»: «Вот почему мы будем проповедовать самое тесное объединение всех искренно-демократических сил России – буржуазных и социалистических – для борьбы со всякими попытками извратить или умалить политическое и социальное содержание мартовской революции»[25].

Очерченный круг проблем определял идейный стержень газеты. На фоне обилия традиционных для издания информационных материалов и литературных публикаций, центральная роль в достижении главных целей отводилась пропагандистским статьям, выступлениям на международные темы, полемическим заметкам. Сам Милюков и его издания («Парижские новости», «Голос России») подвергались в это время критике со всех сторон: «новую тактику» не приняло большинство русских эмигрантских изданий разных политических направлений, в том числе и наиболее популярная берлинская газета «Руль», руководимая ближайшими до недавнего времени сподвижниками П. Н. Милюкова И. В. Гессеном и В. Д. Набоковым. Позиция виднейшего эмигрантского политика и теоретика вызывала удивление, раздражение, неприятие из-за внезапного, как казалось многим, изменения отношения к большевикам, провоцировавшего развал идеологии белого движения. Шла бурная полемика. Злые языки шутили позднее, что Милюков поражен недугом «хамелионистости»[26].

В самый разгар голодной катастрофы 1921 г. П. Н. Милюков настаивал на том, что в основе любых форм отношений эмигрантов с Советской Россией должно быть заложено стремление к конечной цели: «Тот или другой метод борьбы за освобождение был уже с самого начала связан с той или другой идеей о последствиях освобождения. Но лишь постепенно стало ясно, почему именно та или другая общественная группа держится своего, определенного пути борьбы и осуждает путь противоположный.

Вера или неверие в русский народ – вот та основная черта, которая разделила русскую общественность на два непримиримых лагеря»[27].

В других выступлениях Милюков и его сторонники часто возвращаются к этой формулировке: вера в русский народ – вот главная опора «новой тактики». Публицистический лозунг выглядел адекватным действительности тех месяцев. Таким представлялся в 1921 г. создателю «новой тактики» основной критерий, разделивший бывшую кадетскую партию и даже всю эмиграцию на две части, одна из которых была склонна к контактам с Советской Россией, а другая их полностью исключала и обвиняла оппонентов в отказе от «пафоса антибольшевизма»[28]. В определенности и даже резкости высказываний заметно стремление риторически заострить мысль с указанием на «конечную цель» и «последствия борьбы». В этой афористичной фразе содержался и большой гуманистический подтекст: «новая тактика» через газету «Голос России», предлагая эмигрнтскому сообществу отказаться от претензий на политическое руководство Россией и вооруженной борьбы с ней, предостерегала от опасности замкнуться в «эмигрантском уезде». Следовало прислушаться к нуждам родины и помочь ей спастись от гибели.

Новая политическая точка зрения, подкрепленная авторитетом Милюкова, показывала эмиграции наиболее прагматичный, хотя и непритязательный, путь к возвращению в метрополию.

Вера в народ как главная установка «новой тактики»

Голод на родине, ставший главной информационной и политической темой «Голоса России» с первых номеров под руководством Милюкова, позволил проверить жизнеспособность одной из основных установок «новой тактики», связанных с «верой в народ». Надеяться на победу над большевизмом можно было только с расчетом на внутренний потенциал России, на сам народ, который претерпел серьезную социальную трансформацию, усвоил уроки революционных лет и Гражданской войны. В нем, особенно в крестьянстве, составлявшем абсолютное большинство населения, следовало искать опору будущей власти и силы для возрождения огромной страны, а эмиграция в этом, безусловно продолжительном по времени процессе должна помогать всеми возможными способами.

Еще с кронштадтского мятежа Милюков, увидевший в бурных событиях перспективу «смещения» власти от большевиков к Советам, поддержал лозунг «Советы без большевиков». Уже в этот период, за несколько месяцев до прихода в «Голос России», он считал возможной эволюцию советской системы и ее отход от большевистской идеологии. Как известно, на эту тему высказался Ленин[29]. Идея воспринималась как продуктивная. С августовских номеров нового состава «Голоса России», то есть в тяжелейшую фазу надвигавшегося голода, заметен интерес к ситуации на родине с учетом появившихся предвестников возможных перемен. Газета под этим углом зрения присматривалась к новостям, приходившим, например, из Саратовской губернии, которые, с точки зрения редакции, вполне отражали надвигающиеся перемены.

Советская власть в России, выходя из международной изоляции и нуждаясь в реальной, в том числе и прежде всего продовольственной помощи Запада, создавала иллюзию открытости системы. В июле 1921 г. был создан беспартийный Всероссийский комитет помощи голодающим, в который вошли крупные общественные деятели, писатели, деятели культуры не только коммунистической ориентации. Он должен был заниматься организацией сбора продовольственной помощи на Западе и в России, контролировать процесс распределения продуктов среди бедствующего населения. Идеологическая нейтральность комитета, готовность Советской России к контактам с «классовым врагом» благожелательно расценивались за рубежом и в кругах эмиграции, как очередная примета неизбежного, по их мнению, «размывания» большевизма.

В контексте этих беспрецедентных политических уступок естественным образом развивались события в Саратовской губернии. «Голос России» напечатал информацию, со ссылкой на уполномоченного ЦК помощи голодающим, о передаче большевистскими комиссарами в этом регионе власти делегатам общественного комитета[30]. Но тут Советская власть оказалась перед дилеммой: либо вообще отказаться от услуг Всероссийского комитета, либо смириться с потерей, пусть временной, партийного верховенства во властных органах на местах. Опасений и рисков в представлении большевиков оказалось больше[31], комитет был закрыт, а большинство его членов арестовано.

Несмотря на тяжелое положение в стране, никаких ущемлений своих прав большевики не допустили[32]. Резкий акт закрытия

комитета помощи голодающим подрывал зарождавшееся доверие к стране Советов: меркли надежды на эволюцию политической системы в России, самые убежденные поборники помощи народу России заколебались. Уникальный прецедент сотрудничества с советской властью обозначил пик компромиссных идей эмиграции[33]. Но русская пресса Берлина была единодушна: «Она не вправе уклоняться от прямого и ясного своего долга, как бы трудно ни было его выполнение»[34].

Однако дело заключалось в трактовке этого «долга». Акцент в газетах после закрытия Комитета переместился с тревоги о самой России в более узкую плоскость морального долга эмиграции: важен факт, по крайней мере, символического участия. Он стал бы сигналом единства россиян на родине и вне ее. Но и эта задумка оказалась нереализуемой, поскольку средств удалось собрать крайне мало, а механизмов их доставки в Россию, а тем более контроля за их распределением отработано не было (Лысенко, 2023). Позиция «Голоса России» на этом фоне отличалась четкой приверженностью ранее заявленным программным принципам: «<...>голодающим надо помогать вопреки советской власти <...>»[35].

Полемика с другими изданиями за пределами «новой тактики»

Газета, выступая в рамках «новой тактики» и отстаивая ее, остро полемизировала с несколькими берлинскими изданиями по целому ряду вопросов. Боевой тон задавался уже в заголовках. Если речь шла, например, о монархистах-конституционалистах, устроивших в Берлине собрание, посвященное памяти бывшего императора Николая II, и превративших поминки в политическую демонстрацию с «недостойной попыткой реабилитировать самое царствование Николая II, его деятельность как монарха, его политику как главы Российского Государства», то статья в духе отрицаемых «новой тактикой» «реставрационных покушений» получала хлесткое название «Политические фальшивомонетчики»[36]. Когда надо было отразить серьезные нападки с другого идейного фланга, со стороны пробольшевистской газеты «Новый Мир»[37], то и в этом случае отбирался не менее резкий заголовок – «Мошенники пера»[38]. К этому интонационному ряду принадлежат и некоторые другие хлесткие названия статей: «Две змеи»[39], «Клеветнический донос»[40], «Ложь большевизма»[41] и т. д.

Для заголовков публикаций, не нацеленных на бескомпромиссную отповедь, характерен более спокойный тон. Внимание читателей редакция старалась обратить на текст, аналитический разбор события или какого-либо нового поворота в политической жизни, деловито и непритязательно обозначая в заголовке лишь тему разговора: «Признание советской власти»[42], «Пропаганда Красина»[43] и т. д.

Можно было обойтись и вовсе без заголовка, когда требовалось немедленно выразить несогласие с автором очередного, с точки зрения «Голоса России» неприемлемого печатного заявления или когда публикация давала повод, что называется, прижать к стенке оппонента. Тогда полемика шла в общей подборке материалов, например в ежедневном разделе «Печать». Типичный случай подобного рода – оперативная реакция на публикацию в газете «Общее дело»:

«Сегодня мы в ответ на нашу статью об интервенции с большим интересом прочитали очень неожиданное заявление В. А. Бурцева[44]:

“Голос России” приписывает нам проповедь военной интервенции. Это – неверно. Россия будет освобождена русскими руками.

Отказ “Общего дела” от проповеди военной интервенции следует зафиксировать. Этим отказом газета зачеркивает целую серию статей, напечатанных ею в последние недели, и которые имели и могли иметь только один смысл – проповедь прямой войны с советской властью, проповедь внешней интервенции»[45].

Неприемлемость вооруженной борьбы с советской властью была принципиальным положением «новой тактики», и активная защита этой позиции определяла одну из ведущих линий берлинской газеты. В полемике с другим изданием, «Грядущей Россией»[46], тоже в разделе «Печать» читаем характерный фрагмент:

«Можно говорить общие фразы о “необходимости для Европы помочь русским патриотам в их борьбе с большевизмом”, но реально такая помощь мыслится только в виде интервенции в этой или другой форме. Не пора ли перестать взывать к Европе, которая помогала ведь и Колчаку, и Деникину, и Врангелю?»[47]

Новая позиция «Голоса России»: «глупость или измена»?

Название нашумевшей речи П. Н. Милюкова «Глупость или измена?», произнесенной им в Государственной думе в 1916 г., в которой он обвинял правительство в некомпетентности и излишнем

следовании интересам Германии, стало популярным, его запомнили. Оппоненты «новой тактики» иронически использовали его в 1921 г. по отношению к лидеру, живущему в эмиграции. Позади у политика остался Лондон, где Милюков находился с конца 1918 г. и выпускал журнал *The New Russia*, рассказывавший о России западным читателям на английском языке. «На свои средства, хранившиеся в западных банках, он смог обеспечить себе вполне приличное существование», – читаем об этом периоде у его современных биографов[48]. Позднее, в 1935 г., Марина Цветаева, проводившая отпуск с сыном Муром на Лазурном берегу Франции, напишет: «Это – эмигрантский поселок в сосновом лесу. Зажиточно-эмигрантский, т. е. буржуазный. Рядом со мной 2 дачи Милюкова, где никто не живет»[49].

Милюков на протяжении всей своей жизни в эмиграции располагает обширными связями с представителями Великобритании, США, Франции, установленными в период его общественной деятельности в России. Это обстоятельство становилось поводом для иронии или даже обвинений со стороны его оппонентов, когда речь заходила и об истинных причинах «новой тактики», и о финансовых связях политика. До доказательств дело не доходило, и сейчас мы ими не располагаем. Но в данном случае мы разбираем печатные выступления того периода.

Взаимные упреки в финансировании со стороны большевиков или представителей других финансовых или идеологических групп были характерны для полемики в эмигрантской прессе первой волны. Всякий раз «Голос России» решительно отвергал безосновательные инсинуации.

Свежий, хотя и завуалированный, повод подозревать Милюкова в сторонней финансовой подпитке его новой политической стратегии дал переход газеты «Голос России», выходившей в Берлине, под идейное руководство П. Н. Милюкова. Это обращало на себя особое внимание еще и по той причине, что если Париж с редакцией «Последних новостей» был преимущественно культурной столицей эмиграции, то Берлин в этот период стал центром, где пересекались мировые финансовые и политические интересы, где шла борьба в том числе за будущее России. Это разогревало споры о связях с теми или иными источниками финансирования изданий.

Вопрос о степени зависимости эмигрантских газет от политических сил, связанный с тщательным разбором и публикацией архивных документов многочисленных организаций – от полиции

до различных отделений министерства финансов, частных архивов, еще ждет своего исследователя.

Полгода «новой тактики» в «Голосе России»

Милюков и его группа, вооруженная «новой тактикой», искали союзников в своей идейной борьбе. Ими стали, как известно, правые социал-революционеры (эсеры)[50]. «Голос России» использовал любую возможность, чтобы объяснить и защитить эту солидарность. На другой день после митинга, устроенного в Берлине эсерами Лебедевым и Слонимом, непримиримо относившимся к любым попыткам соглашения с большевиками, в передовой статье «Ложь большевизма» подчеркивалось, что, хотя не со всеми воззрениями и концепциями эсеров газета согласна, она с удовлетворением отмечает «непоколебимую стойкость их протеста и пылкую ненависть их к режиму»[51]. А когда одна из лондонских газет сообщила о переговорах между представителями советской власти и эсером Керенским, «Голос России» поспешил опровергнуть ее в подверстанном к этой информации «примечании редакции», называя «очередной уткой, пускаемой в европейской прессе»[52].

Газета оперативно реагировала на всякий появлявшийся признак возможного расширения антибольшевистской демократической коалиции. Так, когда на упомянутом митинге, устроенном эсерами, выступил член ЦК социал-демократической партии меньшевиков Далин, заявивший, что «в деле установления в России демократического режима социалисты не откажутся идти вместе с теми представителями “честной” демократической буржуазии, которая группируется вокруг П. Н. Милюкова», то «Голос России» посчитал нужным с «величайшим вниманием» отнестись к этому высказыванию и назвать его обнадеживающим «первым проблеском политического реализма»[53]. «Горячо приветствовалось» газетой и создание в Берлине демократической группы Партии народной свободы с почти теми же целями, что и у парижской группы П. Н. Милюкова. Примечательно, что «Голос России» отметил важность укрепления антибольшевистских сил на фоне развернувшейся деятельности большевиков и «обновителей вех»[54] по «деморализации уставшей эмиграции»[55].

В передовой статье, где подводились итоги 1921 г., читаем, что он «принес России одно из величайших бедствий, какое может выпасть на долю несчастного народа, – небывалый голод, обрек-

ший миллионы людей на смерть, и на страдание – десятки миллионов <...> В России произошел огромный психологический перелом и в населении, и в правящих кругах. Внутренняя вера в свою победу покинула большевиков. Разговоры о спасительности для коммунизма капиталистической "передышки" – жалкая попытка обмануть и других, и самих себя. Большевики в истекшем году отчетливо осознали свое бессилие восстановить Россию и, следовательно, удержаться у власти <...> Все более и более становится господствующим убеждение, что вопрос борьбы с большевистской властью есть исключительно внутренний вопрос, и что политические судьбы России решены будут самим населением России»[56].

Газета, несмотря на убежденность в бессмысленности капиталистической «передышки» для спасения коммунизма, пристально следила за процессами, связанными с нэпом, признанием советской власти западными правительствами, приходом в Россию концессий, то есть теми новыми факторами, которые объективно были направлены на восстановление России и неизбежно – на укрепление власти самого народа через Советы. «Голос России» пытался разобраться в новом клубке проблем и выработать свою точку зрения в парадигме «новой тактики».

Несомненно, Россия «пойдет очень далеко по пути уступок европейскому капиталу <...> Ленин найдет компромисс между суверенитетом и зависимостью, как нашел его между коммунизмом и частной собственностью». Но, замечает газета, признание советской власти европейскими правительствами не имеет решающего значения для судеб страны. Хуже то, что «оно выдвинет на очередь и придаст большую остроту вопросу о соглашении с большевистской властью оппозиционных элементов», однако «на этот позор стойкие элементы демократической эмиграции ни при каких условиях не пойдут»[57].

Газета идет дальше и гибко поворачивает тему. «Признание советской власти иностранными правительствами может только усилить действенное отрицание советской власти русскими гражданами», – пишет один из наиболее активных авторов «Голоса России» Ст. Иванович[58] и заключает статью чеканными фразами, почти лозунгами или руководством к действию: «За признание советской власти иностранными правительствами. Против признания советской власти русскими гражданами – так, по-моему, может быть формулировано должное отношение к советской власти»[59].

В период горячих международных событий накануне установления дипломатических, торговых и экономических отношений между странами Европы и Россией свою трактовку, находясь в длительной командировке в Америке, дал им П. Н. Милюков в совместном заявлении с Н. Д. Авксентьевым[60] и от имени «русских демократических партий, объединившихся на частном совещании членов Учредительного собрания»[61]:

«<...> мы считаем своей обязанностью заявить, что план, принятый Верховным Советом в Каннах[62], есть не что иное, как соглашение с господствующей теперь в России тиранией с целью эксплуатации русского народа в интересах иностранных капиталистов.

Большевики, находящиеся накануне падения, добивающиеся признания и иностранных кредитов – единственное, что может продлить их господство, вероятнее всего, снова согласятся пожертвовать интересами русского народа для того, чтобы отсрочить свое падение. Этой отсрочкой они воспользуются для того, чтобы еще сильнее схватить за горло несчастный русский народ, миллионы которого уже умерли и еще больше миллионов которого в течение этой зимы осуждены на смерть политикой большевистских правителей»[63].

Творец «новой тактики» таким образом давал разгон новому витку журналистского осмысления событий. Однако жаркая борьба Милюкова и его команды с многочисленными оппонентами за идеи, которые они считали полезными для судеб России, в течение многих лет будет разворачиваться на газетных страницах лишь парижских «Последних новостей», а «Голос России» перейдет в руки группы политических и литературных деятелей, издававших в Праге газету «Воля России»[64.]

Последний номер «Голоса России» под редакцией команды Милюкова вышел 21 февраля 1922 г. В обращении «К нашим читателям» указывалось на причину таких внезапных перемен, «несмотря на успешное распространение газеты», – «материальные затруднения, вызванные значительным подорожанием стоимости издания»[65]. С большой долей вероятности осмелимся предположить, что интерес читателей «Голоса России» возрастал бы и в дальнейшем, как рос он у парижской газеты П. Н. Милюкова «Последние новости», о которой многолетний сотрудник издания, фельетонист, поэт Дон Аминадо вспоминал: «Число поклонников росло постепенно, число врагов увеличивалось с каждым днем,

а количество читателей достигло поистине легендарных – для эмиграции – цифр. Ненавидели, но запоем читали»[66].

Заключение

«Голос России» трудно сравнивать с «Последними новостями», хотя оба издания находились под руководством и идейным влиянием Милюкова. Слишком по-разному сложились их судьбы. Но берлинская газета, с ее полугодовым периодом существования под флагом «новой тактики», несомненно, внесла свою лепту в распространение и защиту идей политика и общественного деятеля, влияла на эмигрантское сообщество, поддерживала «единство людей, оказавшихся не по своей воле за пределами России, поскольку пресса позволяла им выразить позиции самоидентификации» (Ляпорова, 2008: 15). «Голос России» вслед за «Последними новостями» приучал читателей-эмигрантов по-новому смотреть на Россию, где произошел необратимый исторический поворот, воспитывал уважение к соотечественникам, патриотические чувства к родине и веру в ее будущее.

Примечания

[1] Из доклада «Что делать после Крымской катастрофы?». В полном виде фраза выглядит так: «Рассчитывать на возможность улучшения политики военного командования после стольких неудачных опытов мы, очевидно, более не имеем права» (*Милюков П. Н.* Эмиграция на перепутье. Париж: Издание Респ.-Дем. объед., 1926. С. 135).

[2] В мае 1920 г. П. Н. Милюков выступил с программой «новой тактики» на заседании Парижского комитета кадетов. В декабре того же года он прочитал перед группой кадетов доклад «Что делать после Крымской катастрофы?» с изложением идей «новой тактики».

[3] ГАРФ. Ф. 5913. Оп. 1. Ед. хр. 261. Л. 8. Цит. по: *Г. И. Чернявский, Л. Л. Дубова*. Милюков. М.: Молодая гвардия, 2015. С. 407.

[4] *Милюков П. Н.* Эмиграция на перепутье. Париж: Издание Респ.-Дем. объед., 1926. С. 131.

[5] Численность русского населения Германии в начале 1920-х гг. составляла около 1 250 000 человек, а всего за рубежом в это время находилось от трех до четырех миллионов русских. К концу 1919 г. в Берлине проживало около семи тысяч русских, а к осени 1920 г. это число дошло до 560 тысяч. С конца 1923 г. процент роста эмигрантов пошел на убыль, к 1930 г. всего в Германии осталось около 100 тысяч русских (Русский Берлин / сост. *В. В. Сорокина*. М.: Изд-во: Моск. ун-та., 2003. С. 9).

[6] См. *Трущенко Е. Ф.* Голос России // Литературная энциклопедия Русского Зарубежья. 1918–1940. Т. 2. Периодика и литературные центры. М.: РОССПЭН, 2000. С. 102–108.

[7] ГАРФ. Ф. 7506. Оп. 1. Д. 13. Л. 92.

[8] *Ключников Ю. В., Устрялов Н. В., Лукьянов С. С., Бобрищев-Пушкин А. В.* и др. Смена вех**:** сб. ст. Прага, 1921.

[9] П. Б. Струве (1970–1944) – известный общественный и политический деятель, журналист. Соавтор сборника «Вехи» (1909). 1907–1912 – депутат Государственной думы, входил в кадетскую фракцию. В 1915 г. вышел из ЦК Партии народной свободы (кадетов) в результате несогласия с резкой позицией П. Н. Милюкова. Редактор журнала «Русская мысль» (1907–1918). В 1920 г. возглавлял Управление внешних сношений правительства генерала Врангеля. 1921–1927 гг. возобновил выпуск журнала «Русская мысль» в эмиграции (София, Берлин, Прага, Париж). 1925–1927 гг. редактор газеты «Возрождение» (Париж). 1927–1928 гг. редактор газеты «Россия» (Париж).

[10] *Струве П.* По существу (III) // Руль. 1921. Июль, 6.

[11] *Струве Г. П.* Русская литература в изгнании. Париж–Москва, 1996. С. 36.

[12] Ю. В. Ключников, Ю. Н. Потехин, С. С. Чахотин.

[13] Исход к Востоку. Предчувствия и свершения. Утверждение евразийцев. Статьи П. Савицкого, П. Сувчинского, кн. Н. С. Трубецкого и Г. Флоровского. София: Рос.-болг. книгоизд-во, 1921.

[4] Руль. 1921. Сент., 4.

[15] Последние новости. 1922. Июль, 28.

[16] Группа «Мир и труд», образованная в 1920 г., названа И. В. Гессеном «первой политически окрашенной ячейкой, которую, если не по намерениям инициатора, то объективно, можно считать прототипом, лучше сказать – предвестником большевизанства» (*Гессен И. В.* Годы изгнания. Жизненный отчет. Париж: YMCA-PRESS, 1979. С. 34).

[17] В. П. Крымов – журналист, писатель, издатель. У «Голоса России», выходившего под редакцией В. П. Крымова с 13 марта по 4 августа 1921 г., современники позднее находили черты «сменовеховства».

[18] Руль. 1921. Авг., 2.

[19] Оба редактора, С. Л. Поляков-Литовцев и Л. М. Неманов, и после работы в «Голосе России» продолжали свое сотрудничество с П. Н. Милюковым в парижских «Последних новостях».

[20] Например: Наша позиция // Голос России. 1921. Авг., 5.; Полемика В. Д. Набокова // Голос России. 1921. Авг., 14; Будущее демократической группы // Голос России. 1921. Сент., 21; Эпилог // Голос России. 1921. Сент., 22.

[21] По поводу названия газеты новая редакция высказалась следующим образом: «Мы хотели бы подчеркнуть, что не имеем претензий выдавать наш зарубежный орган за голос России. Не здесь, не на чужбине – подлинный “голос России”. Он, придавленный, звучит там, на порабощенной и смертельно измученной родине <...> Наша задача чутко прислушиваться к этому голосу, понять его и служить ему верным эхом за границей» (Голос России. 1921. Авг., 5).

[22] Например, когда начиналась полемика «Голоса России» с «Рулем», бросавшим П. Н. Милюкову обвинение в необоснованно быстрой перемене позиции, то «Последние новости» ответили на это кратко, а «Голос России» пространно: сказывался региональный фактор спора двух берлинских газет. Другой пример: П. Н. Милюков, ссылаясь Н. М. Кишкина, заявившего в июле 1921 г., что он «верит в Россию и в творческую силу ее народа», написал в газете «Последние новости»: «Отсюда, из Парижа, мы протягиваем ему (Н. М. Кишкину. – *А.Л.*) руку и горячо его приветствуем за эти слова, которые так просты и которые многим так трудно выговорить. Господа эмигранты, учитесь гражданскому чувству у Кишкина!» (Последние новости. 1921, Авг., 8). Эта же мысль развивалась и в программной статье П. Н. Милюкова в «Голосе России»: «Мы думаем, что элементы влас-

ти есть там, на местах, и что худшей анархии, чем теперь, не будет, а будет добровольно признанная власть, выставленная самим народом». (Голос России. 1921. Авг., 5).

[23] Голос России. 1921. Авг., 5.

[24] Там же.

[25] Там же.

[26] Политическая судьба П. Н. Милюкова изобиловала виражами: помимо «новой тактики», в разные периоды публицистической деятельности он поддерживал идеи конституционной монархии, ратовал за продолжение войны с немцами «до победного конца», вооруженную борьбу против новой власти, в том числе договаривался с немцами в Киеве о ее военном подавлении, и выступал за интервенцию стран Антанты против Советской России (Пученков, 2013: 93). Позднее, в 1930-е гг. пересмотрел взгляды на И. В. Сталина, внешнюю политику СССР с точки зрения национально-государственных интересов России, в годы Великой Отечественной войны был на стороне Советского Союза и относился к Германии как к жестокому агрессору, категорически не принимая идеологию и практику германского нацизма. Нередко впадая в противоречия, Милюков руководствовался прагматическими соображениями в размышлениях о судьбах России (*Думова Н. Г.* Предисловие к настоящему изданию // Милюков П. Н. Воспоминания М: Политиздат, 1991. С. 14).

[27] *Милюков П. Н.* Наша позиция // Голос России. 1921. Авг., 5.

[28] Руль. 1921. Июль, 28.

[29] Касаясь раскола в стане кадетов и подчеркивая свое уважение к своему политическому противнику П. Н. Милюкову, В. И. Ленин в июле 1921 г. отмечал: «Кадеты защищают “Советы без большевиков”, так как они хорошо понимают положение и так как они надеются поймать на эту удочку часть населения. Так говорят умные кадеты. Не все кадеты, конечно, умны, но часть их умна и почерпнула некоторый опыт из французской революции. Лозунг сейчас таков: борьба против большевиков какой угодно ценой, во что бы то ни стало» (Ленин В. И. Доклад о тактике РКП 5 июля. // Полное собрание сочинений. Изд. 5. М.: Госполитиздат, 1958–1966. Т. 44. С. 53).

[30] Голос России. 1921. Авг., 30.

[31] В. И. Ленин настоял на немедленном роспуске комитета: «Игре (с огнем) будет положен конец.

Напечатаем завтра же пять строк короткого, сухого “правительственного сообщения”: распущен за нежелание работать.

Газетам дадим директиву: завтра же начать на сотни ладов высмеивать „Кукишей“ („Прокукишами“, „Кукишами“ в России называли членов Всероспомгола по первым слогам фамилий основателей организацции – Прокоповича, Кусковой, Кишкина. – *А.Л.*). Баричи, белогвардейцы, хотели прокатиться за границу, не хотели ехать на места. Калинин поехал, а кадетам „не вместно“. Изо всех сил их высмеивать и травить не реже одного раза в неделю в течение двух месяцев.

Больной зуб будет удален сразу и с большой пользой во всех отношениях» (Письмо И. В. Сталину и всем членам Политбюро РКП. // Полное собрание сочинений. Изд. 5. М.: Госполитиздат, 1958–1966 Т. 53. С. 141).

[32] Историк Эдвард Карр пишет по этому поводу: «Так закончилась первая и последняя попытка сотрудничества между советским режимом и уцелевшими элементами старого строя. Она показала степень их взаимной вражды и то, как любая независимая сила в Советской России становилась – или с определенной вероятностью подозревалась в том, что становится, – центром иностранной интервенции, направленной против режима» (Карр, 1990: 152–153).

[33] Историк Ричард Пайпс осторожно назвал «новую тактику» лишь «неким предчувствием политики, так хорошо известной на Западе как политика разрядки международной напряженности» (Pipes, 1980: 331).

[34] Тревожные вопросы // Руль. 1921. Сент., 3.

[35] Голос России. 1921. Сент., 2.

[36] Голос России. 1921. Ноябрь, 26.

[37] Ежедневная политическая, литературная и экономическая газета просоветской направленности. Выходила в Берлине в 1921–1922 гг.

[38] «Сознание того, что мы мешаем “Новому Миру” в его постыдной работе усыпления общественного мнения, дает нам удовлетворение исполненного долга. “Новому Миру” очень хотелось бы доказать, что вся антибольшевистская эмиграция состоит сплошь из «черносотенцев» и врагов народа, думающих только о восстановлении старого порядка, старых привилегий и старого политического разврата. С этой сознательной и грубой мошеннической проделкой мы боролись и будем бороться» (Голос России. 1922. Янв., 7).

[39] Язвительная передовая статья, поводом для которой послужило возвращение белогвардейского генерала монархиста Я. А. Слащева, возглавлявшего оборону Крыма, в Россию после объявления советской властью амнистии всем участникам Белого движения в честь третьей годовщины революции. Возвращению предшествовала его встреча с чекистом («Реакционный громила и коммунистический террорист нашли точку, в которой их корни переплетаются легко и естественно». Голос России. 1921. Ноябрь, 13.) Позднее, в 1929 г., Слащева, крайне жестко, даже жестоко относившегося не только к врагам, но и своим солдатам, застрелил человек из мести за брата, казненного по приказу генерала во время Гражданской войны.

[40] Полемика с газетой «Грядущая Россия», напечатавшей «фантастические сведения» о П. Н. Милюкове, якобы собравшемся усилить «деятельность в крупных городах Европы и сделать центром своей пропаганды окраинные государства». «Мы категорически заявляем, что сообщение “Грядущей России” есть абсолютный вздор <...> Наша задача служить русским интересам, а не чьим-либо другим, будь это французские или немецкие» (Голос России. 1921. Сент., 28).

[41] Голос России. 1922. Янв., 11.

[42] Голос России. 1922. Янв., 7.

[43] Голос России. 1921. Окт., 1.

[44] В. Л. Бурцев – историк, журналист, известный деятель русской эмиграции. Издавал в Париже газеты, в том числе «Общее дело» (1909–1910, 1918–1922, 1928–1933). В 1921 г. один из организаторов, член президиума Русского национального комитета (РНК), призывал к единству антибольшевистских сил, но, в отличие от П. Н. Милюкова, сплочению вокруг военачальников А. В. Колчака и А. И. Деникина.

[45] Голос России. 1921. Сент., 29.

[46] Еженедельная газета «Грядущая Россия», имевшая монархическую направленность, выходила в Берлине с 1 сентября 1921 по 25 февраля 1922 г.

[47] Голос России. 1921. Окт., 15.

[48] *Чернявский Г. И., Дубова Л. Л.*. Милюков. М.: Молодая гвардия, 2015. С. 387.

[49] *Цветаева М.*. Письма к Анне Тесковой. Иерусалим.: Версты, 1982. С. 128.

[50] Милюков разъяснил свою позицию: «Нас объединило с эсерами признание необходимости продолжения борьбы с большевиками и отрицание прежних методов борьбы» (Коллекция ЦГАОР СССР. Протокол совещания членов ЦК партии народной свободы. Париж, 26 мая 1921 г. Цит. по: *Шкаренков Л. К.* Агония белой эмиграции. М.: Мысль, 1987. С. 49).

[51] Голос России. 1922. Янв., 11.

[52] Голос России. 1922. Янв., 13.

[53] Там же.

[54] «Смена вех» – организация получила название от изданного в 1921 г. в Праге одноименного сборника статей. Сменовеховцы считали, что, смирившись с фактом большевистской власти, надо не сопротивляться ей, а просвещать народные массы и активно участвовать в экономическом восстановлении страны с расчетом на дальнейшую эволюцию власти. Идеологии сменовеховства были присущи национально-возрожденческие черты.

[55] Голос России. 1922. Янв., 18.

[56] Голос России. 1922. Янв., 1.

[57] Голос России. 1922. Янв., 3.

[58] Ст. Иванович – псевдоним С. О. Португейса, редактора, журналиста, публициста, в эмиграции с 1920 г.

[59] Голос России. 1922. Янв., 7.

[60] Авксентьев Н. Д. – политический деятель, член ЦК партии эсеров, в прошлом, как и П. Н. Милюков, министр Временного правительства (24 июля – 2 сентября 1917 г.).

[61] Имеется в виду совещание 33 бывших членов Учредительного собрания, состоявшееся в Париже 8–21 января 1921 г. на котором под руководством О. С. Минора (бывшая партия эсеров), П. Н. Милюкова (в прошлом – партия кадетов), А. Ф. Керенского (партия эсеров), Н. Д. Авксентьева (партия эсеров) и других лидеров эмиграции приняли декларации о новых принципах деятельности русского изгнания. Среди них отношение к возможности признания иностранными правительствами советской власти, допустимость торговых отношений с советской властью и снятия блокады, отторжения иностранными державами территории России. (Руль. 1921. Янв., 23).

[62] Каннская конференция, принявшая решение о проведении Генуэзской конференции 1922 г., проходила 6–13 января 1922 г. Это была конференция Верховного Совета Антанты («Совета пяти»), в которой участвовали представители Бельгии, Великобритании, Италии, Франции, Японии, наблюдатель от США, представитель от Германии, члены Репарационной комиссии. Генуэзская конференция состоялась уже после передачи «Голоса России» правым эсерам (10 апреля – 19 мая 1922 г.). На первой широкой дипломатической встрече Советской России со странами Запада (с участием представителей 29 государств) стоял вопрос об отношениях между РСФСР и капиталистическими странами после провала попыток свержения советской власти путем военной интервенции. Западные страны рассчитывали использовать экономические ресурсы Советской России для решения своих послевоенных экономических проблем.

[63] Голос России. 1922. Янв., 28. Мысль относительно «интересов иностранных капиталистов» Милюков высказывал и раньше. Еще до переезда в Париж он писал из Лондона о настроениях в английской элите: «Теперь выдвигается в более грубой и откровенной форме идея эксплуатации России как колонии ради ее богатств и необходимости для Европы сырых материалов» (*Думова Н. Г.* Кадетская контрреволюция и ее разгром. М. 1982. С. 337).

[64] «Воля России» – еженедельник партии эсеров.

[65] Голос России. 1922. Февр., 21. Ссылка на «материальные затруднения» вызывает недоумение, т. к. республиканско-демократическое крыло в русском зарубежье «в сравнении с другими его общественно-политическими частями располагало куда большими финансовыми возможностями (как показывают изученные нами документы Пражской коллекции Государственного архива Российской Федерации, П. Н. Милюков, А. Н. Коновалов и их окружение распоряжались деньга-

ми, переведенными Временным правительством в банки западных стран, а также значительными суммами, которые они получали в порядке благотворительной помощи от Рокфеллера и других американских магнатов» (Политическая история русской эмиграции. 1920–1940 гг. М.: Владос, 1999. С. 518). Передача «Голоса России» в руки эсеров могла объясняться другими причинами, о которых мы уже писали (Лысенко, 2000: 144–147).

[66] *Седых А.* Далекие, близкие. М., 1995. С. 155.

Библиография

Карр Э. История Советской России. Кн. 1. М.: Прогресс. 1990.

Котельников К. Д. Русский Берлин 1919–1933: проблемы и механизмы адаптации русской эмиграции в Германии. М.: ДПК-Пресс, 2022.

Лысенко А. В. Голос изгнания. Становление газет русского Берлина и их эволюция в 1919–1922 гг. М.: Русская книга, 2000.

Лысенко А. В. Роль русскоязычной эмигрантской прессы Берлина в помощи голодающим Советской России // Меди@льманах. 2023. № 3. С. 34.

Ляпорова Е. Н. Образ советского государства в представлениях русской эмиграции в 20-е годы XX века на примере взглядов П. Н. Милюкова, А. Ф. Керенского и И. В. Гессена: автореф. дис. ... канд. ист. наук. Ставрополь, 2008.

Пученков А. С. Украина и Крым в 1918 – начале 1919 года. Очерки политической истории. СПб.: Нестор-история, 2013.

Флейшман Л., Хьюз Р., Раевская-Хьюз О. Русский Берлин, 1921–1923. По материалам архива Б. И. Николаевского в Гуверском институте. Париж: YMCA-PRESS, 1983.

Яковлева Т. А. Политическая история газет П. Б. Струве, П. Н. Милюкова, А. Ф. Керенского в 20–30-е годы: дис. ... канд. ист. наук. Иркутск, 1995.

Pipes R. (1980) *Struve, liberal on the Right, 1905-1944.* Cambridge, Massachusetts and London: Harvard university press.

Schlögel K. (1994) *Der Große Exodus. Die russische Emigration und ihre Zentren 1917 bis 1941.* Germany: C.H. Beck.

Notes

Chernyavskiy G. I., Dubova L. L. (2015) *Milyukov* [Milyukov]. Moscow: Molodaya gvardiya Publ.

Dumova N. G. (1982) *Kadetskaya kontrrevolyutsiya i eye razgrom* [Cadet counter-revolution and its defeat]. Moscow.

Dumova N. G. (1991) Predisloviye k nastoyashemu izdaniyu [Preface to the present edition] In P. N. Milyukov. *Vospominaniya* [Memories]. Moscow: Politizdat Publ.

GARF [State Archive of the Russian Feleration]. f. 7506.

Gessen I. V. (1979) *Gody izgnaniya. Zhiznennyy otchet*. [Years of exile. Life report]. Paris: YMCA-PRESS.

Iskhod k Vostoku. Predchuvstviya i sversheniya. Utverzhdeniye evraziytsev. Stat'i P. Savitskogo, P. Suvchinskogo, kn. N. S. Trubetskogo i Georgiya Florovskogo [Exodus to the East. Premonitions and accomplishments. Articles of P. Savitsky, P. Suvchinsky, N. S. Trubetskoy and G. Florovsky]. Sofiya: Rossiysko-bolgarskoe knigoizdatel'stvo. 1921.

Klyuchnikov Y. V., Ustryalov N. V., Luk'yanov S. S., Bobrishchev-Pushkin A. V., Chakhotin S. S., Potekhin Y. N. (1921) *Smena vekh. Sbornik statey.* [Change of milestones. Collection of articles]. Prage.

Lenin V. I. (1958-1966) *Polnoye sobraniye sochineniy. Izd. 5.* [Complete set of works. Ed. 5.]. Moscow: Gospolitizdat Publ.

Milyukov P. N. (1926) *Emigratsiya na pereput'ye* [Emigration at a crossroads]. Paris: Izdaniye Resp.-Dem. ob"yed.

Sorokina V. V. (2003) *Russkiy Berlin* [Russian Berlin]. Moscow: Moscow State University Publ.

Sedykh A. (1995) *Dalekiye, blizkiye* [Distant, close]. Moscow.

Shkarenkov L. K. (1987) *Agoniya beloy emigratsii* [The agony of white emigration]. Moscow: Mysl' Publ.

Struve G. (1996) *Russkaya literatura v izgnanii* [Russian literature in exile]. Paris, Moscow.

Trushchenko E. F. (2000) Golos Rossi. [The Voice of Russia]. In *Literaturnaya entsiklopediya Russkogo Zarubezh'ya. 1918–1940. T.2. Periodika i literaturnyye tsentry*. Moscow: ROSSPEN Publ.

Tsvetayeva M. (1982) *Pis'ma k Anne Teskovoy*. [Letters to Anna Teskova]. Jerusalem: Versty Publ.

References

Fleyshman L., Kh'yuz R., Rayevskaya-Kh'yuz O. (1983) Russkiy Berlin, 1921–1923. Po materialam arkhiva B.I. Nikolayevskogo v Guverskom institute [Russian Berlin, 1921–1923. Materials from the archive of B.I. Nikolaevsky at the Hoover Institution]. Paris: YMCA-PRESS. (In Russian)

Karr E. (1990) Istoriya Sovetskoy Rossii. T. 1 [The history of Soviet Russia. Vol. 1.]. Moscow: Progress Publ. (In Russian)

Kotel'nikov K. D. (2022) *Russkiy Berlin 1919–1933: problemy i mekhanizmy adaptatsii russkoy emigratsii v Germanii* [Russian Berlin 1919–1933: problems and mechanisms of adaptation of Russian emigration in Germany]. Moscow: DPK-Press. (In Russian)

Lyaporova E. N. (2008) *Obraz sovetskogo gosudarstva v predstavleniyakh russkoy emigratsii v 20-e gody XX veka na primere vzglyadov P. N. Milyukova, A. F. Kerenskogo i I. V. Gessena:* avtorefer. diss. ... k-ta ist. nauk [The image of the Soviet state in the ideas of Russian emigration in the 20s of the twentieth century, using the views of P. N. as an example: dis. abstract]. Stavropol'. (In Russian)

Lysenko A. V. (2000) *Golos izgnaniya. Stanovleniye gazet russkogo Berlina i ikh evolyutsiya v 1919–1922 gg.* [Voice of exile. The formation of newspapers

in Russian Berlin and their evolution in 1919–1922]. Moscow: Russkaya kniga Publ. (In Russian)

Lysenko A. V. Rol' russkoyazychnoy emigrantskoy pressy Berlina v pomoshchi golodayushchim Sovetskoy Rossii [The role of the Russian-language emigrant press of Berlin in helping the starving people of Soviet Russia]. *Medi@lmanah* 3: 34. (In Russian)

Pipes R. (1980) *Struve, liberal on the Right, 1905–1944.* Cambridge, Massachusetts and London: Harvard university press.

Puchenkov A. S. (2013) *Ukraina i Krym v 1918 – nachale 1919 goda. Ocherki politicheskoy istorii* [Ukraine and Crimea in 1918 – early 1919. Essays on political history]. St. Petersburg: Nestor-istoriya Publ. (In Russian)

Schlögel K. (1994) *Der Große Exodus. Die russische Emigration und ihre Zentren 1917 bis 1941.* Germany: C.H. Beck.

Yakovleva T. A. (1995) Politicheskaya istoriya gazet P. B. Struve, P. N. Milyukova, A. F. Kerenskogo v 20–30-e gody: diss. ... kand-ta ist. nauk [Political history of newspapers P. B. Struve, P. N. Milyukova, A. F. Kerensky in the 20–30s: PhD thesis]. Irkutsk. (In Russian)

Поступила в редакцию
14.02.2024

Шерих Мария Дмитриевна, аспирантка кафедры истории журналистики, Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций», Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург, Россия; e-mail: mas209@mail.ru, ORCID 0009-0001-0289-2415

«НЬЮ-ЙОРК ТАЙМС» О «РУССКОМ БАЛЕТЕ» (1920–1930 гг.)

В статье представлены результаты изучения публикаций газеты «Нью-Йорк Таймс» (The New York Times) с 1920 по 1930 г. о «Русском балете». Актуальность темы определяется непреходящим значением творческих достижений труппы С. П. Дягилева для отечественной и мировой культуры. Использован метод проблемно-хронологического анализа на базе полнотекстового архива газеты за рассматриваемый период. Установлено, что в материалах доминируют рецензии и анонсы, присутствуют новостные заметки, статьи-мнения и некрологи. Проведенный анализ создает базу для дальнейшего изучения, а также формирует историко-культурный контекст для исследований, посвященных мировому значению «Русского балета» и русской культуры в целом.

***Ключевые слова**: «Русский балет», С. П. Дягилев, И. Ф. Стравинский, С. С. Прокофьев, «Нью-Йорк Таймс».*

Как цитировать: *Шерих М. Д.* «Нью-Йорк Таймс» о «Русском балете» (1920–1930 гг.) // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2025. № 2. С. 80–95. DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.2.2025.8095

Mariia D. Sherikh, post-graduate student, Higher School of Journalism and Mass Communications, Saint Petersburg State University, Department of the History of Journalism, Saint Petersburg, Russia; e-mail: mas209@mail.ru, ORCID 0009-0001-0289-2415

THE NEW YORK TIMES ON THE “RUSSIAN BALLET” (1920–1930S)

This article delves into The New York Times’ coverage of the Ballets Russes and its composers from 1920 to 1930. Driven by the enduring cultural significance of Sergei Diaghilev and the Ballets Russes, as well as the limited scholarly attention given to this topic, the study aims to identify relevant publications within the newspaper and categorize their genres. Using a comprehensive sampling of The New York Times’ archive for the specified decade, the study analyzes 84 publications. These include reviews, announcements, news articles, opinion pieces, and obituaries. Reviews and announcements emerge as the most prevalent genres. The findings reveal sustained media attention to the Ballets Russes throughout the period, suggesting its consistent

cultural relevance. Despite facing various challenges, the newspaper's overall tone remained predominantly positive. The article not only provides valuable historical and cultural insights but also serves as a foundation for further academic inquiry into the global reception of the Ballets Russes and its broader cultural implications.

***Key words**: Ballets Russes, S. Diaghilev, I. Stravinsky, S. Prokofiev, New York Times.*

To cite this article: Sherikh M. D. (2025) «N'yu-York Tayms» o «Russkom balete» (1920–1930 gg.) [The New York Times on the "Russian Ballet" (1920–1930s)]. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika 2*: 80–95. DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.2.2025.8095

DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.2.2025.8095

Введение

«Русский балет», основанный С. П. Дягилевым в 1909 г., изменил балетное и исполнительское искусство во всем мире. Труппа порвала с традиционными условностями классического балета, объединив для достижения своих поистине революционных целей выдающиеся творческие силы: художников – Пабло Пикассо, Анри Матисс, композиторов – И. Ф. Стравинский, С. С. Прокофьев, Морис Равель, хореографов – В. Ф. Нижинский, Джордж Баланчин. Влияние «Русского балета» не только изменило язык танца, но и вдохновило художественные движения в Европе и Америке, оказав долговременное влияние на мировую культуру.

С. П. Дягилев руководил труппой до самой своей смерти в 1929 г. С этого момента существование классического «Русского балета» считается завершенным, несмотря на то что труппа еще несколько лет продолжала выступать под названием «Русский балет Монте-Карло».

Популярность «Русского балета» была исключительной, о нем писали периодические издания по всему миру. В их числе одна из самых известных газет мира – «Нью-Йорк Таймс» (*The New York Times*). Несмотря на то что в тот период Соединенные Штаты Америки не признавали советскую власть, а установление дипломатических отношений состоялось лишь в 1933 г., в газете с 1920 по 1930 г. появляется целый ряд публикаций не только о «Русском балете» С. П. Дягилева, но и о находившемся в СССР «бывшем императорском балете» (ныне труппа Мариинского театра).

В данной работе для анализа публикаций газеты «Нью-Йорк Таймс» в период с 1920 по 1930 г. используется проблемно-хроно-

логический метод. Наша задача – выявить публикации, а также обозначить их контекст, для чего мы затронем историю балета в США и России (чтобы обозначить культурные различия), историю газеты «Нью-Йорк Таймс», историю американского турне «Русского балета».

Ранее аналогичная работа была проделана исследователем балета Нестой Макдональд в монографии *Diaghilev observed by critics in England and the United States 1911–1929* (Macdonald, 1975), однако она фокусировалась преимущественно на британской прессе. Неста Макдональд выявила и ряд публикаций американских СМИ, однако газета «Нью-Йорк Таймс» оказалась вне рамок ее исследования. Внимание к откликам зарубежной прессы, их значение подчеркивается тем фактом, что в период своей работы с «Русским балетом» артистка балета и балетмейстер Б. Ф. Нижинская собирала вырезки о выступлениях труппы из прессы различных стран, однако эти материалы не были вовлечены в научный оборот.

Отметим, что газета «Нью-Йорк Таймс» освещала деятельность «Русского балета» на протяжении всей жизни труппы. Поиск в полнотекстовом архиве издания по ключевым словам *Ballets Russes* выдает больше восьмисот результатов, и в это число входит, по нашей оценке, около трехсот статей, напрямую посвященных деятельности балета.

Хронологические рамки работы – рассматривались статьи только с 1920 по 1930 г. – не случайны.

Самые ранние упоминания «Русского балета» в «Нью-Йорк Таймс» датируются 1911 г. Однако до 1915 г. включительно внимание к труппе было ограниченным. С 1916 г. начинается заметный рост числа публикаций о «Русском балете», его деятельности и его композиторах, темы и характер их становятся более разнообразными.

Рост внимания газеты к труппе хронологически совпадает с подготовкой и проведением американских турне «Русского балета». В 1920 г., после окончания Первой мировой войны, С. П. Дягилев заново запускает турне по Европе, и с этого момента деятельность его труппы начинает носить более стабильный характер. К этому периоду относится и создание известных балетов труппы: «Аполлон Мусагет» на музыку И. Ф. Стравинского и «Блудный сын» – С. С. Прокофьева. В период с 1920 по 1930 г. «Русский балет» и его композиторы – в центре внимания газеты.

Культурно-исторический контекст

Американский балет и русское влияние

Как отмечают исследователи американского балета Ольга Майнард (Maynard, 1959: 25) и Тэд Шоун (Shawn, 1926: 29), в течение долгого времени балет в США оставался явлением глубоко вторичным, заимствованным, в то время как в России искусство балета активно развивалось. В Штатах постановщики пытались копировать зарубежные балеты с ограниченным бюджетом и слабыми труппами. Как пишет Ольга Майнард, в XIX в. не только в США, но и «везде, кроме России», балет находился не на лучшей стадии своего развития (1959: 25).

В 1880 г. в Нью-Йорке открылась оперная труппа «Метрополитен Опера», и в рамках ее деятельности появилась первая балерина – Мальвина Кавалацци. Первая балетная труппа, однако, выступала лишь с 1885 по 1887 г., и вплоть до основания балетной школы (*Metropolitan Opera Ballet School*) в 1909 г. во главе все с той же Мальвиной Кавалацци ничего значимого в этой сфере не происходило.

Тем не менее, как отмечает Тэд Шоун (1926: 29), именно в русле американской танцевальной традиции сформировались такие известные танцовщицы, как Айседора Дункан и Рут Сан Дени, чьи выступления в России в первые годы XX столетия были поистине триумфальными. Как утверждает Шоун, именно под их влиянием С. П. Дягилев и другие деятели русского балета того времени смогли увидеть, «что лежит вне классической балетной традиции, и вместе с этим появилось движение, которое назвали “романтическая революция” – и вслед за этим видением, пришедшим из Америки, появился выдающийся Русский балет» (1926:29). Шоун отмечает, что секрет успеха «Русского балета» заключается в том, что он, будучи в основе своей полностью русским: «состоял из русских танцоров, музыка писалась русскими композиторами, их руководитель был русским» (1926: 40), – впитал в себя все возможное не только от итальянских, испанских и французских преподавателей, но и от американской танцевальной традиции.

В свою очередь, «Русский балет» способствовал формированию американского балета как полноценного вида искусства. Американские выступления труппы С. П. Дягилева, в том числе турне 1916–1917 гг., оказали огромное влияние на балет в США, несмотря на неоднозначный прием некоторых постановок.

Помимо турне труппы, влияние на американский балет оказывали и танцовщики – выходцы из «Русского балета». Так, в США

с 1916 г. поселился один из участников «Русского балета», танцовщик и хореограф, бывший солист Мариинского театра А. Р. Больм. Он ставил балеты в «Метрополитен Опера», создал свою труппу и балетную школу. Были и другие участники «Русского балета», избравшие местом жительства США, которые также формировали кадровый костяк американского балета.

После американских турне, уже в 1930-х гг., свою страницу в летопись американского балета вписал и «Русский балет Монте-Карло» Сержа Дэнема, созданный при участии артистов дягилевской труппы – прежде всего, Л. Ф. Мясина.

Таким образом, «Русский балет», впитавший различные балетные традиции, сформировал балетное искусство нового уровня, что позволило ему стать не только культурным феноменом своего времени, но и базой современного американского балета.

С. П. Дягилев и американские турне

С. П. Дягилев, после начала Первой мировой войны оказавшийся на грани банкротства, возлагал большие надежды на финансовый успех американских турне. Полученных авансом средств оказалось недостаточно для обеспечения полугодовой подготовки к турне, и Дягилеву пришлось искать дополнительное финансирование.

Подготовку к новому сезону осложнили творческие амбиции Дягилева, сильно опережавшие свое время. Вслед за футуристами, с которыми он познакомился в Италии, Дягилев стремился к ниспровержению шаблонов и провоцированию публики, а также к широкому использованию технических новаций – например, устройству двойного пола сцены, чтобы звук создавался шагами танцоров.

В 1915 г. Дягилев заключил контракт с С. С. Прокофьевым, в рамках которого композитор должен был к началу американского турне написать балет «Шут». Изначально предложенный Прокофьевым балет «Ала и Лоллий» не устроил Дягилева своей «интернациональной музыкой»[1]. Новый балет Прокофьев не успел сдать вовремя, и в итоге поставлен он был только в 1920 г.

Примечательна попытка Дягилева поместить Прокофьева под «творческую опеку» И. Ф. Стравинского. Предполагалось, что таким образом Прокофьев сможет «набраться русскости» от Стравинского, который, по мнению Дягилева, оставался последним русским национальным композитором[2]. Сам Стравинский в то время работал над балетом «Свадебка», запланированным для американ-

ского турне, но также законченным гораздо позже (премьера состоялась в 1923 г.).

К началу американского турне в труппе Дягилева не оказалось главной звезды – В. Ф. Нижинского, который – как гражданин враждебной страны – находился в Австрии под домашним арестом. По прибытии 11 января 1916 г. в США Дягилеву пришлось заниматься адаптацией постановок с учетом культурных различий между русской и американской культурами: в частности, он убрал из балетов сцены, где загримированные под темнокожих танцовщики обнимали белых женщин. Одновременно с этим Дягилев продолжал добиваться освобождения Нижинского, который по приезде в Штаты потребовал у Дягилева выплатить ему накопившуюся за время ареста задолженность по зарплате (Схейен, 2019: 393).

Все это показывает, в каких сложных условиях проходило первое американское турне «Русского балета». Тем не менее по окончании турне Дягилеву предложили провести второе, назначив руководителем турне В. Ф. Нижинского. Это предложение Дягилев принял, поскольку оно позволяло ему работать в Европе над новыми постановками вместе с хореографами и несколькими танцорами.

Часть этого плана реализовалась успешно: в Европе Дягилев запланировал и подготовил одиннадцать постановок. Однако второе американское турне оказалось не менее сложным, чем первое. В итоге общий доход труппы оказался на 75 тысяч долларов ниже ожидаемого.

Финансовая нестабильность положения Дягилева и его труппы (трудности с выплатой гонораров) сказалась в дальнейшем на его отношениях со Стравинским, щепетильно относившимся к финансовым вопросам (Схейен, 2019: 400).

Исследователь Ханна Ярвинен отмечает высокий уровень постановок во время обоих американских турне (Järvinen, 2010: 77). Провал первого турне она объясняет неподготовленностью американских зрителей, а провал второго – нестабильным психическим состоянием Нижинского (Järvinen, 2010: 78). Был и другой фактор: за время Первой мировой войны часть труппы разъехалась по разным странам, была привлечена в частные балетные труппы, и Дягилев фактически сформировал новый «Русский балет» из танцоров разных национальностей, стараясь тем не менее не отходить от идеи «русскости» труппы (Схейен, 2019: 384–385). Нестабильность состава сказалась на результатах американского турне.

Публикации

При изучении публикаций газеты «Нью-Йорк Таймс» за 1906–1932 гг. нам удалось выявить самые ранние упоминания «Русского балета» только в 1911 г., которые до 1915 г. оставались немногочисленными, значительно чаще газета упоминала ключевые фигуры труппы – прежде всего, балерину Анну Павлову.

Из ранних публикаций отметим вышедшую в 1913 г. публикацию о парижской премьере «Весны священной» И. Ф. Стравинского, где отмечалось, что зал протестовал настолько громко, что потребовалось включить в зале свет в надежде, что при свете зрители постесняются продолжать свои крики[3]. Как отмечает в своей монографии Неста Макдональд, в Лондоне восприятие постановки было тоже своеобразным. Газета «Стандарт» (*The Standard*), к примеру, саркастически писала: «Все должны сходить на "Весну священную" хотя бы ради только ее странности и поразительной уродливости – уродливости на сцене и в оркестре. Тщательность, с которой к ней стремятся в каждой сфере, необыкновенна, декоратор, композитор и танцор объединяются с восхитительным успехом, чтобы добиться общей цели»[4].

Из публикаций 1914 г. отметим сообщение о том, что В. Ф. Нижинский заболел и отменил концерты[5], с последовавшим затем дополнением, что его контракт с театром был разорван из-за невыполнения условий[6]. Характерна также заметка 1914 г. с пересказом слов С. П. Дягилева о том, что дамы в Петербурге рисуют животных на лицах по инициативе художника Н. С. Гончаровой[7].

Немногочисленные публикации периода до 1915 г. касаются, как правило, скандальных тем. С 1916 года начинается заметный рост числа публикаций о «Русском балете», его деятельности, темы и характер публикаций становятся все более разнообразными.

В период с 1920 по 1930 г. «Русский балет» и его композиторы пользуются постоянным вниманием газеты. Спад числа публикаций заметен лишь в 1927 г.

Отметим также, что, в отличие от других местных газет, у нью-йоркского издания было существенно больше информационных поводов для публикаций о «Русском балете», который выступал в Нью-Йорке чаще (в первом турне – дважды).

Базой для выявления и последующего анализа публикаций газеты «Нью-Йорк Таймс» с 1920 по 1930 г. послужил электронный архив издания (*Times Machine*), в котором хранятся оцифрованные газеты с 1851 по 2002 г.

Ключевыми словами для поиска были *Ballets Russes, Serge Diaghileff, Igor Stravinsky* и *Serge Prokofiev*. Отметим, что только упоминаний *Serge Diaghileff* за период с 1920 по 1929 г. удалось выявить более двухсот.

Для нашей работы мы отобрали 84 наиболее значимых публикации газеты «Нью-Йорк Таймс» за период с 1920 по 1930 г. Это рецензии на состоявшиеся выступления «Русского балета» (56 публикаций, 62% от всего количества), анонсы предстоящих выступлений (16 публикаций, 20%), новостные заметки (9 публикаций, 11%), статьи-мнения (5 публикаций, 5%) и некрологи с сопутствующими им материалами (2 публикации, 2%).

Анонсы, новостные заметки и некрологи мы рассмотрим в данной статье кратко, а на рецензиях и статьях-мнениях остановимся более детально. В качестве примеров мы приведем те публикации, которые наиболее показательны в контексте нашего исследования.

Анонсы

Главными героями анонсов являются И. Ф. Стравинский и его балеты. 20 октября 1929 г., к примеру, газета кратко сообщает, что «в предстоящем сезоне будет представлена постановка другого балета Стравинского, которую ранее никогда не показывали в Америке. Спонсированная Оркестром Филадельфии, под руководством Леопольда Стоковского, будет показана “Весна священная”»[8]. Отмечается, что премьера запланирована в «Метрополитен Опера».

Другой пример – более значительного объема анонс премьерного в Штатах показа балета «Свадебка» в «Метрополитен Опера». Автор подчеркивает, что «после долгих лет ожидания Америка наконец увидит сценическую постановку “Свадебки” Стравинского»[9]. Он также отмечает, что постановка «будет сильно отличаться от той, которую в 1923 году в Париже представил Дягилев»[10], и описывает некоторые отличия парижской постановки от предстоящей в «Метрополитен Опера». В анонсах заметно, что «Русский балет» в Штатах ждут и за их творчеством следят.

Новостные заметки

Новостные заметки в газете «Нью-Йорк Таймс» за период с 1920 по 1930 г., посвященные «Русскому балету» и его композиторам, разнообразны по своему содержанию. Так, 5 июля 1928 г. опубликована заметка «Хочет 500$, а не похвалы» (*Wants 500$, Not Praise*). Автор сообщает, что «Стравинский недавно заслужил аплодисменты и славословия, появившись на фестивале Моцартовского цикла

в Театре Парижа. Принимая поздравления, Стравинский заявил, однако, что у него был контракт, по которому ему должны были выплатить 500 долларов. В Парижский суд было написано заявление на Фирмина Гемье, президента Театрального общества»[11]. То, что газета сообщила о локальном судебном разбирательстве, можно посчитать доказательством интереса к личности и творчеству Стравинского.

Другая статья, опубликованная 4 сентября 1929 г., уже после смерти С. П. Дягилева, информирует о том, что «члены труппы "Русского балета" Сергея Дягилева, умершего в Венеции, встретились сегодня для того, чтобы решить вопрос о продолжении своей деятельности под руководством Сергея Григорьева в качестве директора»[12].

Некрологи

Некрологи и сопутствующие им материалы – наиболее редки. Нам удалось выявить всего два, опубликованных с разницей в один день и посвященных кончине С. П. Дягилева. Оба некролога носят комплиментарный характер: фраза «о мертвых либо хорошо, либо ничего» актуальна во многих языках.

В некрологе, опубликованном 20 августа 1929 г., автор пишет: «Сергей Дягилев, известный русский продюсер оперы и балета, был найден мертвым в своей постели в отеле Lido-Bains сегодня»[13]. В некрологе много говорится об успехах усопшего, об истории становления «Русского балета» и отмечается, что Дягилев «сам не танцевал и не писал музыку, но у него был талант к роскошным и оригинальным декорациям и костюмам <...> Он сумел собрать потрясающее созвездие имен. С ним работали такие композиторы, как Прокофьев и Стравинский. Костюмы и декорации делали Пикассо, Матисс и Дерен. Его выбор танцоров был идеален. Он не сковывал себя правилами, а выбирал совершенство »[14].

В заметке от 21 августа 1929 г. сообщается, что «Дягилева похоронили сегодня с красочными похоронными церемониями <...> Гроб поместили на похоронную баржу, за которой следовало множество гондол, и привезли к кладбищу на острове Сан Мишель, где произошло захоронение <...> На службе присутствовало много его друзей и родственников, а также те, кто не был знаком с ним лично, но хотел отдать дань уважения его творчеству»[15].

Можно отметить, что в анонсах, новостных заметках и некрологах газеты «Нью-Йорк Таймс» прослеживается уважительное

отношение авторов к «Русскому балету», С. П. Дягилеву и соратниткам. Отмечается, что американская публика с нетерпением ждет премьеры балета «Свадебка».

Рецензии

В рецензиях на выступления «Русского балета», как и в других публикациях газеты «Нью-Йорк Таймс», преобладают положительные отзывы.

В статье «Разнообразие парижской музыки» (*Paris Music Varied*) от 19 июня 1927 г., к примеру, говорится об очередной годовщине основания «Русского балета». Автор отмечает, что «невозможно переоценить заслуги этого уникального колллектива»[16]. Он также пишет, что «Русский балет» «добился настоящей революции в искусстве постановок и декораций, а также познакомил слушателя с музыкой Игоря Стравинского, чьи великие произведения были написаны специально для него»[17]. Далее автор перечисляет различные постановки и особо уделяет внимание балету «Жар-птица», который, как он пишет, является «уникальным шедевром»[18]. Стоит отметить, что в этой публикации автор не избегает и критики: он утверждает, что в новых постановках «Русского балета» отсутствует гармония между музыкой, танцем и декорациями.

В статье «Танец: Новый Русский Балет» (*The Dance: a New Russian Ballet*) от 23 июня 1929 г., автор характеризует весенний сезон как «необычайно блестящий»[19]. Говоря о новом балете С. С. Прокофьева, автор отмечает (цитируя другого журналиста), что это «не только музыкальный шедевр, но и абсолютная победа балета»[20] и что «хореография <...> крайне впечатляющая»[21].

Размышляя о развитии «Русского балета» за последние годы, этот же автор отмечает, что «"Русский Балет" определенно улучшается после нескольких лет, на протяжении которых из-за изменений в методике и команде они потеряли много друзей и престижа»[22]. При этом автор отмечает, что «работа кордебалета, которая упускается из виду, не соответствует уровню постановки. Выверенность их движений и синхронность оставляют желать лучшего»[23].

Рассказывая о балете И. Ф. Стравинского «Байка про лису, петуха, кота да барана», тот же автор пишет, что, хотя балет ушел от своих корней, «теперь появилась тенденция принимать новый стандарт и видеть его полноправную связь с музыкой»[24].

Как видим, в рецензиях «Нью-Йорк Таймс» «Русский балет» зачастую характеризуется как флагман мирового балетного искусства, при этом элементы критики носят не персонифицированный характер. Музыка И. Ф. Стравинского и С. С. Прокофьева оценивается исключительно высоко. Очевидно, что автор принадлежит к числу людей, внимательно следящих за творчеством труппы, за рецензиями других журналистов.

Статьи-мнения

Статей-мнений (прямой перевод с английского *opinion piece*), посвященных «Русскому балету» и его композиторам, в газете «Нью-Йорк Таймс» за период с 1920 по 1930 г. удалось выявить немного, но они весьма характерны для общей тональности публикаций газеты о «Русском балете».

Один из примеров – статья «Танец: наследие Дягилева» (*The Dance: Diaghileff's Legacy*) от 25 августа 1929 г.[25] Написанная через неделю после смерти С. П. Дягилева, она всецело посвящена «Русскому балету». Автор пишет, что «наследие Дягилева значительное и прочное и принадлежит всем, кто захочет им воспользоваться; и таких должно быть много, ведь его наследие велико»[26]. Он также добавляет, что «новый балет пригласил к сотрудничеству лучших музыкантов и художников, и результат такой коллаборации, с более расслабленной техникой танца, публика увидела в известном и катастрофическом американском турне 1916-17»[27], и, несмотря на проблемы турне, сами постановки произвели настолько сильное впечатление, что отложились в сознании зрителей как высшая степень балетного искусства. И, что самое главное, несмотря на всевозможные недостатки, «первые шаги были сделаны, основы были крепко заложены, строение начало возводиться, и были четко определены планы его завершения. Это все наследие Дягилева»[28].

Ярким контрастом к данной статье является публикация от 3 августа 1926 г., посвященная музыке И. Ф. Стравинского. Эт письмо читателя, адресованное редактору газеты «Нью-Йорк Таймс». По утверждению читателя, репортер газеты, написавший о большом стадионном концерте, где исполняли музыку Стравинского, отобразил недостаточно объективную картину происходившего. «Если бы репортер сидел в моей секции на поле и слышал бы все выражения возмущения, раздававшиеся вокруг меня во время и после номера Стравинского, я думаю, он меньше бы сдерживался в выражениях. Так как стадионные концерты, казалось бы, даются в поучение и развле-

чение слушателей, а не для того, чтобы продемонстрировать навыки музыкантов в освоении музыки чокнутых композиторов. Я покорно осведомляюсь, почему руководство стадиона допускает присутствие произведений Стравинского в своих программах?»[29]. Заканчивается письмо словами: «<...> я любитель музыки, не музыкант. Если мне нужно быть музыкантом, чтобы оценить «искусство» Стравинского – спасибо небесам, что я простой бизнесмен, который хотя бы может выбирать свои музыкальные ценности»[30].

Только в статьях-мнениях «Нью-Йорк Таймс» за период с 1920 по 1930 г. так ярко проявился диапазон мнений о «Русском балете» и его композиторах. Отметим очевидное: в то время как остальные публикации газеты были подготовлены журналистами, в той или иной степени имеющими гуманитарную подготовку, письмо читателя написано человеком, куда менее искушенным в искусстве. Данное письмо можно охарактеризовать как типичную реакцию неподготовленного человека на модернизм в искусстве – будь то балет, живопись Н. С. Гончаровой или выступления футуристов.

Заключение

Таким образом, в рамках данной работы мы выявили публикации газеты «Нью-Йорк Таймс» о «Русском балете» и его композиторах за период с 1920 по 1930 г. и выделили из них наиболее значимые, в том числе обзоры, анонсы, новостные заметки, статьи-мнения и некрологи с сопутствующими материалами.

Изученные публикации позволяют сделать вывод о том, что деятельность «Русского балета» и его композиторов была в центре внимания «Нью-Йорк Таймс». Несмотря на серьезные проблемы, сопровождавшие американские турне труппы, в публикациях преобладает позитивная оценка «Русского балета», его постановок, музыки и влияния на мировой балет. В публикациях используются такие эмоционально окрашенные слова, как «уникальный» и «шедевр». Личность С. П. Дягилева, «Русский балет», деятельность его композиторов заслуженно оценивались американскими журналистами как явление мирового уровня, открывающее новые горизонты в искусстве.

По сути, публикации газеты «Нью-Йорк Таймс» о «Русском балете» и его композиторах подтверждают значение деятельности труппы как проводника русской культуры во всем мире.

Отметим также, что отношение авторов современных статей о «Русском балете» Дягилева в зарубежных СМИ схоже с мнениями,

выраженными в публикациях «Нью-Йорк Таймс». Разница лишь в том, что в 1920-е гг. позитивная оценка складывалась из осознания творческого новаторства «Русского балета», а сейчас – из более глубокого и устоявшегося понимания выдающегося вклада «Русского балета» в искусство, его влияния на мировую культуру.

Примечания

[1] *Прокофьев С. С.* Дневник 1907–1933 (часть первая). Париж, 2002.

[2] Там же.

[3] "When hisses are mingled with counter-cheers, as they were the other night, M. Astruc orders the lights turned up. Instantly the booing and hissing stop. Well-known people who are hostile to the ballet do not desire to appear in an undignified role". Parisians Hiss New Ballet (1913) *The New York Times*. June, 8. Available at: https://timesmachine.nytimes.com/timesmachine/1913/06/08/100627576.html?pageNumber=29 (accessed 20.12.2024).

[4] "Everyone should go and see Le Sacre du Printemp, if only on account of its bizarrerie and astonishing ugliness – ugliness on the stage and in the orchestra. The Thoroughness with which it is pursued in every department is extraordinary, scenic artist, composer, and dancer combining together with marvellous success in accomplishing the general purpose" (McDonald, 1975: 98).

[5] "A sensation was caused at the Palace Theatre tonight by the announcement that the famous dancer Nijinsky was unable to appear". Dancer Nijinsky Ill (1914) *The New York Times*. March, 17. Available at: https://timesmachine.nytimes.com/timesmachine/1914/03/17/101754901.html?pageNumber=4 (accessed 20.12.2024).

[6] "As already cabled, the dancer fell ill this week, and, as he remained absent from the theatre three nights in succession, Butt seized the opportunity to cancel the contract". Nijinsky Threatens Suit (1914) *The New York Times*. March, 19. Available at: https://timesmachine.nytimes.com/timesmachine/1914/03/22/100084458.html?pageNumber=31 (accessed 20.12.2024).

[7] "Fashionable women of St. Petersburg are painting tiny figures on their faces and necks, says Sergius Diaghileff, the Russian impresario <...> This revival of the idea of the old beauty patch was introduced by the Russian woman painter, Nathalie Gourtchakoff.". Animal Beauty Patches (1914) *The New York Times*. Jan., 13. Available at: https://timesmachine.nytimes.com/timesmachine/1914/01/13/101429843.html?pageNumber=4 (accessed 20.12.2024).

[8] "The coming season will see the production of another Stravinsky ballet which has never before been seen in America when the Philadelphia Orchestra, under the leadership of Leopold Stokowski, will sponsor the production of 'Le Sacre de Printemps' with full ballet and orchestra". "Le Sacre" as a Ballet (1929) *The New York Times*. Oct., 20. Available at: https://timesmachine.nytimes.com/timesmachine/1929/10/20/118355187.html?pageNumber=177 (accessed: 08.04.2024).

[9] "After many years of waiting, America is finally to see Stravisnky's 'Les Noces' produced on the stage". Marin J. The Task of Presenting "Les Noces" – Neighborhood Playhouse Productions (1929) *The New York Times*. Apr., 21. Available at: https://timesmachine.nytimes.com/timesmachine/1929/04/21/98299912.html?pageNumber=116 (accessed: 08.04.2024).

[10] "It will be a very different 'Les Noces' revealed Thursday evening from that which Diaghileff disclosed to Paris in 1923". Ibid.

[11] "<...> Igor Stravinsky, who recently won applause and praise by his appearance in the Mozart Cycle Festival staffed by the Universal Theatre of Paris. Stravinsky accepts the

praise and applause, claims he had a contract according him in addition 500$. A suit had been filed in a Paris court against Firmin Gemier, President of the Universal Theatre Company...". Wants $500, Not Praise (1928) *The New York Times*. July, 5. Available at: https://timesmachine.nytimes.com/timesmachine/1928/07/05/95589817.html?pageNumber=27 (accessed: 08.04.2024).

[12] "Members of the Russian Ballet Troupe of Serge Diaghileff, who died in Venice, met here today and decided to continue their organization, with Serge Gregorieff as director". Russian Ballet Goes On (1929) *The New York Times*. Sept., 4. Available at: https://timesmachine.nytimes.com/timesmachine/1929/09/04/107105419.html?pageNumber=37 (accessed: 08.04.2024).

[13] "Serge Diaghileff, famous Russian opera and ballet producer, was found dead in his bed at the Hotel Lido-Bains here today". S. Diaghileff Dies, Ballet Impresario (1929) *The New York Times*. August, 20. Available at: https://timesmachine.nytimes.com/timesmachine/1929/08/20/95990514.html?pageNumber=22 (accessed: 08.04.2024).

[14] "He did not dance himself or compose music, but he had a genius for sumptuous and novel settings <...>] he could not have gathered together a more splendid galaxy of names. Among the composers who cooperated with him were Prokofieff and Stravinsky. Among the artists who delighted to design his costumes and settings were Picasso, Matisse and Derain. His choice of dancers was perfect. He confined himself to no rules, but chose excellence from the most diverse sources". Ibid.

[15] "Diaghileff was buried today with colorful funeral ceremonies <...> the coffin was placed on a funeral barge and, followed by many gondolas, it was carried to the cemetery on San Michele Island, where burial took place <...> The services today were attended by many friends and relatives and also by many who had not known him personally but who paid tribute to his art". Funeral for Diaghileff (1929) *The New York Times*. August, 21. Available at: https://timesmachine.nytimes.com/timesmachine/1929/08/21/91923210.html?pageNumber=27 (accessed: 08.04.2024).

[16] "We cannot express too great appreciation for this unique organization.". Prunieres H. Paris Music Varied (1927) *The New York Times*. June, 19. Available at: https://timesmachine.nytimes.com/timesmachine/1927/06/19/96656365.html?pageNumber=172 (accessed: 08.04.2024).

[17] "Not only has it accomplished a veritable revolution in the art of mise en scène and theatrical décor, but has made known to us the music of Igor Stravinsky, many of whose great compositions were especially composed for it". Ibid.

[18] "Perfect masterpiece". Ibid.

[19] "extraordinarily brilliant". Martin J. (1929) The Dance: A New Russian Ballet (1929) *The New York Times*. June, 23. Available at: https://timesmachine.nytimes.com/timesmachine/1929/06/23/91833635.html?pageNumber=147 (accessed: 08.04.2024).

[20] "Not only the composer's masterpiece but also a complete victory for ballet". Ibid.

[21] "Choreography is <...> profoundly impressive". Ibid.

[22] "It seems that the Ballet Russe is decidedly on the up-grade after a period of years in which its change of method and of personnel lost it many friends and much prestige". Ibid.

[23] "The work of the corps de ballet, however, which goes without notice in the majority of reviews, does not share in the general excellence of the performance. Its sense of precision both in line and in time leaves something to be desired". Ibid.

[24] "Now there seems to be an inclination to accept the new standard and to see its relation to music on its own terms". Ibid.

[25] Marin J. The Dance: Diaghileff's Legacy (1929) *The New York Times*. August, 25. Available at: https://timesmachine.nytimes.com/timesmachine/1929/08/25/118349808.html?pageNumber=152 (accessed: 08.04.2024).

[26] "The legacy of Diaghileff is substantial and enduring and belongs to all who care to avail themselves of it; and these should be many, for the legacy is large". Ibid.

[27] "<...> the new ballet called into collaboration musicians and painters from the forefront of their respective arts, and the result of this collaboration, with a loosening up of the actual technique of the dance, we saw in the famous and disastrous American tour in 1916-17". Ibid.

[28] "The ground has been broken, the foundation has been firmly laid, the structure itself has begun to rise, and the plans for its completion are clearly indicated". Ibid.

[29] "<...> if he had been sitting in my section of the field seats and had heard the expressions of indignation all about me, both during and after the Stravinsky number, I think his account would have been less restrained. Since the stadium concerts are presumably given for the edification and enjoyment of the audiences and not chiefly for exhibiting the musicians' skill in mastering works of freak composers I humbly inquire why the Stadium management permits the compositions of Stravinsky in its programs?" Why include Stravinsky? (1929) *The New York Times*. August, 3. Available at: https://timesmachine.nytimes.com/timesmachine/1926/08/03/98496535.html?pageNumber=20 (accessed: 08.04.2024).

[30] "I am a music lover, not a musician. If I have to be a musician to appreciate the 'art' of Stravinsky, thank heaven I am an ordinary business man who can at least select his musical values". Ibid.

Библиография

Схейен Ш. Сергей Дягилев. «Русские сезоны» навсегда. М.: Азбука-Аттикус, 2019.

Järvinen H. (1916) Failed Impressions: Diaghilev's Ballets Russes in America. *Dance Research Journal* 42 (2): 77–108.

Macdonald N. (1975) *Diaghilev observed by critics in England and the United States 1911–1929*. New York: Dance Horizons; London: Dance Books.

Maynard O. (1959) *The American Ballet*. Philadelphia: Macrae Smith Company.

Shawn T. (1926) *The American Ballet*. New York: Henry Holt and Company.

Notes

Prokof'ev S. S. (2002) *Dnevnik 1907–1933 (chast' pervaya)* [The diary 1907–1933 (the first chapter)]. Paris.

S. Diaghileff Dies, Ballet Impresario. *The New York Times*. 1929, August 20. Available at: https://timesmachine.nytimes.com/timesmachine/1929/08/20/95990514.html?pageNumber=22 (accessed: 08.04.2024).

Marin J. (1929) The Task of Presenting "Les Noces" – Neighborhood Playhouse Productions. *The New York Times*. April 21. Available at: https://timesmachine.nytimes.com/timesmachine/1929/04/21/98299912.html?pageNumber=116 (accessed: 08.04.2024).

Parisians Hiss New Ballet. *The New York Times*. 1913, June 8. Available at: https://timesmachine.nytimes.com/timesmachine/1913/06/08/100627576.html?pageNumber=29 (accessed 20.12.2024).

Animal Beauty Patches. *The New York Times*. 1914, January 13. Available at: https://timesmachine.nytimes.com/timesmachine/1914/01/13/101429843.html?pageNumber=4 (accessed 20.12.2024).

Dancer Nijinsky Ill. *The New York Times*. 1914, March 17. Available at: https://timesmachine.nytimes.com/timesmachine/1914/03/17/101754901.html?pageNumber=4 (accessed 20.12.2024).

Nijinsky Threatens Suit. *The New York Times*. 1914, March 22. Available at: https://timesmachine.nytimes.com/timesmachine/1914/03/22/100084458.html?pageNumber=31 (accessed 20.12.2024).

Why include Stravinsky? *The New York Times*. 1926, August 3. Available at: https://timesmachine.nytimes.com/timesmachine/1926/08/03/98496535.html?pageNumber=20 (accessed: 08.04.2024).

Prunieres H. Paris Music Varied. *The New York Times*. 1927, June 19. Available at: https://timesmachine.nytimes.com/timesmachine/1927/06/19/96656365.html?pageNumber=172 (accessed: 08.04.2024).

Wants $500, Not Praise. *The New York Times*. 1928, July 5. Available at: https://timesmachine.nytimes.com/timesmachine/1928/07/05/95589817.html?pageNumber=27 (accessed: 08.04.2024).

Funeral for Diaghileff. The New York Times. 1929, August 21. Available at: https://timesmachine.nytimes.com/timesmachine/1929/08/21/91923210.html?pageNumber=27 (accessed: 08.04.2024).

Russian Ballet Goes On. *The New York Times*. 1929, September 4. Available at: https://timesmachine.nytimes.com/timesmachine/1929/09/04/107105419.html?pageNumber=37 (accessed: 08.04.2024).

"Le Sacre" as a Ballet. *The New York Times*. 1929, October 20. Available at: https://timesmachine.nytimes.com/timesmachine/1929/10/20/118355187.html?pageNumber=177 (accessed: 08.04.2024).

Martin J. (1929) The Dance: A New Russian Ballet. June 23. *The New York Times*. Available at: https://timesmachine.nytimes.com/timesmachine/1929/06/23/91833635.html?pageNumber=147 (accessed: 08.04.2024).

Marin J. (1929) The Dance: Diaghileff's Legacy. August 25. *The New York Times*. Available at: https://timesmachine.nytimes.com/timesmachine/1929/08/25/118349808.html?pageNumber=152 (accessed: 08.04.2024).

References

Järvinen H. (1916) Failed Impressions: Diaghilev's Ballets Russes in America. *Dance Research Journal* 42 (2): 77–108.

Macdonald N. (1975) *Diaghilev observed by critics in England and the United States 1911–1929*. New York: Dance Horizons; London: Dance Books.

Maynard O. (1959) *The American Ballet*. Philadelphia: Macrae Smith Company.

Shawn T. (1926) *The American Ballet*. New York: Henry Holt and Company.

Skheyen Sh. (2019) *Sergey Dyagilev. «Russkie sezony» navsegda* [Serge Diaghilev. "Russian Seasons" forever]. Moscow: Azbuka-Attikus Publ. (In Russian)

Поступила в редакцию
10.09.2024

ДИСКУССИЯ

Куликова Элла Германовна, доктор филологических наук, профессор кафедры массовых коммуникаций, Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы, Москва, Россия; e-mail: kulikova_ella21@mail.ru, ORCID 0000-0002-5305-8789

АКСИОЛОГИЯ И ПРАГМАТИКА ТЕКСТОВ РЕЦЕНЗИЙ Т. МОСКВИНОЙ: АВТОРСКАЯ СПЕЦИФИКА ЖАНРА

Традиционные литературно-художественные и профессиональные искусствоведческие журналы в известной степени утратили определяющую роль в культурных процессах XXI в., и площадками для критических статей все чаще становятся новые медиа. Следствием этого процесса стала трансформация текста рецензии, который существенно отклонился от исторически сложившихся прототипов. В медиакритике к рецензиям стали относить даже тексты анонсов и аннотаций. Т. В. Москвина оставила образцы в жанре классической разновидности рецензии. В статье представлены значимые аксиологические и прагматические параметры жанра, прослеживается роль топосов и тропеических средств в рецензиях Т. В. Москвиной, определяется, благодаря каким языковым приемам ее тексты способны выполнять просветительские задачи.

***Ключевые слова**: речевой жанр, медийная рецензия, аксиология, изобразительность, выразительность, тропы, Татьяна Москвина.*

Как цитировать: *Куликова Э. Г.* Аксиология и прагматика текстов рецензий Т. Москвиной: авторская специфика жанра // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2025. № 2. С. 96–114. DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.2.2025.96114

Ella G. Kulikova, Doctor of Philology, Professor at the Chair of Mass Communications, Russian University of People's Friendship named after Patrice Lumumba, Moscow, Russia; e-mail: kulikova_ella21@mail.ru, ORCID 0000-0002-5305-8789

AXIOLOGY AND PRAGMATICS OF THE REVIEW TEXTS BY T. MOSKVINA: THE AUTHOR'S GENRE SPECIFICS

Traditional literary, artistic, and professional art criticism journals have lost their decisive role in the cultural processes of the 21st century. Instead, media have become increasingly popular platforms for critical articles. This transformation has led to a significant deviation from historically fixed review text prototypes. Media

criticism has even begun to attribute even the texts of announcements and annotations to reviews. The classical review genre is explored in the works of T. V. Moskvina. Moskvina investigates the axiological and pragmatic aspects of media speech genres, such as review, and identifies the role of tropes and toposes in reviews. She also defines linguistic techniques that make her texts suitable for high educational purposes and functioning as social institutions. Moskvina employs a range of methods to analyze media reviews. She uses content analysis to study the content and semantic parameters of texts. Cognitive-pragmatic, contextual, and semantic-stylistic methods are used to interpret the functions of tropes. Sociolinguistic analysis, based on the correlation of social and linguistic phenomena, provides a broader social and cultural-historical context for analyzing reviews by Moskvina. Individual style, understood as a set of cognitive, linguistic, and stylistic characteristics, is formed by different language resources. Moskvina created socially significant generalizations and relevant ideas about social and cultural processes in our country.

***Key words**: speech genre, media review, axiology, figurativeness, expressiveness, tropes, Tatiana Moskvina.*

To cite this article: Kulikova E. G. (2025) Aksiologiya i pragmatika tekstov retsenziy T. Moskvinoy: avtorskaya spetsifika zhanra [Axiology and pragmatics of the review texts by T. Moskvina: the author's genre specifics]. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika 2*: 96–114. DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.2.2025.96114

DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.2.2025.96114

Введение

Творчество Татьяны Владимировны Москвиной (1958–2022) всегда было посвящено задачам «"перевода" важнейших компонентов культурного слоя общественной жизни на язык массовой аудитории и выявления их смысла» (Лазутина, Распопова, 2011: 17); ее тексты – заметное явление в нашей культуре и по объему всего материала, и по качеству каждой публикации.

В статье анализируются ее кино- и театральные рецензии, а также литературная критика. На протяжении почти 20 лет она вела рубрику «Культурная жизнь» в «Аргументах недели», где нашли отражение значимые явления литературной и театральной жизни, а также современный кинопроцесс. На этом материале выявляются аксиологические и прагматические характеристики рецензии как медийного жанра, устанавливается роль топосов и тропеических средств, организующих рецензии Т. В. Москвиной, определяются те непосредственные инструменты, с помощью которых ее тексты способны выполнять просветительские задачи.

Под рецензией традиционно понимается отклик на единичное событие – выход книги, спектакля или фильма. Этот жанр многократно становился предметом изучения лингвистов (Ванько, 2021; Гаранина, 2013; Земцова, 2012; Молитвина, 2017; Морева, 2016; Морева, Петрова, 2016; Набиева, 2010; Нерсесова, 2012; Новиков, 2012; Петрова, Морева, 2014; Тертычный, 2010; Эрман 2011), которые чаще всего причисляли его к аналитическим жанрам современной журналистики. В то же время нередко отмечаются «качественные изменения рецензии <...> в сторону большей информационности и меньшей аналитичности, большей рекламности и развлекательности» (Молитвина, 2017: 5), что обусловливает неоднозначное отношение к рецензиям, в которых усматриваются пиар-акции, нацеленные на привлечение внимания к деятельности «модных» авторов – писателей или режиссеров. Конечно, определенную полезную функцию (а именно – информирование) выполняют и такие тексты, однако классическая рецензия традиционно выполняла куда более значимые задачи.

«Проникновение в культуру, искусство, литературу рыночных принципов, размывающих устоявшиеся эстетически-этические критерии оценки» (Башкатова, 2013: 3), приводит к тому, что в рекламной рецензии центральной категорией оказывается позитивная оценочность (Гаранина, 2013; Сабурова, Голикова, 2015).

Еще одна особенность современных рецензий, на которую указывает В. И. Новиков, – отсутствие индивидуальных черт стиля у рецензентов: «Сейчас критикой занимаются люди, с одной стороны, вроде бы филологически оснащенные, но у них один язык на всех. Они не поставили перед собой проблему индивидуализации языка – с тем, чтобы уже первая фраза говорила “я такой-то”. Мало риторической техники, мало мастерства, очень рыхлая композиция и недостаток интерпретаций» (2023).

Специфика жанра рецензии Т. Москвиной

Т. В. Москвина в полной мере обладала индивидуальным стилем; ее тексты отличаются богатством интерпретаций, использованием всего арсенала изобразительно-выразительных средств. Виктор Терентьев точно отметил: «Москвина – гениальная искусница называть вещи своими именами, не осуждая, но понимая и припечатывая словом навсегда... Ее оценочные суждения бритвенно остры, микроскопически точны, исчерпывающе афори-

стичны. Изысканно-ювелирная вязь стальных аргументов во славу коммунального быта всех видов искусства заслуженно увенчивает Татьяну Владимировну диадемой “Совесть отечественной культуры”» (2022: 26).

В богатом творческом наследии Т. В. Москвиной рецензии (или металитература, по Р. Барту) занимают особое место: самой широкой публике она известна благодаря публикациям этих рецензий в «Аргументах недели» и «Литературной газете», затем издавались сборники рецензий. Последняя (22-я!) книга с последними рецензиями «Разберемся!» вышла в год смерти Татьяны Москвиной – в 2022 г. Именно в жанре рецензии наиболее остро встает проблема доказательства своих взглядов на обсуждаемый артефакт.

Как известно, «категория оценочности для рецензии является текстообразующей и жанрообразующей: она организует текст композиционно, структурирует его <...>» (Набиева, 2010: 7). Оценки Т. Москвиной резкие, но всегда доказательные.

В рецензии о романе Г. Яхиной «Дети мои» в качестве опорной единицы Т. Москвина не случайно выбирает талант – по ее мнению, необходимое качество любого автора, а такой талант непременно выражается в слове. В рецензии, по сути, устанавливается мера ответственности автора за собственный текст и – в определенном смысле – за его восприятие. Т. Москвина рассматривает текст Г. Яхиной в нескольких проекциях: с точки зрения самой Яхиной, со своей, как рецензента, с точки зрения некоего социума и лидеров мнений этого социума, а также читателей. И во всех проекциях оцениваются качества текста – языковые и эстетические. Т. Москвина обращается к анализу романа и описывает его лингвистические особенности, что позволяет аргументировать выводы о формировании некоей квазизначимости «литературы больших идей». Т. Москвина последовательно пользуется смысловой градацией как элементом, структурирующим ее собственный текст: «<...> это читать невозможно. Автор не владеет словом, не умеет писать! <...> возвеличивает большой круглый ноль по имени Гузель Яхина. Трудолюбивая, как все графоманы<...>»[1].

Как дополнительное средство структурной и семантической организации текста в рецензии используется особый вид риторического вопроса, обеспечивающий интертекстуальность и выполняющий своеобразную парольную функцию (точное использование риторического вопроса из «Собачьего сердца» обес-

печивает переход уже к риторическому вопросу самого автора рецензии: «Вспоминается фраза из бессмертного “Собачьего сердца” Булгакова: “Позвольте, но как же он служил в очистке??”»[2]. Интертекстуальность, широкий литературный контекст, апелляция к культурной памяти – все это определяет персуазивность ее рецензий.

Метафоры у Т. Москвиной опираются на сложившуюся в русской лингвокультуре традицию (включая и механизмы метафоризации, и модели формирования метафор). При этом метафоры передают авторские коннотации, которые могут осознанно усиливаться контекстом или нейтрализоваться в соответствии с замыслом автора. Т. Москвина регулярно использует метафору «кинематический дизайн», с помощью которой определяет различие советского кино и нынешнего... Оппозиция «кинематограф/кинематический дизайн» противопоставляет живой творческий процесс некоей искусственной, намеренно обедненной схеме, при этом создается составная синонимичная метафора «чучело кинематографа», и в этой метафоре закрепляется прямо выраженная негативная оценочность. Автор использует составные метафоры или сочетания метафор и эпитетов с закрепленной, актуализированной негативной оценочностью («сериальная лабуда», «крепкое криминальное пойло»). Эти тропы расширяют представление читателя об обобщенном объекте рецензий – кинематографе, а также о его современном состоянии, с точки зрения автора рецензии. Т. Москвина пишет о том, что такое «кино забываешь не после, а уже во время просмотра, так это, может, и хорошо. Голова, она еще может пригодиться»[3].

Неуспех у публики новых прочтений произведений русской литературы, которые уже экранизировались и получили признание, рассматривается автором рецензий как результат практической утраты кинематографом статуса искусства, с его высокими эстетическими стандартами, как использование его результатов в качестве прикладных, в качестве своеобразного дизайна – «кинематического». Например, заголовок рецензии – «Новая “Угрюм-река”: сказ о потерянном кинематографе»[4].

Изменения в создании и восприятии кинотекстов имеют различные социальные причины – как собственно профессиональные, так и общесоциальные: «Антигерои советской культуры взяли реванш! Так какое кино у нас теперь может быть? Кино победителей: тупое, жирное, орущее, не видящее простого честно-

го человека в упор. Как стадо бешеных слонов, это жирное кино затаптывает все кроткое, человечное, милосердное, что все-таки появляется на экранах. Но тут другая беда: поменялась аудитория, и «тихое кино о бедных людях» имеет мало шансов на внимание и успех»[5].

В этой части текста для точного описания проблемы Т. Москвина использует нанизывание эпитетов с прямо выраженной негативной оценочностью, концентрацию в пределах одного микроконтекста близких по природе тропов – сравнений и метафор, а также метафорических эпитетов («Как стадо бешеных слонов, это жирное кино затаптывает все кроткое, человечное, милосердное...»). Причины этого автор видит именно в изменениях социальных: поменялась аудитория. Эти изменения повлияли на восприятие кино в целом, поскольку изменилось или меняется положение понятий, явлений на аксиологической шкале лингвокультуры, в первую очередь изменилось представление о положительном герое: «Кто теперь возьмет в герои шестилетнего мальчика из рыбачьей артели? Теперь подавай крутой сюжет, дизайнерские интерьеры, дорогие машины, кровавые разборки. Или военный антураж – чтоб в танчики поиграть, или исторический – чтобы то же самое, но в костюмчиках. Сойдут также саги про мускулистых всепобеждающих спортсменов. Ну иногда для совсем уж глубинного народа кроятся портянки на сто серий из деревенской жизни типа “и крестьянки любить умеют”»[6].

Анализируя ситуацию с отечественными театрами, Т. Москвина отчетливо демонстрирует свою не только эстетическую, но и гражданскую позицию: «Если считать режиссуру профессией, Серебренников не умеет ничего или почти ничего. Не владеет анализом пьесы, и авторский мир для него – ничто. Не справляется с пространством – мизансцены неизобретательны, беспомощны, не использованы ни высота, ни глубина пространства. Поразительно глух он и к музыке спектакля. Не раскрывает актеров и не умеет слаживать ансамбля »[7].

«На роль флагмана современной драмы в БДТ сегодня явно назначен Иван Вырыпаев – на главной сцене идут его отвратительные “Пьяные”, на другой сцене, что на Каменном острове, – еще одна муть. И радостное известие: Вырыпаев специально для Алисы Фрейндлих сочинил пьесу “Волнение”, идут репетиции. Надеюсь, это не модификация его пьесы “Июль”, которая пред-

ставляет собой монолог людоеда. Обычно пьесы Вырыпаева – это километры выспреннего графоманского текста, фальшиво взбодренные убогой руганью и словоблудием о Боге»[8].

Последний текст – не рецензия в чистом виде, а текст по поводу круглой даты. Впрочем, не только юбилейную статью, но и некролог еще с XVIII в. считают жанром литературной критики, как и собственно рецензию (см. об этом: Перхин, 2001: 163). Такие тексты у Т. Москвиной не менее блистательны, например некролог, посвященный А. Градскому («Король-солнце»)[9]. В этом жанре у Т. Москвиной находятся не просто добрые, но удивительные слова, по которым можно постичь главное, уникальное и самое достойное в личности ушедшего художника.

Из приведенных текстов Т. Москвиной видно, что преобладающая интонация ее рецензий – это ирония, нередко переходящая в сарказм. Редкий пересказ содержания кино (а без этого читатель не поймет, о чем речь) дан без иронии, например ее рецензия на фильм «Территория»[10]:

«На экраны вышла картина “Территория” по знаменитому советскому роману Олега Куваева. Фильм, действие которого происходит в 1960–1961 гг., посвящен сильным мужчинам-геологам, ищущим золото на крайнем северо-востоке страны. Не бешеных нулей, не пошлых бумажек, но натурального, желтого и тяжелого злата взыскуют они всей романтической душой. И не для себя, а для страны! Смотрите кино, о фрилансеры и мерчандайзеры, и умирайте от зависти и тоски».

В этой части текста ирония направлена не на фильм, а на внешнюю по отношению к нему ситуацию. Не случайно здесь и некое противопоставление понятий, связанных с фильмом и действительностью (мужчины-геологи – фрилансеры и мерчандайзеры; герои фильма – зрители). Далее автор излагает и свои ощущения, связанные с содержанием и формой произведения: «Первые полчаса фильма проходят в ощущении, что тебе льют бальзам прямо на раны. По бескрайним северным просторам, где летом бегут быстрые ледяные реки, а зимой расстилаются белоснежные природные инсталляции божественной красоты, расхаживают твердой походкой невероятные мужчины. Это первые красавцы нашего кинематографа: Константин Лавроненко, Егор Бероев, Григорий Добрыгин, Евгений Цыганов... не хватает разве что Пореченкова».

Интересно, что свое отношение Т. Москвина пытается передать и через детали одежды и антуража. При этом одежда выступает, с одной стороны, символом определенного типажа, что обусловлено и наличием в лингвокультуре стереотипа «свитер грубой вязки – мужчина героической профессии – романтический герой», характерного именно для эпохи 1960-х гг., а с другой стороны, те же детали иронически переосмысляются («свитера крупной вязки», но дизайнерские и не повторяющиеся по цвету) «Мужчины эти – чистые герои, даже несколько фантастического оттенка. К примеру, они постоянно зачем-то бросаются в реки, идут по пояс в воде или плывут прямо в одежде, погружаясь целиком, причем с неизвестной целью».

Можно сказать, что автор рецензии пользуется и своеобразным приемом остранения, сохраняя всю систему оценочных средств и формально усиливая объективность текста. Описывая действия героев, автор отмечает как их характерный признак «отсутствие логических связей» и приходит к выводу о его жанровой маркированности для поэтического кино: «Отсутствие логических связей – очевидный признак поэтического кино, поэтому не будем притворяться, что не поняли создателей картины: отлично поняли».

При этом тот же самый признак позволяет автору рецензии перейти к текстообразующей развернутой метафоре, характеризующей качество фильма: «Однако из ста кроликов не может составиться лошадь, а из ста эпизодов не получается кино, ежели оно ничем не “прошито”, никаким драматическим действием».

Имплицитная негативно-оценочная информация выводится посредством интерпретации текста и контекста, в том числе – широкого контекста ситуации. У имплицитных оценок план содержания существенно превосходит план выражения по «смыслоемкости». В приведенных примерах это инвективная оценочность. В работе И. В. Заложной (2011) инвективность представлена в качестве особого типа поля (ФСП, по терминологии А. В. Бондарко), при этом на дальней периферии этого поля представлены имплицитные инвективы: «Кирилл Серебренников – расширяющаяся вселенная»[11].

Ирония может создаваться за счет стилистически маркированных единиц субстандарта. Это хорошо описанное в лингвистической литературе интенциональное использование языковых

единиц (см., напр.: Бондарко, 1994): « <...> но не покидая рамок своей миссии, потому что он – рыцарь света и обязан защищать терпил»[12]; «Никакого эстетического преступления не совершено, снято очередное посредственное кино, где гениальный артист превращен в приятного раздолбая, вовремя соскочившего с кокаина. Да они (гении прошлого) все были нормальные ребята, нюхали – кололись – пили – трахались, отлично бы вписались в современную тусу-мусу, – таков, вероятно, общий посыл “детишкиного кино”, кино мажоров “Садового кольца”»[13].

Очень редко Т. Москвина идет даже на то, чтобы включить в свой текст обсценизмы самого дурного свойства, нарушающие социальные табу, но это – цитата из реального спектакля БДТ, свидетельство культурной деградации театра: «Билеты худо-бедно продаются, критики что-то регулярно бормочут – так что не ссать, БДТ, не ссать! Сто лет побед!

Вы вздрогнули, читатель? Интересное дело: в спектакле “Пьяные” выражение, от которого вы вздрогнули, триумфально звучит со сцены БДТ не меньше 10 раз, почему бы мне его не процитировать. Я, может, тоже алчу свободы, желаю учредить “критику без границ”.

Ищу новые формы, понимаете ли!»[14].

В рецензии используются также различные прецедентные феномены, в том числе прецедентные высказывания из кинотекстов («Иван Васильевич меняет профессию»): «А если вам кажется, что “царь не настоящий” и БДТ сегодня – не солидное культурное предприятие, а некая фантомная гидропоника, так мало ли что кому кажется»[15].

Прецедентное высказывание используется в новом контексте, автор поддерживает семантику некоей искусственности, в том числе и за счет метафоры «фантомная гидропоника» применительно к оценке современного состояния одного из известнейших театров, а возможно, и театра как искусства в целом: «Исхитриться поставить спектакль, чтоб он не попал в афишу “Золотой маски”? Подобного позора с Могучим еще не было»[16].

Ироничны и даже саркастичны многие заголовки ее рецензий: «Майор Прилепин в раю для подростков»[17], «Злые мужчины на морозе и без женщин»[18], «Бабах! Бабах! И мы победили»[19], «Боярская и Безруков предотвратили третью мировую войну»[20], «Федор Бондарчук перестал обольщать землян»[21]. Заголовок, данный авто-

ром рецензии о фильме, посвященном Льву Толстому, «Лев Толстой как шиш простой»[22] актуализирует рефлексию Т. Москвиной, обусловленную заявленной авторами фильма «История одного назначения» идеей показать Льва Толстого преимущественно бытовым человеком, а не классиком и духовным авторитетом. Естественно, представляется странным, что создателей ленты о Толстом мало волнуют его учения и поучения, им гораздо интереснее, как Толстой ссорился с женой.

Иронические интонации давно стали непременным атрибутом медиадискурса вообще, и даже высказывалось мнение о том, что медиа злоупотребляют ироническими приемами, которые настолько растиражированы, что уже не оказывают должного воздействия. Думаем, что последнее никак не относится к Т. Москвиной. Она сама не раз подчеркивала в своих интервью, что рецензия не должна быть ни доброй, ни злой, но должна быть остроумной. Она мастер «непрямой коммуникации» (в рамках теории речевых актов ирония может рассматриваться в составе косвенных речевых актов), из которой, однако, подготовленный читатель может извлечь гораздо больше информации, чем это выражено вербально: ирония дает наращение смысла высказывания.

В то же время Т. Москвина не избегает прямых оценок. Нередко заголовок рецензии уже содержит нелицеприятный вывод, и в тексте рецензии этот вывод обосновывается. Т. Москвина всегда открыто присутствует в своих текстах и нередко пишет от первого лица, то есть активно применяет тактику самопрезентации, описывает свой зрительский или читательский опыт.

Метафора у Т. Москвиной не просто элокутивное средство, но способ осмысления культурной жизни общества: с помощью метафоры автор передает свое отношение к описываемому в рецензии. А метафорическое мышление является эффективным инструментом влияния на общественное мнение (Agafonova, Belozerova, Larini, 2020).

Ср. фрагменты текстов, непосредственно его формирующих: «Черкасов – абсолютно фантастический, нереальный, вымышленный образ, и в этом его высшая ценность. Он – не то, что было когда-то или есть сейчас, он – синтез массовых грез и желаний. Символ, идеал. Остров законности в океане преступлений, луч

света в темном царстве, площадь мужества и честности в окружении малодушия и алчности»[23].

«<...> иное выросло племя – и каменные советские люди, создавшие когда-то могучую цивилизацию, так же далеки и непостижимы, как изваяния острова Пасхи. И вызывают такую же смесь ужаса и восхищения “Люди и камни Андрея Рубанова”»[24].

Сравнения тоже информативны – познавательный инструмент, позволяющий найти доводы к логосу, пафосу и этосу. Компаративные единицы выполняют роль вербального стимула к активации механизма сравнения в сознании реципиента: «Как своего рода Ноев ковчег, фильм Бондарчука собрал почти всю прекрасную актерскую “наличность” своего времени»[25].

Развернутое сравнение может быть композиционной основой рецензии. Например, текст «Кто сражался за родину?»[26] построен на сравнении нового фильма о войне «Ржев» и советской классики – «Они сражались за Родину» С. Бондарчука. Итогом применения топоса сравнения как ментальной операции становится особая когнитивная структура, связанная не только с конкретными фильмами, но и с глубинными процессами в социальной жизни и в кинематографе.

Интертекстуальность, языковым маркером которой являются прецедентные имена, – характернейшая черта идиостиля Т. Москвиной. Эта рецензия отражает также затекстовые факты, связанные с процессом съемок, которые позволяют автору воспользоваться закрепленными в русской лингвокультуре ассоциациями с прецедентным текстом А. Чехова: «Для завершения истории этой “Истории” рукоделие хорошо было бы продемонстрировать вечерком в усадьбе, друзьям и приятелям, они хором восклицают “Гениально!” – и рукоделие отправляется в шкаф. У Чехова в рассказе “Ионыч” есть такая талантливая семья дилетантов – Туркины <...> отправляют сотни копий картины в недра провинциальной России»[27].

Интертекстуальность репрезентируется за счет интенционального выбора онимов, в том числе прецедентных, что закономерно приводит к актуализации таких риторических феноменов, как ирония и даже сарказм: «Продюсеры горазды давать советы космической глупости. Режиссер фильма Игорь Угольников лично исполняет в своей картине роль, и не маленькую, что до сих пор удавалось весьма немногим (Чаплин, Шукшин, Михалков), а что Угольников не Чаплин, он и сам знает»[28].

Как видим, прецедентные антропонимы реализуют компрессивную аксиологию, поскольку у онимов вообще гораздо бóльшая, чем у нарицательных имен, привязка к экстралингвистическим факторам.

Т. Москвина использует всю палитру языковых единиц – от новомодных англицизмов до устаревших слов не из «ядерного» состава: «А то, что для своего театра Меньшиков стал, что называется, “фронтменом” и “хедлайнером”».

Тропы на основе устаревшей лексики являются единицами системы, сформировавшей русский риторический идеал. Это касается не только лексем, но и лексико-семантических вариантов многозначных слов. Например, автор рецензии обеспечивает развертывание своего текста на устаревшем значении словоформы «отцы»: «В сатирической фантазии братьев Стругацких “Обитаемый остров” планетой правят “неизвестные отцы”, таинственная банда, принимающая ключевые решения. Вот такие “неизвестные отцы” как правили, так и правят “планетой” отечественной культуры. Правда, при Советах эти отцы были более вменяемыми»[29].

Идиостиль Т. В. Москвиной, понимаемый как совокупность когнитивных, лингвистических и стилевых характеристик, создается комплексом перечисленных ресурсов. Но, прежде всего, ее идиостиль проявляется на лингвокогнитивном уровне – на основе интеллектуальных качеств и творческой индивидуальности. Идиостиль оказывает влияние на авторскую специфику репрезентации жанра рецензии Т. В. Москвиной.

Заключение

Итак, доминирующая для жанра рецензии категория оценки воплощается в совокупности конкретных приемов, которые вместе создают жанрово обусловленный феномен в современном медийном пространстве – тексты рецензий Татьяны Москвиной. Авторская интерпретация как объяснение, детальная и аргументированная параметризация объекта, сочетание нескольких точек зрения, представляющих объект рецензии с разных сторон, формирование аксиологически и прагматически значимого образа артефакта – эти обязательные составляющие жанра рецензии у Т. Москвиной позволяют создать эстетически значимые жанро-

во специфичные тексты. Но ни в одной своей рецензии Т. Москвина не ограничивается только соображениями по конкретному поводу: она делает важные и актуальные для социокультурной ситуации обобщения. А «рецензия, для которой культуроформирующая и культурно-просветительская функции конститутивны, обладает потенциалом по преодолению культурного кризиса» (Башкатова, 2013: 5).

Примечания

[1] *Москвина Т.* Литература больших лимонов // Аргументы недели. 2019. Дек., 17. Режим доступа: https://argumenti.ru/culture/2019/12/642181 (дата обращения: 13.03.2024).

[2] Там же.

[3] *Москвина Т.* Диверсант. Эволюция// Разберемся! М.: АСТ, 2022. С. 99.

[4] *Москвина Т.* Новая «Угрюм-река»: сказ о потерянном кинематографе // Аргументы недели. 2021. Март, 16. Режим доступа: https://argumenti.ru/culture/2021/03/713922 (дата обращения: 13.03.2024).

[5] *Москвина Т.* Какое оно, советское кино? // Аргументы недели. 2020. Авг., 25. Режим доступа: https://argumenti.ru/culture/2020/08/684028 (дата обращения: 13.03.2024).

[6] Там же.

[7] *Москвина Т.* Тайна г-на Серебренникова раскрыта // Аргументы недели. 2006. Ноябрь, 16. Режим доступа: https://argumenti.ru/culture/n30/33024 (дата обращения: 13.03.2024).

[8] *Москвина Т.* Сто лет БДТ: неюбилейное // Аргументы недели. 2019. Февр., 20. Режим доступа: https://argumenti.ru/culture/2019/02/603070 (дата обращения: 13.03.2024).

[9] *Москвина Т.* Король-солнце // Аргументы недели. 2021. № 47. Режим доступа: https://ruskline.ru/opp/2021/11/30/korolsolnce (дата обращения: 13.03.2024).

[10] *Москвина Т.* Не мужчины – золото // Аргументы недели. 2015. № 16. Режим доступа: https://argumenti.ru/culture/n486/398981 (дата обращения: 13.03.2024).

[11] *Москвина Т.* Раз пошла я в «Гоголь-центр» // Аргументы недели. 2016. Авг., 24. Режим доступа: https://argumenti.ru/culture/n552/463720 (дата обращения: 13.03.2024).

[12] *Москвина Т.* Русский режиссер советского периода. Игорю Масленникову 90 лет // Аргументы недели. 2021. № 42. С. 15.

[13] *Москвина Т.* Александр Вертинский стал милым Шуриком // Аргументы недели. 2021. № 40. Режим доступа: https://klan.argumenti.ru/readtext/990ba94198a9e970601c3977b0041abf/15 (дата обращения: 13.03.2024).

[14] *Москвина Т.* Сто лет БДТ: неюбилейное // Аргументы недели. 20 февраля 2019. Февр., 20. Режим доступа: https://argumenti.ru/culture/2019/02/603070 (дата обращения: 13.03.2024).

[15] Там же.

[16] Там же.

[17] *Москвина Т.* Разберемся! Главное о новом в кино, театре и литературе. М.: АСТ. 2022.

[18] Там же.

[19] Там же.
[20] Там же.
[21] Там же.
[22] *Москвина Т.* Лев Толстой как шиш простой // Аргументы недели. 2018. Сент., 27. Режим доступа: https://argumenti.ru/culture/2018/09/587116 (дата обращения: 22.04.2024).
[23] *Москвина Т.* Майор Черкасов: новое дело старого любимца // Разберемся! М.: АСТ, 2022. С. 358.
[24] *Москвина Т.* Люди и камни Андрея Рубанова // Там же. С. 154–155.
[25] *Москвина Т.* Кто сражался за родину? // Аргументы недели. 2020. Май, 6. Режим доступа: https://argumenti.ru/culture/2020/05/664519 (дата обращения: 13.03.2024).
[26] *Москвина Т.* Кто сражался за родину? // Аргументы недели. 2020. Май, 6. Режим доступа: https://argumenti.ru/culture/2020/05/664519 (дата обращения: 13.03.2024).
[27] *Москвина Т.* Лев Толстой как шиш простой // Аргументы недели. 2018. Сент., 27. Режим доступа: https://argumenti.ru/culture/2018/09/587116 (дата обращения: 22.04.2024).
[28] *Москвина Т.* Пушкин и немцы // Аргументы недели. 2022. № 8. С. 15.
[29] *Москвина Т.* Одно лечат, другое калечат // Аргументы недели. 2021. № 44. Режим доступа: https://argumenti.ru/culture/2021/11/746043 (дата обращения: 13.03.2024).

Библиография

Агафонова О. И., Белозерова М. С., Ларини С. Б. Функционирование метафорической модели «Politics is Animal World» в современных СМИ // Научный результат. Вопросы теоретической и прикладной лингвистики. 2020. Т. 6. № 1. С. 3–11.

Башкатова А. Г. Литературная рецензия в контексте современных тенденций развития культуры: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2013.

Бондарко А. В. К проблеме интенциональности в грамматике (на материале русского языка) // Вопросы языкознания. 1994. № 2. С. 29–42.

Ванько Т. Р. Своеобразие жанров кинорецензии в медиапространстве // Вестник МГЛУ. Гуманитарные науки. Вып. 8 (850). 2021. С. 9–21.

Гаранина Э. Ю. Оценочность в жанре кинорецензии // Вестник Кемеровского государственного университета. 2013. № 2. Т. 2. С. 28–31.

Заложная И. В. Имплицитная инвектива в современном русском языке: структурно-семантические и коммуникативно-прагматические характеристики: дис. ... канд. филол. наук. Ставрополь, 2011.

Земцова Л. А. Искусствоведческая рецензия как жанр массово-информационного дискурса: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2006.

Лазутина Г. В., Распопова С. С. Жанры журналистского творчества: учеб. пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2011.

Молитвина Н. Н. Литературная рецензия в современном медиадискурсе: жанрово-стилистический аспект: дис. ... канд. филол. наук. М., 2017.

Морева А. Н. Коммуникативные стратегии и тактики в медиажанре литературной рецензии (на материале «Литературной газеты»): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Нижний Новгород, 2016.

Морева А. Н., Петрова Н. Е. Тактика самопрезентации в медиажанре литературной рецензии: речевые ходы и их прагматические функции // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История, филология. 2016. Т. 15. № 6. С. 110–117.

Набиева Е. А. Оценочность в жанре рецензии: лингвистический и прагматический аспекты (на материале «Литературной газеты» и региональной парламентской газеты «Тюменские известия» постсоветского периода): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Тюмень, 2010.

Нерсесова Т. Е. Типы и жанры рецензирования в современных печатных СМИ: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2012.

Новиков В. И. Жанр литературной рецензии в современной отечественной прессе // Медиаскоп [электронное издание]. 2012. Вып. 2. Режим доступа: http://www.mediascope.ru/node/1115 (дата обращения: 13.03.2024).

Новиков В. И. Жизнь стала интересовать меня больше, чем литература// ЛиTERRAтура. [электронное издание]. 2023. № 206. Режим доступа: https://literratura.org/non-fiction/998-vl-novikov-zhizn-stala-interesovat-menya-bolshe-chem-literatura.html (дата обращения: 13.05.2025).

Перхин В. В. «Открывать красоты и недостатки...»: литературная критика от рецензии до некролога. Серебряный век. СПб.: Лицей, 2001.

Петрова Н. Е., Морева А. Н. Прагматика современной литературной рецензии как разновидности медийного текста // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История, филология. 2014. Т. 13. Вып. 6: Журналистика. С. 116–123.

Сабурова Н. А. Голикова В. Н. Дискурсивные характеристики непрофессиональной кинорецензии в виртуальном пространстве // Вестник Тихоокеанского государственного университета. 2015. Т. 38. № 3. С. 281–288.

Тертычный А. А. Аналитическая журналистика: учеб. пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2010.

Терентьев В. Голос совести // Литературная газета. 2022. № 36. С. 26.

Эрман В. А. Кинорецензия как полидискурсивный и интердискурсивный текст (на материале немецких журналистских текстов): дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2011.

Notes

Moskvina T. (2015) Ne muzhchiny – zoloto [Not men – gold]. *Argumenty nedeli.* 16. Available at: https://argumenti.ru/culture/n486/398981 (accessed: 13.03.2024)

Moskvina T. (2015) Raz poshla ya v «Gogol'-tsentR» [Once I went to the Gogol Center]. *Argumenty nedeli.* 24 August. Available at: https://argumenti.ru/culture/n552/463720 (accessed: 13.03.2024)

Moskvina T. (2018) Lev Tolstoi kak shish prostoi [Leo Tolstoy is like a simple shish]. *Argumenty nedeli*. 27 September. Available at: https://argumenti.ru/culture/2018/09/587116 (accessed: 22.04.2024)

Moskvina T. (2019) Literatura bol'shikh limonov [The literature of big lemons]. *Argumenty nedeli*. 17 December. Available at: https://argumenti.ru/culture/2019/12/642181 (accessed: 13.03.2024)

Moskvina T. (2019) Sto let BDT: neyubileinoe [One hundred years of BDT: unjubilee]. *Argumenty nedeli*. 20 February. Available at: https://argumenti.ru/culture/2019/02/603070 (accessed: 13.03.2024)

Moskvina T. (2020) Kakoe ono, sovetskoe kino? [What is it, Soviet cinema?]. *Argumenty nedeli*. 25 August. Available at: https://argumenti.ru/culture/2020/08/684028 (accessed: 13.03.2024)

Moskvina T. (2020) Kto srazhalsya za rodinu? [Who fought for the motherland?]. *Argumenty nedeli*. 6 May. Available at: https://argumenti.ru/culture/2020/05/664519 (accessed: 22.04.2024)

Moskvina T. (2020) Taina g-na Serebrennikova raskryta [The secret of Mr. Serebrennikov has been revealed]. *Argumenty nedeli*. 25 November. Available at: https://argumenti.ru/culture/n30/33024 (accessed: 13.03.2024)

Moskvina T. (2020) Zlye muzhchiny na moroze i bez zhenshchin [Angry men in the cold and without women]. *Argumenty nedeli*. 14 January.

Moskvina T. (2021) Aleksandr Vertinskii stal milym Shurikom [Alexander Vertinsky became a sweet Shurik]. *Argumenty nedeli*. 40. Available at: https://klan.argumenti.ru/readtext/990ba94198a9e970601c3977b0041abf/15 (accessed: 13.03.2024)

Moskvina T. (2021) Korol'-solntse [The Sun King]. *Argumenty nedeli* 47. Available at: https://ruskline.ru/opp/2021/11/30/korolsolnce (accessed: 13.03.2024)

Moskvina T. (2021) Malovato intellekta v novom fil'me Fedora Bondarchuka [There is not enough intelligence in the new film by Fyodor Bondarchuk]. *Agentstvo ZSK*. Available at: https://argumenti.ru/culture/2020/05/664519 (accessed: 22.04.2024)

Moskvina T. (2021) Novaya «Ugryum-reka»: skaz o poteryannom kinematografe [The new "Surly River": a tale of lost cinema]. *Argumenty nedeli*. 16 March. Available at: https://argumenti.ru/culture/2021/03/713922 (accessed: 13.03.2024)

Moskvina T. (2021) Odno lechat, drugoe kalechat [One is treated, the other is mutilated]. *Argumenty nedeli*. 44. Available at: https://argumenti.ru/culture/2021/11/746043 (accessed: 22.04.2024)

Moskvina T. (2021) Russkii rezhisser sovetskogo perioda. Igoryu Maslennikovu 90 let [A Russian director of the Soviet period. Igor Maslennikov is 90 years old]. *Argumenty nedeli*. 42: 15.

Moskvina T. (2021) S"est' Olega Men'shikova i stat' znamenitym? [Eat Oleg Menshikov and become famous?]. *Argumenty nedeli*. 33. Available at: https://argumenti.ru/culture/2021/08/735503 (accessed: 22.04.2024)

Moskvina T. (2022) Diversant. Ehvolyutsiya [A saboteur. Evolution]. In *Razberemsya!* [Let's clarify!]. P. 99.

Moskvina T. (2022) Lyudi i kamni Andreya Rubanova [People and stones by Andrey Rubanov]. *Razberemsya!* P. 154–155.

Moskvina T. (2022) Maior Cherkasov: novoe delo starogo lyubimtsa [Major Cherkasov: the new case of an old favorite]. In *Razberemsya!* [Let's figure it out!]. P. 358.

Moskvina T. (2022) Pushkin i nemtsy [Pushkin and the Germans]. *Argumenty nedeli*. 8: 15.

Moskvina T. (2022) Razberemsya! Glavnoe o novom v kino, teatre i literature [Let's clarify! The main thing about new things in cinema, theatre and literature]. M.: AST. 410 s.

References

Agafonova O. I., Belozerova M. S., Larini S. (2020) Funktsionirovanie metaforicheskoy modeli «Politics is Animal World» v sovremennykh SMI [Functioning of the Complex Metaphor «Politics is Animal World» in contemporary Mass-Media]. *Nauchnyj rezul'tat. Voprosy teoreticheskoj i prikladnoj lingvistiki* 6 (1): 3–11. (In Russian)

Bashkatova A. G. (2013) *Literaturnaya retsenziya v kontekste sovremennykh tendentsii razvitiya kul'tury: avtoref. dis.* [Literary review in the context of modern trends in the development of culture: diss. abstract]. Moscow. (In Russian)

Borodulina N. Yu., Khudyakov A. V. (1994) K probleme intentsional'nosti v grammatike (na materiale russkogo yazyka) [On the problem of intentionality in grammar (based on the material of the Russian language)]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*. 2: 29–42. (In Russian)

Erman V. A. (2011) *Kinoretsenziya kak polidiskursivnyi i interdiskursivnyi tekst (na materiale nemetskikh zhurnalistskikh tekstov):* dis. ... kand. filol. nauk. [Film review as a polydiscursive and interdiscursive text (based on the material of German journalistic texts): Experimental Study. PhD philol. sci. diss.]. St. Petersburg. (In Russian)

Garanina E. Yu. (2013) Otsenochnost' v zhanre kinoretsenzii [Evaluation in the film review genre]. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta* 2 (54): 28–31. (In Russian)

Lazutina G. V., Raspopova S. S. (2011) *Zhanry zhurnalistskogo tvorchestva: Ucheb. posobie dlya studentov vuzov* [Genres of journalistic creativity: Study guide for university students]. Moscow: Aspekt Press Publ. (In Russian)

Molitvina N. N. (2017) *Literaturnaya retsenziya v sovremennom mediadiskurse: zhanrovo-stilisticheskii aspect*: dis. ... kand. filol. nauk. [Literary review in modern media discourse: genre and stylistic aspect: an Experimental Study. PhD philol. sci. diss.]. Moscow. (In Russian)

Moreva A. N. (2016) *Kommunikativnye strategii i taktiki v mediazhanre literaturnoi retsenzii (na materiale «LiteraturnoiGazetY»)*: avtoref. dis. [Communicative strategies and tactics in the media genre of literary review (based on the material of the Literary Newspaper): diss. abstract]. Nizhniy Novgorod. (In Russian)

Moreva A. N., Petrova N. E. (2016) Taktika samoprezentatsii v media zhanre literaturnoi retsenzii: rechevye khody i ikh pragmaticheskie funktsii [Tactics of self-presentation in the media genre of literary review: speech moves and their pragmatic functions]. *Vestnik Novgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Istoriya, Filologiya* 15 (6): 110–117. (In Russian)

Nabieva E. A. (2010) *Otsenochnost' v zhanre retsenzii: lingvisticheskii i pragmaticheskii aspekty (na materiale «Literaturnoi gazetY» i regional'noi parlamentskoi gazety «Tyumenskie izvestiya» postsovetskogo perioda)*: avtoref. dis. [Evaluation in the genre of reviews: linguistic and pragmatic aspects (based on the material of the Literary Gazette and the regional parliamentary newspaper Tyumen Izvestia of the post-Soviet period): diss. abstract]. Tyumen. (In Russian)

Nersesova T. E. (2012) *Tipy i zhanry retsenzirovaniya v sovremennykh pechatnykh SMI*: avtoref. dis. [Types and genres of reviewing in modern print media: diss. abstract]. Moscow. (In Russian)

Novikov V. I. (2012) Zhanr literaturnoi retsenzii v sovremennoi otechestvennoi presse [Genre of literary review in the modern Russian press]. *Mediaskop – Mediascope* 2. Available at: http://www.mediascope.ru/node/1115 (accessed: 13.03.2024). (In Russian)

Novikov V. I. (2023). Zhizn' stala interesovat' menya bol'she, chem literatura [Life began to interest me more than literature]. LiTERRAtura – LiTERRAture [electronic edition]. 206. Available at: https://literratura.org/non-fiction/998-vl-novikov-zhizn-stala-interesovat-menya-bolshe-chem-literatura.html (accessed: 13.05.2025). (In Russian)

Perkhin V. V. (2001) *«Otkryvat' krasoty i nedostatkI...»: literaturnaya kritika ot retsenzii do nekrologa. Serebryanyi vek* ["Discovering beauty and flaws ...": literary criticism from review to obituary. The Silver Age]. St. Petersburg: Litsei Publ., 2001. 256 p. (In Russian)

Petrova N. E., Moreva A. N. (2014) Pragmatika sovremennoi literaturnoi retsenzii kak raznovidnosti mediinogo teksta [Pragmatics of modern literary review as a kind of media text]. *Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Istoriya, filologiya* 13 (6): 116–123. (In Russian)

Saburova N. A. Golikova, V. N. (2015) Diskursivnye kharakteristiki neprofessional'noi kinoretsenzii v virtual'nom prostranstve [Discursive characteristics of non-professional film censorship in virtual space]. *Vestnik Tikhookeanskogo gosudarstvennogo universiteta* 38 (3): 281–288. (In Russian)

Terentyev V. (2022) Golos sovesti [Voice of conscience]. *Literary Newspaper* 3: 26. (In Russian)

Tertychny A. A. (2010) *Analiticheskaya zhurnalistika* [Analytical journalism: textbook for universities students]. Moscow: Aspekt Press Publ. (In Russian)

Vanko T. R. (2021) Svoeobrazie zhanrov kinoretsenzii v mediaprostranstve [The peculiarity of film review genre in the media space]. *Vestnik MGLU. Gumanitarnye nauki* 8 (850): 9–21. (In Russian)

Zalozhnaya I. V. (2011) *Implitsitnaya invektiva v sovremennom russkom yazyke: strukturno-semanticheskie i kommunikativno-pragmaticheskie kharakteristi-*

ki. Dis. ... kand. filol. nauk. [Implicit invective in modern Russian: structural-semantic and communicative-pragmatic characteristics: an Experimental Study. PhD philol. sci. diss.]. Stavropol. (In Russian)

Zemtsova L. A. (2006) *Iskusstvovedcheskaya retsenziya kak zhanr massovo-informatsionnogo diskursa*: avtoref. dis. [Art criticism as a genre of mass information discourse: diss. abstract]. Volgograd. (In Russian)

Поступила в редакцию
13.01.2025

Назайкин Александр Николаевич, доктор филологических наук, профессор кафедры теории и экономики СМИ, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, г. Москва, Россия; e-mail: info@nazaykin.ru, ORCID 0009-0009-0944-9289

СОВРЕМЕННЫЙ СТОРИТЕЛЛИНГ: ОПРЕДЕЛЕНИЕ И ВИДЫ

Сторителлинг становится особенно актуален в условиях усиливающейся конкуренции за внимание человека на рынке современной коммуникации. Его эффективное использование сегодня во многом затруднено противоречивой практикой, отсутствием достаточного анализа, систематизации подходов, а также путаницей с определением того, что, собственно, является историей и какая она должна быть в сторителлинге. В результате анализа исследований, работ практиков и представителей академической среды автором обобщены и уточнены определения сторителлинга и истории, представлены основные их виды. Также обозначены отличия сторителлинга от нарратива и повествования, которые сегодня нередко используются исследователями и практиками как синонимичные понятия.

***Ключевые слова**: сторителлинг, виды сторителлинга, теория сторителлинга, коммуникационные стратегии.*

Как цитировать: *Назайкин А. Н.* Современный сторителлинг: определение и виды // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2025. № 2. С. 115–135. DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.2.2025.115135

Alexander N. Nazaykin, Doctor of Philology, Professor of the Department of Theory and Economics of Media, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; e-mail: info@nazaykin.ru, ORCID 0009-0009-0944-9289

MODERN STORYTELLING: CONCEPT, DEFINITION, TYPES

This article delves into the art of storytelling, exploring its significance in today's competitive communication landscape. Despite numerous publications, storytelling remains a poorly studied scientific phenomenon. The author traces its origins to intuitive use and highlights its conscious adoption in the late 20th century. Scientific research on storytelling commenced at this time but has been hindered by conflicting practices, insufficient analysis, and a lack of systematic approaches. Drawing from primary research, practitioner insights, and scientific works, the author presents a comprehensive analysis of storytelling and history. This includes defining these concepts, categorizing storytelling types, and distinguishing them from narrative and

narration, two terms often conflated by researchers and practitioners. The author's findings pave the way for systematic exploration of storytelling's various aspects, predicting its future development, and enhancing its practical application. Notably, the author foresees the rapid growth of visual, multimedia, and AI storytelling in the near future.

***Key words**: storytelling, types of storytelling, storytelling theory, communication strategies.*

To cite this article: Nazaykin A. N. (2025) Sovremennyy storitelling: opredelenie i vidy [Modern storytelling: concept, definition, types]. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika 2*: 115–135. DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.2.2025.115135

DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.2.2025.115135

Введение

Сторителлинг имеет долгую историю применения в коммуникации. Об этом свидетельствуют, в частности, наскальные рисунки, найденные в пещере Шове во Франции и рассказывающие о людях, живших около 30 000 лет назад. В дальнейшем устное творчество, изобретение печатного станка, фотографии, кино, радио, телевидения, компьютера, интернета, появление социальных сетей привели к массовому использованию сторителлинга в XXI в. Современные люди эмоционально рассказывают друг другу о собственном опыте и в личном общении, и в деловом. Сторителлинг стал очень разнообразным как с точки зрения способа рассказа, так и с точки зрения композиции самой истории.

Длительное время сторителлинг использовался интуитивно. Сознательное применение историй для решения коммуникационных задач получило развитие лишь в конце двадцатого века. Впервые термин «сторителлинг» прозвучал в 1985 г. в сообщении о «круглом столе» на тему «Сторителлинг в массовой культуре и повседневной жизни». Важной вехой стал 1992 г.: вышла книга Армстронга *MBSA: Managing by Storying Around* (Armstrong, 1992), в которой впервые в печати был использован термин «сторителлинг». Исследование вдохновило представителей многих профессий к использованию «новой» коммуникационной технологии в своей работе: в маркетинге, журналистике, рекламе, *PR*, преподавании, политике, психотерапии, тренинге, адвокатском и музейном деле, туризме, видеоиграх и т. д. С помощью сторителлинга стали целенаправленно мотивировать, обучать, воодушевлять, продвигать, привлекать, продавать, развлекать и т. д. Рассказывание историй

в информационный век, когда человек, имеющий и рациональное, и эмоциональное начало, перегружен информацией, оказалось очень эффективным. «Истории представляют собой самый мощный инструмент передачи информации, более надежный, чем любая другая форма искусства. Люди любят истории, потому что жизнь полна приключений, и мы инстинктивно предрасположены извлекать уроки, наблюдая за переменами, происходящими с другими людьми. Жизнь сложна и многолика, а потому мы сочувствуем персонажам, которые преодолевают на своем жизненном пути проблемы, похожие на те, что встают перед нами. Когда мы слушаем какую-ту историю, химические процессы в нашем теле проходят по-другому и наш мозг фокусируется на этом <...>», – пишет Н. Дуарте (2012: 16). Эти слова подтверждены экспериментами. Так, во время одного из них[1] участники просматривали короткие видеоклипы с эмоциональной или безэмоциональной сценой. Было обнаружено, что у тех, кто сопереживал, в организме было на 47% больше нейрохимического окситоцина, чем у тех, кто не испытывал сочувствия к персонажам. Исследователи сделали вывод, что переживание напряжения в истории вызывает у людей стресс, из-за чего их тела выделяют гормон и нейротрансмиттер окситоцин. Этот гормон усиливает эмпатию, когда во время прослушивания истории, чтения книги, просмотра телешоу или фильма возникает напряжение, – как следствие, человек начинает сопереживать персонажам и «переносится» в историю.

В 2006 г. *Harvard Business Review* назвал сторителлинг одной из самых успешных бизнес-идей года (Симакова, Енбаева, 2019). Истории помогают установить прочную связь с адресатом, передать сложную информацию просто и понятно. Сторителлинг вызывает любопытство, побуждает аудиторию к дальнейшему изучению темы или определенному действию. С его помощью удается даже увеличить ценность материального объекта: становятся дороже предметы, которыми пользовались известные люди. Согласно одному из исследований, покупатели «готовы заплатить на 5% больше за гостиничный номер, если предложение сопровождалось рассказом о ком-то, кто в нем останавливался, и на 11% больше – за картину, если ее описание включало рассказ о художнике»[2].

Конкуренция за внимание человека на рынке современной коммуникации продолжает расти. Практики все чаще используют сторителлинг для того, чтобы пробиться к своей аудитории через

информационный шум. Однако не каждая история позволяет это сделать. Эффективное использование сторителлинга сегодня во многом затруднено противоречивой практикой, отсутствием достаточного анализа этого коммуникационного феномена и систематизации подходов, а также путаницей с определением того, что, собственно, является историей и какой она должна быть.

Современные научные труды имеют историческую базу: еще Аристотель давал свой собственный анализ процесса коммуникации[3]. Однако подавляющее большинство практических работ и научных исследований, посвященных сторителлингу, являются продуктом последнего столетия. Среди них особенно интересна «Морфология волшебной сказки» В. Проппа (2024), опубликованная в 1928 г. В этой работе «препарируются» истории-сказки: анализируются характеры, функции персонажей, волшебные орудия или определенные ситуации. Через несколько десятков лет после выхода книги В. Проппа еще дальше в изучении сторителлинга пошли Р. Макки (2015), А. Митта (2016), Дж. Кэмпбелл (2021), Б. Снайдер (2015), С. Филд (2016), посвятившие свои труды не просто классификации разных элементов, а именно созданию эффективной истории. Появились весьма глубокие работы, посвященные практике использования сторителлинга (Симмонс, 2013; Лоуренс, 2021; Галло, 2021), обосновывающие использование делового сторителлинга (Дуарте, 2012; Каптерев, 2012), раскрывающие особенности применения сторителлинга в современном мультимедийном мире (Анюхина, 2017; Болдина, 2019), и т. д.

Бо́льшая часть современных работ посвящена традиционному вербальному печатному сторителлингу, определенная часть – иконическому (развивающемуся в связи с увеличивающимся использованием инфографики, изобразительного ряда) и креолизованному (на фоне стремительного развития мультимедиа). При этом визуальный сторителлинг рассматривается исследователями лишь в определенных аспектах. Так, о визуальном сторителлинге в современных *PR*-коммуникациях пишет А. Елисеева (2017), об опыте сторителлинга в соцсети *Pinterest* – Ю. Андреева и В. Надюкова (2022), о визуальном сторителлинге в комиксах – О. Давыдова и Л. Муравьева (2023), о видах и возможностях визуального сторителлинга в видеоиграх – Р. Иванов (2023), о дополненной реальности как инструменте визуального сторителлинга – А. Тюрина (2022), о семиотическом подходе в визуальном сторителлинге

благотворительных фондов – С. Колпакова (2021) и т. д. Труды по аудиосторителлингу представлены еще более скромно. Можно выделить небольшое количество значимых работ, связанных с традиционным радио и косвенно затрагивающих сторителлинг (Смирнов, 2019; Кузьмина, 2013; Познин, 2023; Крамер, 2017; McHugh, 2015), а также несколько публикаций зарубежных и отечественных практиков аудиосторителлинга на традиционном радио и в подкастах[4]. Крайне мало значимых работ по использованию в сторителлинге искусственного интеллекта[5] (Яковлева, Солдатова, 2024).

Только в базе научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU имеется почти 8000 статей на тему сторителлинга, однако в целом накопленные современные знания об этом коммуникационном феномене не структурированы, не дают целостного представления о нем и потому недостаточно пригодны для практического применения. В связи с этим, на наш взгляд, особенно актуальным является исследовательский взгляд на такие базовые аспекты сторителлинга, как определение понятий «сторителлинг» и «история», а также их основных видов. Это позволит значительно облегчить дальнейший анализ различных аспектов сторителлинга, что, в свою очередь, сделает более эффективным применение этой коммуникационной технологии на практике.

Автор изучил документы и результаты исследований, имеющих отношение к сторителлингу, – более шестидесяти публикаций зарубежных и отечественных представителей академической среды и практиков.

Определение и виды сторителлинга

Нередко сторителлинг используется как синоним нарратива и повествования. Однако это ошибочная практика. Как правило, сторителлингом называют «рассказывание историй», просто переводя с английского *storytelling* (*story* + *telling*). При этом одни исследователи считают, что сторителлинг – это не просто «рассказывание историй», а «”рассказывание истории” с целью максимального вовлечения аудитории в процесс прочтения текста» (Болдина, 2019). Другие определяют сторителлинг как «метод последовательного изложения истории, создающий в итоге эффект вовлеченности, сиюминутности и причастности к описываемому событию у читателя/зрителя» (Анюхина, 2017: 146), также говорят, что сторителлинг – это «естественный и гибкий способ взаимо-

действия с аудиторией», предусматривающий «познавательный акт с эффектами вовлечения и развлечения» (Комиссарова, Васильева, Горбань. 2017: 98). Констатируют: «Сторителлинг – это искусство донесения поучительной информации, с помощью рассказывания историй, создание рассказов, побуждающих возникновение у читателя/слушателя эмоций и чувств» (Терещенко, 2020: 45).

Если объединить различные определения, то можно сказать, что сторителлинг – это технология эмоциональной передачи рациональной информации в виде истории. Легко заметить его отличия от нарратива и повествования. Согласно словарю, «Нарратив (англ. и фр. *narrative* — лат. *narrare* «рассказывать, повествовать») — самостоятельно созданное повествование о некотором множестве взаимосвязанных событий, представленное читателю или слушателю в виде последовательности слов или образов»[6], частично совпадающее по значению с общеупотребительными словами «повествование» и «рассказ». Одни специалисты определяют нарратив как семиотическую интерпретацию расставленных в причинно-временной последовательности реальных или выдуманных происшествий с участием разумных и чувствующих субъектов, смысл действий которых определяется его целостной конфигурацией и единым значением (Болдина, 2019). Другие считают, что «Нарратив — субъективное повествование, которое подсказывает, как осмыслить произошедшее. По сути, рассказ о событиях замещает само событие <...> В основе каждого описания лежит свой нарратив — рассказчик создает некую модель мира, в котором происходит событие»[7]. Третьи отмечают: «Нарратив – это структурированное логичное повествование, в котором отражается индивидуальное восприятие реальности рассказчика»[8]. Так или иначе, все определения нарратива близки к словарному и говорят просто о логичном изложении неких событий с точки зрения автора.

Повествование же – это, прежде всего, изложение последовательности связанных между собой событий или переживаний. Одни исследователи отмечают: «Повествование, в отличие от сторителлинга, является гораздо более клиническим, сухим термином. Это просто констатация ряда событий»[9]. Другие говорят, что «в то время как повествование относится к конкретной структуре и последовательности событий в истории, сторителлинг охватывает более широкую практику передачи повествований с помощью различных средств, приемов и творческих элементов»[10].

Обобщенные формулировки можно свести воедино в следующем виде:

Нарратив – самостоятельно созданное автором повествование о взаимосвязанных событиях.

Повествование – изложение последовательности связанных между собой событий или переживаний.

Сторителлинг – эмоциональная передача рациональной информации в виде истории.

Очевидно, что сторителлинг – не нарратив и не повествование. Нельзя согласиться с утверждением, что «"нарративный подход" – это сторителлинг и есть <...> сходство понятий "нарратив" и "сторителлинг" имеет место быть» (Терещенко, 2020), а также с синонимичностью понятий «повествование» и «сторителлинг». На наш взгляд, путаница с определением происходит по двум причинам. Во-первых, само понятие «сторителлинг» очень молодое и только приобретает точное, общепринятое значение (его даже порой пишут по-разному, нередко как «сторитейлинг»). Во-вторых, не все исследователи понимают смысл ключевого для сторителлинга понятия «история» (ему будет уделено внимание далее).

Сторителлинг можно рассматривать с разных точек зрения. Так, можно выделить событийный сторителлинг и драматургический сторителлинг. Первый используется при лаконично-эмоциональной передаче полезной информации (обычно в малых текстовых формах: случай, анекдот, короткая притча – при личном общении, передаче новостей, презентации проектов и т. д.). Драматургический сторителлинг, также передавая аудитории ценную информацию, обеспечивает высокий уровень эмоционального напряжения, добиться которого можно с помощью использования комплекса таких драматургических элементов, как конфликт, перипетии, барьеры, бреши и т. д. Соответственно, драматургический сторителлинг – это инструмент средних и крупных текстовых форм: репортажей, очерков, пьес, сценариев, рассказов, романов и т. д.

С точки зрения вызываемых эмоций можно выделить односложный сторителлинг (моносторителлинг), побуждающий аудиторию к выражению только одной эмоции (смеху, печали и т. д.), и многосложный сторителлинг (полисторителлинг), направленный на вызов нескольких эмоций (и радости, и сожаления и т. д.).

В зависимости от того, какие средства используются для рассказа, сторителлинг можно разделить на вербальный (словесный)

и невербальный (иконический, аудио). Следует отметить, что чисто вербального сторителлинга не существует, так как слова при коммуникации всегда переносятся каким-то средством. В невербальном же сторителлинге можно выделить:

– визуальный сторителлинг (Алексеева, 2020), использующий или комбинирующий разные виды контента: фотографии, графику, инфографику, коллаж, кино, видео; в плане движения – являющийся статичным или динамичным; с точки зрения комбинации с другими видами сторителлинга – самостоятельный или визуально-креолизованный (визуально-вербальный, визуально-аудиальный, визуально-вербально-аудиальный), – в целом отличается объективной понятностью для большинства аудитории, а также относительной дешевизной и простотой многих его инструментов;

– аудиосторителлинг (Назайкин, 2023), самостоятельный, в который входят вербальный (на радио, в подкастах, в аудиокнигах), а также музыкальный (без слов) и вербально-музыкальный; аудиокреолизованный (использующий аудиоконтент в сочетании с другими видами сторителлинга – прежде всего с визуальным), – в целом позволяет достигать аудиалов, а также воздействовать на людей с помощью высокоэффективного «театра воображения».

Можно говорить об «аналоговом» сторителлинге и цифровом (Назарова, 2018), который сегодня особенно популярен в связи с широкой распространенностью гаджетов.

Также выделяют мультимедийный сторителлинг (Симакова, Енбаева, Исакова, 2019). Поскольку используются средства мультимедиа, он является одновременно цифровым и вербальным, визуальным, аудиальным. За счет применения современных технологий и широкого спектра инструментария мультимедийный сторителлинг обладает высокой эффективностью, но ограничен своей сложностью и дороговизной.

Кросс-медийный сторителлинг[11] позволяет транслировать одну адаптируемую историю на различных платформах и – при некоторых дополнительных затратах – значительно расширяет аудиторию.

Трансмедийный сторителлинг (Краснов, Сидорня, 2018) предполагает мультимедийное расширение общей истории на новых платформах за счет их технологических особенностей с получением новых смыслов, новых героев, новых событий; является очень дорогим и используется только для очень крупных проектов.

Также можно говорить и об авторском сторителлинге – личном или коллективном, и о сторителлинге, созданном искусственным интеллектом, относительно дешевом, но требующем определенных знаний и умений в использовании, на сегодня применяемом лишь для решения задач среднего качества (не самого высокого уровня креативности).

Сторителлинг можно рассматривать и с точки зрения специфики сферы его применения: в личном общении, в литературе, журналистике, бизнесе, рекламе, в *PR*, психологии, туризме и т. д.

К сторителлингу предъявляют определенные требования – как общие (наличие истории, авторитетность рассказчика, оригинальность и т. д.), так и специфические (правильное использование визуальных, аудиальных, мультимедийных инструментов и т. д.).

Определение и виды истории

Как и сторителлинг, история трактуется разными источниками и исследователями по-разному. Словари обычно дают очень общее определение: история – это «рассказ, повествование <...> Происшествие, событие, случай»[12] и т. п. Но в истории используется далеко не любой рассказ, повествование, случай или происшествие. Практики и исследователи приводят примеры и дают комментарии к ним, позволяющие увидеть разницу между историей и рассказом:

«История 1.

“Сегодня у меня выходной. Я проснулся после обеда и решил, что весь день проведу в кровати”. Какие у вас эмоции вызвала эта история? Возможно, только зависть, потому что всем нам хотелось бы провести день в кровати в свой выходной. Но, помимо этого, ведь ничего.

История 2.

“Сегодня в свой выходной мне пришлось в самую рань подорваться с кровати. И почему же? Да потому что мой начальник решил устроить собрание! В выходной! А я просто хотел провести день дома в кровати, есть пиццу и смотреть кино. И ведь такое не в первый раз...” Чувствуете? Здесь с самого начало виден конфликт и проблема, с которой сталкивается герой. Причем проблема такая, с которой сталкивается много людей (наша потенциальная целевая аудитория), а раз так, то мы затронули ту

самую боль. А дальше нужно развивать историю до конца и сделать вывод, который подтолкнет вашу аудиторию к определенным действиям»[13].

Е. Гнездилова также приводит два вида текста, посвященных истории:

«Вариант 1. Сэндвич – это британский вид бутерброда, который состоит из 2-х или более кусочков хлеба и одного или нескольких слоев мясной начинки (или любой другой). Оксфордский словарь датирует первые использования термина “сэндвич” 1762 годом.

Вариант 2. Знаменитый британский политический деятель, аристократ Джон Монтегю, IV граф Сэндвич, очень любил проводить время за карточными играми. Как-то раз, во время очередной игры в криббедж, которая длилась уже несколько часов, он не нашел времени перекусить и дал указание слуге принести ему еду между двумя кусочками хлеба. Его приятелям пришелся по душе вариант приема пищи без отрыва от игры, и они тоже попросили хлеб “по-сэндвичски”.

Безусловно, первый вариант – краткая информация, второй – простейший вариант истории, которая имеет больше шансов быть запомненной аудиторией. И, если через несколько дней мы попросим слушателя вспомнить определение, скорее всего, ему не удастся его воспроизвести. Прочитав историю, описанную во втором варианте, он запомнит ее и, может не каждый раз, но будет вспоминать графа, в то время, когда будет делать себе сэндвич. В случае, если бы она была представлена в виде цитаты из Википедии или неинтересной презентации, никаких эмоций у слушателя она бы не вызвала» (2023: 51).

Одни исследователи сторителлинга определяют историю как «последовательность событий, связанных хронологией»[14]. Другие формулируют следующим образом: «Истории в чистом виде, самые простые и часто самые захватывающие, отвечают на вопрос “А что дальше?”»[15]. Третьи считают, что «в отличие от нарративов истории — это динамично развивающиеся повествования, заряженные ценностями и эмоциями <...> Если рассказываемая кем-то “история” навевает на вас скуку, скорее всего, это вообще не история. Вероятно, рассказчик испытывает ваше терпение обычным нарративом, без конца повторяя: “...а потом я сделал это, а потом то, а потом еще то и то, и т. д.” Настоящая хорошая история

завладевает вниманием полностью, без остатка»[16]. Пятые говорят, что «история — это динамическая эскалация движимых конфликтом событий, которые вызывают значимые изменения в жизни главного героя»[17].

Обобщая многие определения, можно сказать, что история – это эмоционально поданные на фоне какого-либо события факты, имеющие для аудитории определенную ценность. Исследователи отмечают, что «лучшие истории всегда будут иметь растущий уровень напряжения и что существует тип универсальной структуры истории — такой, в котором главный герой сталкивается с каким-то стрессовым испытанием или конфликтом, — который привлекает внимание, потому что аудитория вовлечена эмоционально и интеллектуально»[18].

Один из специалистов по сторителлингу размышляет: «Истории бывают разных форм: поэзия, песня, движение, картинки, пьесы и даже шутки отцов»[19]. Соответственно, чтобы эффективно пользоваться ими, необходимо понимать специфику каждого вида. Рассматривать же истории можно с разных точек зрения. История могут быть краткими, малоэмоциональными – событийными и развернутыми, высокоэмоциональными – драматургическими. С точки зрения отображения реальности истории бывают невыдуманными – дающими ощущение документальности, додуманными и выдуманными – позволяющими гиперболизировать происходящее.

С точки зрения адресата сторителлинга выделяют следующие виды историй (Назайкин, 2022: 26):

– социокультурные (посвящены общим человеческим ценностям, правилам, принципам, вопросам нравственности, различным верованиям, особенностям культуры – интересны достаточно широкому кругу лиц);

– деловые (используются в деловых отношениях для повышения эффективности работы компании, ее сотрудников, для обучения, для мотивации персонала и клиентов, для устранения конфликтов, для продвижения товаров и услуг и т. д.);

– семейные (посвящены предкам, фамилии, связанным с ними мифам, легендам, случаям, событиям – обычно интересны только членам семьи и ближнему кругу родственников, друзей и знакомых);

– дружеские (посвящены отношениям между друзьями, знакомству, конфликтам, примирениям, взаимовыручке – редко распространяются далее круга самих друзей);

– личные (посвящены личным впечатлениям, личному опыту – могут использоваться и для самоанализа, и для общения с другими людьми).

Нередко в определенных обстоятельствах деловые, семейные, дружеские или личные истории становятся социокультурными притчами, имеющими важность для широкого круга лиц. Так, например, многим будет интересна история личного успеха миллионера (например, Илона Маска), известного политика (например, Маргарет Тэтчер), знаменитого спортсмена (например, Мухаммеда Али) или спортивной команды (например, «Реал Мадрид») и т. д.

С точки зрения полученного опыта истории можно определить как «удачные» и «неудачные» («успех» и «провал»). И позитивный опыт, и негативный одинаково ценны для аудитории, так как в жизни каждого бывают не только победы, но и поражения.

Истории можно рассматривать также с точки зрения способа их представления:

– вербальная (устная или письменная, рассказанная словами),

– невербальная (визуальная или аудиальная, представленная без слов),

– креолизованная (сочетающая в себе разные виды демонстрации).

В соответствии с видом сторителлинга, история также может быть аналоговой или цифровой, кросс-медийной или трансмедийной.

К истории предъявляют определенные общие требования[20] как с точки зрения ориентирования на потребности аудитории, структуры, жанра, драматизма, приемов и т. д., так и с точки зрения специфики определенного вида (например, с точки зрения использования выразительных средств).

Заключение

Очевидно, что для успешного применения сторителлинга в современной коммуникации прежде всего необходимо понимать саму суть того, что такое сторителлинг и история. В данной работе впервые даны обобщенные определения сторителлинга и истории, представлены их основные виды, обозначены отличия сторителлинга от нарратива и повествования. Все это позволит проводить анализ различных аспектов сторителлинга, прогнозировать его

дальнейшее развитие, более эффективно применять эту коммуникационную технологию на практике. Сегодня мы можем сказать, что выбор того или иного вида сторителлинга зависит от аудитории, на которую нацелена коммуникация, от используемых инструментов, выбор которых определяется стоимостью, возможностью решать поставленные задачи, а также умениями рассказчика истории.

Примечания

[1] Wen T. (2015) Inside the Podcast Brain: Why Do Audio Stories Captivate? *The Atlantic*. 16 April. Available at: https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2015/04/podcast-brain-why-do-audio-stories-captivate/389925/ (accessed: 15.10.2024).

[2] The Real Story on Using Storytelling to Sell Products. Available at: https://www.mdgsolutions.com/learn-about-multi-location-marketing/the-real-story-on-using-storytelling-to-sell-products-infographic/ (дата обращения: 8.09.2024).

[3] *Аристотель*. Поэтика. Риторика. СПб.: Азбука-Аттикус, 2014.

[4] Milne-Tyte A. (2021) The rise of audio storytelling. *Culturico*. 6 May. Available at: https://culturico.com/2021/05/06/the-rise-of-audio-storytelling/ (accessed: 26.09.2024); Garland D. (2018) There are no limits to audio storytelling: 10 tips for podcasting beginners. *Journalism. co. uk*. 23 May. Available at: https://www.journalism.co.uk/news/there-are-no-limits-to-audio-storytelling-10-tips-for-podcasting-beginners/s2/a722254/ (accessed: 15.09.2024); Caplan J. *7 Innovations in Audio Storytelling*. Available at: https://medium.com/journalism-innovation/7-innovations-in-audio-storytelling-45f44a06a475 (accessed: 17.10.2024); *Решетникова М.* Что такое подкасты, зачем они нужны и как их слушать // РБК. Тренды. Режим доступа: https://trends.rbc.ru/trends/social/6346b7c79a79477eed97724f (дата обращения: 18.09.2024); *Липанова Л.* А помните, был такой Clubhouse: как в соцсетях появились аудиочаты и что с ними теперь // VC.ru. Режим доступа: https://vc.ru/social/335722-a-pomnite-byl-takoy-clubhouse-kak-v-socsetyah-poyavilis-audiochaty-i-chto-s-nimi-teper (дата обращения: 27.09.2024)

[5] *Щеловоква С.* Искусственный интеллект пишет лучше меня? Проверим // *Журналист*. 2024. Сентябрь. С. 52–58; Van Der Plas R. (2022) Artificial Intelligence and the Future of Storytelling. *Writer's Block Magazine*. 23 May. Available at: https://writersblockmagazine.com/2022/05/23/artificial-intelligence-and-the-future-of-storytelling/ (accessed: 10.09.2024).

[6] Нарратив // *Рувики*. Режим доступа: https://ru.ruwiki.ru/wiki/%D0%9D%D0%B0%D1%80%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B2#cite_note-1 (дата обращения: 12.10.2024).

[7] *Скрупник Р.* Приемы сторителлинга: нарратив и сюжет, без которых не бывает историй. *Madcats*. 2017. Май, 8. Режим доступа: https://madcats.ru/content-marketing/storytelling/ (дата обращения: 15.09.2024).

[8] *Кузнецова Т. А.* Сторителлинг, нарратив — почему рядом? // *VK*. 2024. Авг., 19. Режим доступа: https://vk.com/@mnogogr-stesha-fedorenko-mnogogrannik-dal-mne-bolshe-uverennosti-v-s (дата обращения: 8.10.2024).

[9] Leon Conrad. *English Language and usage*. Available at: https://english.stackexchange.com/users/64481/leon-conrad (accessed: 10.09.2024).

[10] Narrative vs Storytelling: Differences And Uses For Each One. *Grammarbeast*. Available at: https://grammarbeast.com/narrative-vs-storytelling/ (accessed: 1.10.2024).

[11] В частности, Cross Media Storytelling: Diving into the World of Narrative Crossovers. *Fastercapital.com*. Available at: https://fastercapital.com/content/Cross-Media-Storytelling--Diving-into-the-World-of-Narrative-Crossovers.html (accessed: 20.10.2024).

[12] Словарь русского языка: в 4-х т. / РАН, Ин-т лингвистич. исследований; под ред. *А. П. Евгеньевой*. 4-е изд., стер. М.: Русский язык; Полиграфресурсы, 1999.

[13] Сторителлинг: что это такое, какие есть форматы и зачем он нужен // Литрес. Блог для авторов и чтецов. Режим доступа: https://blog.selfpub.ru/storitelling (дата обращения: 05.08.2024).

[14] Сторителлинг // *Новый русский литератор*. Режим доступа: https://novruslit.ru/%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%BB%D0%B8%D0%BD%D0%B3/ (дата обращения: 20.08.2024).

[15] Там же.

[16] История — это не нарратив // *Wikireading*. Режим доступа: https://marketing.wikireading.ru/hHG6sN0AFP (дата обращения: 18.09.2024).

[17] *Макки Р., Джерас. Т.* Сториномика. М.: Альпина нон-фикшн, 2019. Режим доступа: https://www.litres.ru/book/robert-makki/storinomika-marketing-osnovannyy-na-istoriyah-v-postreklamnom-39414880/?lfrom_processed=430652910 (дата обращения: 22.09.2024).

[18] Wen T. (2015) Inside the Podcast Brain: Why Do Audio Stories Captivate? *The Atlantic*. Available at: https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2015/04/podcast-brain-why-do-audio-stories-captivate/389925/ (accessed: 15.10.2024).

[19] Hurst K. The Importance of Storytelling and Story Creation. *Paths to literacy*. Available at: https://www.pathstoliteracy.org/playing-words-why-it-important-importance-storytelling-and-story-creation/ (accessed: 16.10.2024).

[20] Макки Р., Митта А., Снайдер Б., Кэмпбелл Дж. и т. д.

Библиография

Алексеева Г. В. Научно-исследовательские традиции технологии визуального сторителлинга // Медиасреда. 2020. № 2. С. 7–12.

Андреева Ю., Надюкова В. Сторителлинг на Pinterest или как рассказать историю визуальными средствами // Методологические проблемы когнитивных исследований: сб. работ по итогам проведения Всероссийской научно-практической конференции. Ульяновск: Ульяновский государственный университет, 2022. С. 5.

Анюхина А. М. Феномен мультимедийного лонгрида и digital storytelling в сетевых медиа // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2017. № 2 (24). С. 146–150.

Болдина К. Мультимедийный сторителлинг в современной российской журналистике // Филологический аспект: Методика преподавания языка и литературы. 2019. № 2. Режим доступа: https://scipress.ru/philology/articles/multimedijnyj-storitelling-v-sovremennoj-rossijskoj-zhurnalistike.html (дата обращения: 30.08.2024)

Галло К. Искусство сторителлинга. М.: Бомбора, 2021.

Гнездилова Е. Использование сторителлинга в медиатекстах. Текст в современной коммуникации. М.: Фак. журн. МГУ, 2023.

Давыдова О. Муравьева Л. Риторика манипуляции: визуальный сторителлинг в комиксах ли в стрёмквист // Новое литературное обозрение. 2023. № 5. С. 46–62.

Дуарте Н. Resonate. Захвати аудиторию своей яркой историей. М.: МИФ, 2012.

Елисееева А. Визуальный сторителлинг в современных коммуникациях // Студенческая наука, искусство, творчество: от идеи к результату.: мат. IV Всероссийской студенческой науч.-практ. конф. Краснодар: Краснодарский государственный институт культуры, 2017.

Иванов Р. Виды и возможности визуального сторителлинга в видеоиграх // Вестник молодых ученых Санкт-Петербургского государственного университета технологии и дизайна. 2023. № 4. С. 133–140.

Каптерев А. Мастерство презентации. М.: МИФ, 2012.

Колпакова С. Семиотический подход в визуальном сторителлинге благотворительных фондов // Медиа в современном мире. 60-е петербургские чтения: сб. мат. 60-го Международного научного форума: в 2 т. Т. 1. СПб., 2021. С. 108–109.

Комиссарова Л. М., Васильева А. С., Горбань Е. Е. Сторителлинг как коммуникационная технология // PR и реклама в изменяющемся мире: региональный аспект. 2017. №17. С.96-104.

Крамер А. Радиожурналистика в эпоху конвергенции // Медиаскоп. 2017. Вып. 1. Режим доступа: http://www.mediascope.ru/2281 (дата обращения: 12.08.2024).

Краснов Г. С., Сидорня А. А. Теоретическое обоснование концепций трансмедийного сторителлинга // Молодой исследователь Дона. 2018. № 1 (10). С. 98–109.

Кузьмина.Н. Современный медиатекст. М.: Флинта: Наука, 2013.

Кэмпбелл Дж. Тысячеликий герой. СПб.: Питер, 2022.

Лоуренс К. Сторителлинг. Как написать отличную историю. М.: Лайвбук, 2021.

Макки Р. История на миллион долларов. М.: Альпина нон-фикшн, 2015.

Митта А. Кино между адом и раем. М.: АСТ, 2016.

Назайкин А. Н. Аудио-сторителлинг сегодня // Медиаскоп. 2023. Вып. 3. Режим доступа: https://mediascope.ru/2825 (дата обращения: 16.10.2024).

Назайкин А. Н. Сторителлинг в современном копирайтинге. М.: Солон-пресс, 2022.

Назарова О. С. Цифровой сторителлинг как современная образовательная практика // Гуманитарная информатика. 2018. № 15. С. 15–28.

Познин Н. Техника и технология СМИ. Радио- и тележурналистика. М: Юрайт, 2023.

Пропп В. Морфология волшебной сказки. М.: АСТ, 2024.

Симакова С. И., Енбаева А. П. Исакова Т. Б. Мультимедийный сторителлинг – теоретическое осмысление // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. 2019. № 1. С. 222–230.

Симакова С. И., Енбаева А. П. Мультимедийный сторителлинг: проблемы и перспективы // Известия Уральского федерального университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2019. Т. 25, № 3 (189). С. 91–98.

Симмонс А. Сторителлинг. М.: МИФ, 2013.

Смирнов В. Природа и язык радиокоммуникации. М.: Флинта, 2019.

Снайдер Б. Спасите котика! М.: МИФ, 2015.

Терещенко Л. В. Коммуникативные особенности визуального сторителлинга // Актуальные проблемы взаимодействия науки и бизнеса. Саратов: ЦПМ «Академия Бизнеса», 2020. С. 45–49.

Тюрина А. Дополненная реальность как инструмент визуального сторителлинга. // Концепции в современном дизайне: сб. мат. II Всероссийской научной онлайн-конференции с международным участием. Вып. 2. Москва: РГУ имени А. Н. Косыгина, 2020. С. 77–79.

Филд С. Киносценарий М.: Эксмо-Пресс, 2016.

Яковлева А. А., Солдатова А. В. Использование искусственного интеллекта в сторителлинге при реализации коммуникационной стратегии бренда // Практический маркетинг. 2024. № 5. С. 30–35.

Armstrong D. (1992) *Managing by Storying Around: A New Method of Leadership*. New York: Doubleday.

McHugh S. (2015) Audio Storytelling: Unlocking the Power of Audio to Inform, Empower and Connect. *Asia Pacific Media Educator* 24 (2): 141–156. Available at: https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1326365X14555277 (accessed: 29.08.2023).

Notes

Aristotle (2014) *Poetika. Ritorika* [Poetics. Rhetoric]. St. Petersburg: Azbuka-Atticus.

Caplan J. *7 Innovations in Audio Storytelling*. Available at: https://medium.com/journalism-innovation/7-innovations-in-audio-storytelling-45f44a06a475 (accessed: 17.10.2024)

Cross Media Storytelling: Diving into the World of Narrative Crossovers. *Fastercapital.com*. Available at: https://fastercapital.com/content/Cross-Media-Storytelling--Diving-into-the-World-of-Narrative-Crossovers.html (accessed: 20.10.2024).

Evgenyeva A. P. (ed.) (1999) *Russian Language Dictionary: In 4 Volumes*. Academy of Sciences, Institute of Linguistics. 4th ed., ster. Moscow: Russian Language; Polygraphresursy Publ.

Garland D. *There are no limits to audio storytelling: 10 tips for podcasting beginners*. Available at: https://www.journalism.co.uk/news/there-are-no-limits-

to-audio-storytelling-10-tips-for-podcasting-beginners/s2/a722254/ (accessed: 15.09.2024)

Hurst K. The Importance of Storytelling and Story Creation. *Paths to literacy*. Available at: https://www.pathstoliteracy.org/playing-words-why-it-important-importance-storytelling-and-story-creation/ (accessed: 16.10.2024).

Istoriya eto ne narrativ [There is no narrative in history]. *Wikireading*. Available at: https://marketing.wikireading.ru/hHG6sN0AFP (accessed: 18.09.2024).

Kuznetsova T. A. (2024) Storitel'ing, narrativ – pochemu oni ryadom? [Storytelling, narrative — why are they together?]. *VK*. Available at: https://vk.com/@mnogogr-stesha-fedorenko-mnogogrannik-dal-mne-bolshe-uverennosti-v-s (accessed: 8.10.2024).

Leon Conrad. *English Language and usage*. Available at: https://english.stackexchange.com/users/64481/leon-conrad (accessed: 10.09.2024).

Lipanova L. (2024) A pomnite, byl takoi Clubhouse? Kak v sotssetyakh poyavilis audiochaty i chto s nimi teper? [Do you remember Clubhouse? How audio chats appeared on social networks and what happened to them now]. *VC*. Available at: https://vc.ru/social/335722-a-pomnite-byl-takoy-clubhouse-kak-v-socsetyah-poyavilis-audiochaty-i-chto-s-nimi-teper (accessed: 27.09.2024).

McKee R., Gerace Th. (2020) *Storinomika* [Storinomiks: Marketing Based on Stories in a Post-Advertising World]. Moscow: Alpina non-fiction Publ. Available at: https://www.litres.ru/book/robert-makki/storinomika-marketing-osnovannyy-na-istoriyah-v-postreklamnom-39414880/?1from_processed=430652910 (accessed: 22.09.2024).

Milne-Tyte A. (2021) The rise of audio storytelling. *Culturico*. Available at: https://culturico.com/2021/05/06/the-rise-of-audio-storytelling/ (accessed: 26.09.2024)

Narrativ [Narrative]. *Ruwiki*. Available at: https://ru.ruwiki.ru/wiki/%D0%9D%D0%B0%D1%80%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B2#cite_note-1 (accessed: 12.10.2024).

Narrative vs Storytelling: Differences And Uses For Each One. *Grammarbeast*. Available at: https://grammarbeast.com/narrative-vs-storytelling/ (accessed: 1.10.2024).

Reshetnikova M. (2024) Chto takie podkasty, zachem oni nuzhny i kak ikh slushat' [What are podcasts, why do we need them, and how do we listen to them?]. *RBC Trends*. Available at: https://trends.rbc.ru/trends/social/6346b7c79a79477eed97724f (accessed: 18.09.2024).

Shchelovokva S. (2024) Iskusstvennyi intellekt pishet luchshe menya? Proverim [Does artificial intelligence write better than I do? Let's check]. *Journalist*. P. 52–58.

Skrupnik R. (2024) Priemy storitellinga: narrativ i syuzhet, bez kotorykh ne byvaet istoriy [Storytelling techniques: narrative and plot, without which there are no stories]. *Madcats.ru*. Available at: https://madcats.ru/content-marketing/storytelling/ (accessed: 15.09.2024).

Storitelling [Storytelling]. *Novyy russkiy literator*. Available at: https://novruslit.ru/%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%BB%D0%B8%D0%BD%D0%B3/ (accessed: 20.08.2024).

Storitelling: chto eto takoe, kakie est‘ formaty i zachem on nuzhen [Storytelling: What It Is, What Formats Exist, and Why It Is Needed]. *Litres blog for authors and readers*. Available at: https://blog.selfpub.ru/storitelling (accessed: 05.08.2024).

The Real Story on Using Storytelling to Sell Products. Available at: https://www.mdgsolutions.com/learn-about-multi-location-marketing/the-real-story-on-using-storytelling-to-sell-products-infographic/ (дата обращения: 08.09.2024).

Wen T. (2015) Inside the Podcast Brain: Why Do Audio Stories Captivate? *The Atlantic*. Apr., 16. Available at: https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2015/04/podcast-brain-why-do-audio-stories-captivate/389925/ (accessed: 15.10.2024).

References

Alekseeva G. V. (2020*)* Nauchno-issledovatelskie traditsii tekhnologii vizual’nogo storytellinga [Research traditions of visual storytelling technology]. *Mediasreda* 2. (In Russian)

Andreeva Y., Nadyukova V. (2022) Storitel’ing na Pinterest ili kak rasskazat’ istoriyu vizual’nymi sredstvami [Storytelling on Pinterest or how to tell a story through visual means]. *Metodologicheskie problemy kognitivnykh issledovaniy. Sbornik rabot po itogam provedeniya Vserossiyskoy nauchno-prakticheskoy konferentsii* [Methodological problems of cognitive research. Collection of works on the results of the All-Russian scientific and practical conference]. Ulyanovsk: Ulyanovsk St. Univ. Publ. (In Russian)

Anyukhina A. M. (2017) Fenomen multimedia longrida i digital storytelling v setevykh media [The phenomenon of multimedia longreads and digital storytelling in network media]. *Znak* 2 (24): 146–150. (In Russian)

Armstrong D. (1992) *Managing by Storying Around: A New Method of Leadership*. New York: Doubleday.

Boldina K. (2019) Multimediynyy storitelling v sovremennoi rossiiskoi zhurnalistike [Multimedia storytelling in modern Russian journalism]. *Filologicheskiy aspekt: Metodika prepodavaniya yazyka i literatury* 2. Available at: https://scipress.ru/philology/articles/multimedijnyj-storitelling-v-sovremennoj-rossijskoj-zhurnalistike.html (accessed: 30.08.2024). (In Russian)

Campbell J. (2022) *Tysyachelikiy geroy* [The Hero with a Thousand Faces]. St. Petersburg: Piter Publ. (In Russian)

Davydova O., Muravyeva L. (2023) Ritorika manipulyatsii: vizual’nyi storitelling v komiksakh Liv Strömquist [The rhetoric of manipulation: visual storytelling in Liv Strömquist’s comics]. *Novoe literaturnoe obozrenie* 5: 46–62 (accessed: 30.09.2024). (In Russian)

Duarte N. (2012) *Resonate. Zakhvati auditoriyu svoei yarkoi istoriei* [Resonate: Present Visual Stories that Transform Audiences]. Moscow: Mann, Ivanov i Ferber Publ. (In Russian)

Eliseeva A. (2017) Vizual'nyi storitelling v sovremennykh kommunikatsiyakh [Visual storytelling in modern communications]. *Studencheskaya nauka, iskusstvo, tvorchestvo: ot idei k rezul'tatu. Materialy IV Vserossiyskoy studencheskoy nauchno-prakticheskoy konferentsii* [Student science, art, creativity: from idea to result. Proceedings of the IV All-Russian student scientific and practical conference]. Krasnodar: Krasnodar St. Inst. Publ. (In Russian)

Field S. (2016) *Kinostsenarii* [Screenplay]. Moscow: Eksmo Publ. (In Russian)

Gallo K. (2021) *Iskusstvo storitellinga* [The Art of Storytelling]. Moscow: Bombora Publ. (In Russian)

Gnezdilova E. (2023) Ispol'zovanie storitellinga v mediatekstkakh [The Use of Storytelling in Media Texts]. In *Text v sovremennoi kommunikatsii* [Text in Modern Communication]. Moscow: Faculty of Journalism Moscow St. Univ. Publ. (In Russian)

Ivanov R. (2023) Vidy i vozmozhnosti vizual'nogo storitellinga v videoigrah [Types and possibilities of visual storytelling in video games]. *Vestnik molodykh uchenykh Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo universiteta tekhnologii i dizayna* 4: 133–140. Available at: https://elibrary.ru/item.asp?id=56941982 (accessed: 7.10.2024). (In Russian)

Kapterev A. (2012) *Masterstvo prezentatsii* [Presentation Skills]. Moscow: Mann, Ivanov i Ferber Publ. (In Russian)

Kolpakova S., Kuzmina A. M. (2021) Semioticheskii podkhod v vizual'nom storitellinge dlya blagotvoritel'nykh fondov [Semiotic approach in visual storytelling for charitable foundations]. *Media v sovremennom mire. 60-e peterburgskie chteniya. Sbornik materialov 60-go Mezhdunarodnogo nauchnogo foruma. V 2 t. Tom 1.* [Media in the modern world. 60th St. Petersburg readings. Collection of materials of the 60th International scientific forum. In 2 volumes. Vol. 1]. St. Petersburg. (In Russian)

Komissarova L. M., Vasilyeva A. S., Gorban E. E. (2017) Storitelling kak kommunikatsionnaya tekhnologiya [Storytelling as a Communication Technology]. *PR and Advertising in a Changing World: Regional Aspect* 17: 98. (In Russian)

Kramer A. (2017) Radiozhurnalistika v epokhu konvergentsii [Radio Journalism in the Age of Convergence]. *Mediascope* 1. Available at: http://www.mediascope.ru/2281 (accessed: 12.08.2024). (In Russian)

Krasnov G. S., Sidorniya A. A. (2018) Teoreticheskoe obosnovanie kontseptsiy transmediynogo storitellinga [Theoretical justification of the concepts of transmedia storytelling]. *Young Researcher of the Don* 1 (10). (In Russian)

Kuzmina N. (2013) *Sovremennyi mediatekst* [Modern Media Text]. Moscow: Flinta: Nauka Publ. (In Russian)

Lawrence C. (2021) *Storitelling. Kak napisat' otlichnuyu istoriyu* [Storytelling: How to Write a Great Story]. Moscow: Livebook Publ. (In Russian)

McHugh S. (2015) Audio Storytelling: Unlocking the Power of Audio to Inform, Empower and Connect. *Asia Pacific Media Educator* 24 (2): 141–156. Available at: https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1326365X14555277 (accessed: 29.08.2023)

McKee R. (2015) *Istoriya na million dollarov* [Story: Substance, Structure, Style, and the Principles of Screenwriting]. Moscow: Alpina Non-Fiction Publ. (In Russian)

McKee R., Gerace Th. (2020) *Storinomika* [Storinomiks]. Moscow: Alpina non-fiction Publ. Available at: https://www.litres.ru/book/robert-makki/storinomika-marketing-osnovannyy-na-istoriyah-v-postreklamnom-39414880/?lfrom_processed=430652910 (accessed: 22.09.2024). (In Russian)

Mitta A. (2016) *Kino mezhdu adom i raem* [Cinema Between Hell and Heaven]. Moscow: AST Publ. (In Russian)

Nazaikin A. (2022) *Storitelling v sovremennom kopiraitinge* [Storytelling in Modern Copywriting]. Moscow: Solon-Press Publ. (In Russian)

Nazarova O. S. (2024) Tsifrovoi storitelling kak sovremennaya obrazovatelnaya praktika [Digital storytelling as a modern educational practice]. *Gumanitarnaya informatika* 15: 15–28. (In Russian)

Nazaykin A. N. (2024) Audio storitelling segodnya [Audio storytelling today]. *Mediascope 3*. Available at: https://mediascope.ru/2825 (accessed: 16.10.2024). (In Russian)

Poznin N. (2023) *Tekhnika i tekhnologiya SMI. Radio- i telezhurnalistika* [Media Techniques and Technologies: Radio and Television Journalism]. Moscow: Yurayt Publ. (In Russian)

Propp V. (2024) *Morfologiya volshebnoy skazki* [Morphology of the Folktale]. Moscow: AST Publ. (In Russian)

Simakova S. I., Enbaeva A. P. (2019) Multimedia storitelling: problemy i perspektivy [Multimedia storytelling: problems and prospects]. *Izvestiya of Ural Federal University. Series 1: Problems of Education, Science and Culture* 25(3): 91–98. (In Russian)

Simakova S. I., Enbaeva A. P., Isakova T. B. (2019) Multimedia storitelling — teoreticheskoe i prakticheskoe izuchenie [Multimedia storytelling: theoretical and practical study] *Vestnik Volzhskogo universiteta im. V. N. Tatishcheva 1*. (In Russian)

Simmons A. (2013) *Storitelling* [Storytelling]. Moscow: Mann, Ivanov i Ferber Publ. (In Russian)

Smirnov V. (2019) *Priroda i yazyk radiokommunikatsii* [Nature and Language of Radiocommunication]. Moscow: Flinta Publ. (In Russian)

Snyder B. (2015) *Spasite kotika!* [Save the Cat!]. Moscow: Mann, Ivanov i Ferber Publ. (In Russian)

Tereshchenko L. V. (2024) Kommunikativnye osobennosti vizual'nogo storitellinga [Communicative features of visual storytelling]. *Aktual'nye problemy*

vzaimodeystviya nauki i biznesa [Current issues of interaction between science and business]. Saratov: TSPM “Akademiya Biznesa” Publ. P. 45–49. (In Russian)

Tyurina A. (2020) Dopolnennaya real’nost’ kak instrument dlya vizual’nogo storitellinga [Augmented reality as a tool for visual storytelling]. *Kontseptsii v sovremennom dizayne. Sbornik materialov II Vserossiyskoy nauchnoy onlayn-konferentsii s mezhdunarodnym uchastiem. Vyp. 2.* [Concepts in Modern Design. Collection of materials of the II All-Russian scientific online conference with international participation. Issue 2]. Moscow: A. N. Kosygin Russian St. Univ. Publ. (In Russian)

Yakovleva A. A., Soldatova A. V. (2024) Ispol’zovanie iskusstvennogo intellekta v storitellinge pri realizatsii kommunikatsionnoy strategii brenda [The use of artificial intelligence in storytelling when implementing a brand’s communication strategy]. *Practical Marketing* 5. (In Russian)

Поступила в редакцию
31.10.2024

ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ АВТОРОВ ЖУРНАЛА

Журнал «Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика» — рецензируемое научное издание с периодичностью выхода 6 раз в год. Публикуемые в нем материалы посвящены проблемам журналистики, СМИ, массовой коммуникации. Журнал ориентирован на публикацию статей, представляющих собой результаты самостоятельного исследования, организованного и проведенного в рамках научного подхода. Авторы — ведущие российские и зарубежные ученые и исследователи.

Журнал имеет полнотекстовую сетевую версию в Интернете (для подписчиков), включен в систему Российского индекса научного цитирования, оформляется в соответствии с требованиями ВАКа. При перепечатке ссылка на журнал обязательна.

Плата за публикацию в «Вестнике Московского университета. Серия 10. Журналистика» с авторов не взимается.

Статьи в журнале публикуются только после получения положительной рецензии. Рецензентами могут выступать все кандидаты и доктора наук факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, а также сотрудники иных образовательных учреждений Российской Федерации и зарубежных стран, имеющие достаточную квалификацию в соответствующей научной области, получившие ученую степень и обладающие авторитетом в научной среде. Редакционная коллегия принимает на себя обязательства по поиску рецензентов и организации процесса рецензирования.

По решению редакционной коллегии рукопись принимается, отвергается или возвращается автору на доработку. Авторы обязаны учесть замечания рецензента и внести в статью соответствующие исправления. В случае отклонения статьи редакционная коллегия направляет автору мотивированный отказ. Рецензии хранятся в редакции, копии их предоставляются по требованию авторам рукописей.

Статьи авторам необходимо отправлять на электронную почту журнала vestnik_journ@mail.ru. Материалы размещаются в номерах по тематическому принципу либо согласно дате поступления в редакцию в соответствующие рубрики.

Все присылаемые статьи должны содержать следующие обязательные элементы:

1) Сведения об авторе на русском и английском языках: фамилия, имя, отчество (полностью), ученая степень, ученое звание, должность, место работы, контактная информация автора (телефон и электронный адрес).

2) Аннотация (abstracts) и ключевые слова (key words) на русском и английском языках. Аннотация должна кратко излагать проблематику статьи и основные содержащиеся в ней выводы. Ключевые слова после аннотации отражают основное содержание текста.

3) Примечания, оформленные в виде концевых сносок (если есть). Через концевые сноски также оформляются библиографические ссылки на периодику (газеты, журналы общего интереса); интернет-источники; художественную, деловую, научно-популярную литературу; словари, справочники, отраслевые доклады; учебники и учебные пособия; архивные данные.

4) Пристатейные библиографические списки (Библиография) у всех статей – в едином формате, установленном системой Российского индекса научного цитирования.

В список литературы включаются: монографии; сборники научных статей; научные статьи, опубликованные в научных журналах и сборниках. В список литературы вносятся только источники, на которые есть внутритекстовые библиографические ссылки.

Ссылки в тексте приводят в круглых скобках – в них указывается фамилия автора, год издания произведения и номер страницы, который отделяется от года двоеточием. Например: (Иванов, 1998: 125). При повторном цитировании: (там же: 128) для русскоязычных источников или (Ibid: 123) для иностранных источников.

Объем рукописи не должен превышать один печатный лист (40 тыс. знаков с пробелами). Оптимальный размер статьи – 20–30 тыс. знаков с пробелами. Текст статьи должен создаваться в формате doc (docx, rtf), шрифтом Times New Roman, 12 кеглем, с полуторным межстрочным интервалом.

Статья должна начинаться с введения (обоснование актуальности и научной значимости исследования, теоретические подходы к проблеме, поставленная автором задача, корпус имеющих отношение к проблеме текстов). Введение может быть дополнено отдельным разделом, в котором предоставляется обзор литературы по проблеме и теоретические выкладки. В этом разделе (разделах) должна быть представлена большая часть отсылок к предыдущим работам по теме материала.

Если в статье есть компонент эмпирического исследования, в ней должны быть отдельные разделы, описывающие методологию и результаты исследования. Основная часть статьи заканчивается выводами.

Авторы несут ответственность за подбор и достоверность приведенных фактов, цитат, экономико-статистических данных, имен собственных, географических данных и иных сведений.

Редакционная коллегия журнала:

- непредвзято, взвешенно и объективно оценивает все поступающие материалы;
- при работе с материалами руководствуется лишь критериями оригинальности, научной значимости и актуальности текстов;
- до публикации обеспечивает конфиденциальность всех рассматриваемых текстов;
- гарантирует отсутствие личных интересов в работе с материалами сторонних авторов;
- не принимает от авторов вознаграждений в явной или неявной форме;
- борется с плагиатом всеми доступными способами;
- строго следует нормам законодательства, установленным правилам и процедурам.