Вестник Московского университета

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ
Основан в ноябре 1946 г.

Lomonosov Journalism Journal

Серия 10 **ЖУРНАЛИСТИКА**
Издательство Московского университета

№ 3 (51) • 2026 • МАЙ—ИЮНЬ
Выходит один раз в два месяца

Содержание

Искусственный интеллект в исследованиях медиа и коммуникации

Метель Ю. А., Куницына Н. Н. Построение высокочастотного медиаиндикатора региональной экономической активности на основе анализа публикаций СМИ с применением больших языковых моделей 3

Язык СМИ

Темир Э., Каракулле И. Дискурсивные изменения в публичной риторике президента Турции Эрдогана (2014–2025): корпусно-ориентированный количественный анализ 29

Дискуссия

Гавра Д. П., Быкова Е. В. Сериальный медиаформат в цифровой медиаиндустрии: определение, базовые характеристики и типология 70

Коломиец В. П. Медиакоммуникации: три логики социального взаимодействия в гибридном медиапространстве 91

История журналистики

Курдин Ю. А., Панов А. Р., Ширинянц А. А. Американская газета “New York Herald” о приобретении Аляски 117

Журналистское образование

Ли Я. ИИ-аутсорсинг знаний и профессиональное становление иностранных студентов-журналистов в московских университетах 137

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

CONTENTS

Artificial Intelligence in Media and Communication Studies

Yuri A. Metel, Natalia N. Kunitsyna. Building a High-Frequency Media Indicator of Regional Economic Activity Based on Analysis of Media Publications Using Large Language Models 3

Media Language

Erkam Temir, İsmail Karakulle. Discursive Change in the Public Rhetoric of Turkish President Erdogan (2014–2025): a Corpus-Based Quantitative Analysis..... 29

Discussion

Dmitry P. Gavra, Elena V. Bykova. Serial Media Format in the Digital Media Industry: Definition, Basic Characteristics, and Typology..... 70

Viktor P. Kolomiets. Media Communications: Three Logics of Social Interaction in the Hybrid Media Space..... 91

History of Journalism

Yuriy A. Kurdin, Aleksandr R. Panov, Aleksandr A. Shirinyants. American Newspaper New York Herald on the Acquisition of Alaska 117

Education in Journalism

Yanze Li. Ai Knowledge Outsourcing and Professional Formation Among Journalism International Students in Moscow Universities ...137

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

© Издательство Московского университета.
«Вестник Московского университета», 2026

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В ИССЛЕДОВАНИЯХ МЕДИА И КОММУНИКАЦИИ

Метель Юрий Андреевич, кандидат экономических наук, руководитель направления экономического отдела 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

ПОСТРОЕНИЕ ВЫСОКОЧАСТОТНОГО МЕДИАИНДИКАТОРА РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ АКТИВНОСТИ НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА ПУБЛИКАЦИЙ СМИ С ПРИМЕНЕНИЕМ БОЛЬШИХ ЯЗЫКОВЫХ МОДЕЛЕЙ[1]

Наличие временны́х лагов в публикациях официальных статистических материалов обуславливает повышенный интерес к альтернативным источникам информации. Одним из них является массив текстовых данных СМИ, обрабатываемый с помощью больших языковых моделей (LLM). Целью исследования стала разработка показателя экономической активности субъекта Российской Федерации на основе анализа новостных публикаций региональных СМИ с использованием LLM. Материалом для изучения стали тексты интернет-изданий за 2021–2025 гг. Методика исследования включает несколько этапов: формирование базы новостных публикаций, тематическую классификацию текстов по укрупненным секторам экономики с использованием модели zero-shot классификации, определение экономической тональности новостей с помощью большой языковой модели GigaChat, построение агрегированного медиапоказателя. В результате сформирован интегральный медиапоказатель экономической динамики IBVEDMedia, сопоставление которого с официальным индексом выпуска товаров и услуг по базовым видам экономической деятельности продемонстрировало наличие статистически значимой связи между ними. Следовательно, новостной поток региональных СМИ содержит существенную информацию о текущем состоянии региональной экономики. Предложенный медиапоказатель может рассматриваться как композитный индикатор экономической динамики, дополняющий официальную статистику и расширяющий инструментарий анализа экономической конъюнктуры. Валидация его оперативных свойств является предметом дальнейших исследований.

***Ключевые слова**: новостные данные региональных СМИ, большие языковые модели (LLM), обработка естественного языка (NLP), оперативные*

экономические индикаторы, индекс выпуска товаров и услуг по базовым видам экономической деятельности (ИБВЭД).

Как цитировать: *Метель Ю. А., Куницына Н. Н.* Построение высокочастотного медиаиндикатора региональной экономической активности на основе анализа публикаций СМИ с применением больших языковых моделей // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2026. № 3. С. 3–28. DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.3.2026.328

Yuri A. Metel, PhD in Economics, Head of the Economic Department Division, 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 of Finance and Credit, North Caucasus Federal University, Stavropol, Russia; e-mail: nkunitcyna@ncfu.ru, ORCID 0000-0001-9336-8100

BUILDING A HIGH-FREQUENCY MEDIA INDICATOR OF REGIONAL ECONOMIC ACTIVITY BASED ON ANALYSIS OF MEDIA PUBLICATIONS USING LARGE LANGUAGE MODELS

The inherent publication lags in official statistical releases have precipitated a growing scholarly and practical interest in alternative data sources for economic assessment. Among these, the vast corpus of textual data from media outlets, processed through Large Language Models (LLMs), presents a significant opportunity. This study aims to develop a media-based indicator of economic activity for a constituent entity of the Russian Federation by analyzing regional news publications with LLMs. The empirical foundation of this research comprises a corpus of texts from online media spanning the period 2021–2025. The methodological framework consists of several sequential stages: (i) the compilation and preprocessing of a regional news publication database; (ii) the thematic classification of texts according to aggregated economic sectors employing a zero-shot classification paradigm; (iii) the extraction of economic sentiment from the news articles using the GigaChat large language model; and (iv) the construction of an aggregated media indicator. The resulting output is an integral media indicator of economic dynamics, designated as the IBVEDMedia index. A comparative analysis with the official Index of Output of Goods and Services for Basic Economic Activities reveals a statistically significant correlation between the two time series. This finding suggests that the news flow from regional media sources encapsulates substantial information pertinent to the current state of the regional economy. The proposed media indicator can be considered a composite economic sentiment indicator, serving as a valuable complement to traditional official statistics. The validation of its real-time operational properties is a subject for future research.

***Key words**: regional media data, large language models (LLMs), natural language processing (NLP), high-frequency economic indicators, index of output of goods and services for basic economic activities.*

To cite this article: Metel Yu. A., Kunitsyna N. N. (2026) Postroenie vysokochastotnogo media-indikatora regional'noy ekonomicheskoy aktivnosti na osnove analiza publikatsiy SMI s primeneniem bol'shikh yazykovykh modeley [Building a high-frequency media indicator of regional economic activity based on analysis of media publications using large language models]. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika 3*: 3–28. DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.3.2026.328

DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.3.2026.328

Введение

Современная денежно-кредитная политика во многом зависит от скорости и качества информационного обеспечения. Классические макропоказатели официальной статистики, такие как индекс промышленного производства, динамика ВВП и ВРП, оборот розничной торговли, остаются «золотым стандартом» для ретроспективного анализа. Однако их ключевой недостаток в контексте принятия оперативных решений – значительное запаздывание публикации в статистических сборниках, зачастую с лагом от нескольких месяцев до года (в случае с ВВП/ВРП)[2], что вынуждает Банк России, Министерство экономического развития РФ, Министерство финансов РФ и бизнес принимать решения на основе ретроспективных данных, не отражающих текущие шоки и краткосрочные колебания конъюнктуры рынка.

Эта проблема особенно остро стоит на региональном уровне. Динамика развития субъектов Российской Федерации отличается неоднородностью и зависимостью от локальных факторов: агроклиматических условий, отраслевой структуры, реализации конкретных инвестиционных проектов. Федеральная статистика, обеспечивая необходимую унификацию и сопоставимость, не отражает быстрые точечные изменения в экономической конъюнктуре конкретного региона.

Возникает насущная потребность в разработке и внедрении оперативных индикаторов экономической активности, которые могли бы служить надежным источником сигналов «в режиме, близком к реальному времени», компенсируя лаги официальной статистики. Важным информационным ресурсом становятся потоки неструктурированных текстовых данных, в том числе публи-

кации в СМИ. Новостные ленты, в отличие от статистических сводок, реагируют на события практически мгновенно, аккумулируя информацию о запуске новых производств или модернизации старых, заключении контрактов, колебаниях урожайности, проблемах на транспортных узлах и изменении потребительской активности. Мы выдвинули гипотезу: совокупное информационное поле, формируемое региональными СМИ, несет в себе скрытый, но структурируемый сигнал об изменении экономической динамики отдельного региона. Проверку этой гипотезы мы и осуществили в исследовании.

Обзор литературы

Мониторинг состояния экономики в режиме, близком к реальному времени, на основе оперативного косвенного расчета официальных показателей является сутью методологии наукастинга (*Nowcasting*), которая служит «мостом» между ретроспективной статистикой и потребностями в актуальных данных для принятия решений. В настоящем исследовании мы не стремились к реализации полной процедуры наукастинга. Задача заключалась в разработке высокочастотного медиаиндикатора, который может быть использован в моделях наукастинга. Тем не менее, поскольку данный индикатор ориентирован на применение именно в этой парадигме, а сама методология наукастинга определяет требования к оперативности и качеству входных данных, считаем необходимым рассмотреть существующие подходы к наукастингу с целью позиционирования нашей разработки в рамках сложившейся исследовательской практики.

В экономической науке наукастинг представляет собой оценку текущего состояния экономики, как правило, на основе поступающих высокочастотных данных, позволяющих частично компенсировать информационный разрыв (Ghysels, 2016).

В зарубежной литературе наукастинг получил широкое распространение в 2000-х гг. Изначально в его основе лежали динамические факторные модели, модели со смешанной частотностью (*Mixed-Data Sampling, MIDAS* и др.), векторные авторегрессии (*VAR*), позволяющие использовать данные с разной периодичностью при прогнозировании ВРП, инфляции и уровня безработицы (Clements, Galvão, 2009; Ghysels, 2016; Dahlhaus, Guénette, Vasishtha, 2017; Mikosch, Solanko, 2019).

Впоследствии инструментарий наукастинга пополнился панельными моделями, которые также учитывают и кросс-секционные зависимости исследуемых объектов. В частности, ученые при наукастинге регионального объема выпуска применяли *VAR* (*Vector Autoregression*), *BVAR* (*Bayesian Vector Autoregression*) и *MF-PVAR* (*Mixed-Frequency Panel Vector Autoregression*) с панельной структурой данных. Такой подход обеспечил более качественный прогноз по сравнению с классическими эконометрическими методами, особенно на коротких временных рядах (Koop, Korobilis, Pettenuzzo, 2019; Acedański, 2024; Fosten, Greenaway-McGrevy, 2022).

В последнее время для оперативной оценки макроэкономических показателей экономисты стали использовать и методы классического машинного обучения (*Machine Learning, ML*). Исследователи применили для наукастинга ВВП Новой Зеландии методы градиентного бустинга, *Lasso*- и *Ridge*-регрессии, а также метод опорных векторов (Richardson, van Florenstein Mulder, Vehbi, 2021). В результате авторы выявили, что *ML*-алгоритмы способны значимо повысить точность наукастинга по сравнению с классическими эконометрическими моделями.

Аналогичный вывод на данных о ВВП Китая сделали китайские исследователи (Zhang, Ni, Xu, 2023). Они провели псевдовыборочный эксперимент на основе 89 показателей и установили, что классический *ML*, в частности *Ridge*-регрессия с регуляризацией, превосходят *MIDAS* по точности оперативной оценки, особенно в периоды высокой волатильности.

В российской литературе исследования наукастинга также получили развитие, однако они сосредоточены преимущественно на анализе индикаторов общенационального уровня. Значительная часть работ посвящена оценке текущей динамики ВВП России с использованием динамических факторных моделей, *MIDAS*-подходов и *BVAR*-моделей, *DSGE*-моделей (*Dynamic Stochastic General Equilibrium*) (Поршаков, Пономаренко, Синяков, 2016; Станкевич, 2023; Eliseev, 2025; Зубарев, Рыбак, 2021; Фокин, 2023). В. Бойко с соавторами (Boyko, Kislyak, Nikitin, Oborin, 2020) сравнивают методологию Росстата и методы темпорального дезагрегирования для получения более оперативных оценок регионального выпуска. Авторы показывают, что использование дополнительных индикаторов позволяет повысить точность квартальных оценок ВРП.

В исследованиях ученые используют и альтернативные источники данных, включая поисковые запросы, что позволяет повы-

сить оперативность оценок и чувствительность моделей к изменению ожиданий экономических агентов (Лазарян, Герман, 2018; Shulyak, 2022; Макеева, Станкевич, 2022).

Как можно заметить, большинство существующих исследований – и мировых, и российских – опирается на количественные статистические показатели. При этом вопрос использования текстовых данных и медиаинформации для оперативной оценки региональной экономической активности остается относительно малоизученным. Вместе с тем область обработки текстовых данных и естественного языка (*NLP*) в условиях развития технологий вызывает повышенный интерес и позволяет расширить инструментарий экономического анализа в условиях высокой неопределенности (Гареев, Полбин, 2022).

Так, К. Яковлева (Yakovleva, 2018) для наукастинга динамики экономической активности в России предложила методику расчета высокочастотного индикатора, использовав более 59 000 статей крупных федеральных СМИ. Все тексты прошли предварительную обработку – токенизицию и лемматизацию. Семантическое моделирование осуществлено с использованием метода опорных векторов. Тренировочная выборка размечена автором вручную.

Аналогичный подход при расчете новостного индекса применяет в практической деятельности и Банк России[3]. 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 определяется одна, максимально покрывающая тематику. Затем для каждой новости на основе обученной модели выявляется ее релевантность и тональность путем определения баланса слов с положительной и отрицательной коннотацией. Для этого применяются методы латентного распределения Дирихле и модифицированный стохастический алгоритм, сглаживающий неравномерное распределение количества новостей по источникам.

А. Г. Евстигнеева и Д. А. Карпов[4] исследовали влияние новостей на формирование инфляционных ожиданий населения. После токенизации и лемматизации слов в текстах новостей авторы применили численные метрики: *TF-IDF* (*Term Frequency – Inverse Document Frequency*) и *Count Vectorizer*. Тематическая классификация проведена на основе латентного распределения Дирихле (*Latent Dirichlet allocation, LDA*), метода опорных векторов (*Support Vector Machine, SVM*), случайного леса (*Random Forest*) и градиент-

ного бустинга (*eXtreme Gradient Boosting, XGBoost*). Для обучения авторы сформировали выборку из 100 000 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.

Достоинствами рассмотренных подходов являются простота реализации на практике и «мягкие» требования к вычислительным мощностям компьютера. Главным же недостатком – то, что подобные модели основаны на подсчете лишь частоты упоминаний слов в коллекциях текстов. При этом совершенно не учитывается контекст, который может диаметрально изменить тональность текста.

Ограничения частотных и тематических моделей обусловили интерес к методам, способным учитывать контекст и семантические связи в тексте. Кроме того, применение описанных выше алгоритмов, как правило, требует формирования обучающих выборок и ручной разметки текстов, что связано с существенными трудовыми затратами и снижает масштабируемость исследования. В этой связи внимание исследователей привлекают большие языковые модели (*LLM*), позволяющие осуществлять семантическую интерпретацию текстов без предварительной разметки корпуса и отличающиеся практически полным отсутствием ручной настройки классификаторов.

LLM-модели – это класс статистических моделей, предназначенных для изучения структуры человеческого языка. Такие модели достигают цели, оценивая вероятность токена s_i с учетом всех ранее наблюдаемых токенов в документе $p(s_i \mid s_1, \ldots, s_{i-1})$, используя особую архитектуру нейронной сети, известную как трансформеры (Vaswani, Shazeer, Parmar, Uszkoreit et al., 2017).

Одну из таких моделей в своем исследовании применил Л. Биби (Bybee, 2023). Для воссоздания инфляционных ожиданий опрашиваемых экспертов были использованы новостные тексты и *ChatGPT*. Автор сравнил ожидания модели с существующими экономическими ожиданиями экспертов-аналитиков, такими как *Survey of Professional Forecasters* (*SPF*), *American Association of Individual Investors* (*AAII*), *Duke CFO Survey*. Его основной вывод состоит в том, что ожидания *GPT-3.5* коррелируют с опросными данными и воспроизводят те же отклонения от рациональных ожиданий, которые наблюдаются у людей: недостаточно быструю корректиров-

ку прогнозов при появлении новой информации и склонность формировать ожидания на основе прошлых тенденций в области финансовых рынков. Однако данный подход требует больших финансовых затрат, поэтому автор сильно ограничил выборку текстов.

В последние годы в экономической литературе появились работы, в которых *LLM* используются непосредственно для получения оперативных макроэкономических показателей. Так, в препринте Федеральной резервной системы США *ChatMacro: Evaluating Inflation Forecasts of Generative AI*[5] исследуется возможность применения генеративных языковых моделей для прогнозирования инфляции в режиме, близком к реальному времени. Авторы формируют систему промптов, на основе которых большие языковые модели генерируют количественные прогнозы инфляции и сопоставляют полученные оценки с официальными статистическими данными и результатами профессиональных опросов. Результаты такого подхода следует рассматривать как дополнение в официальной статистике, а не ее замену.

Таким образом, обзор литературы позволяет констатировать, что опыт использования *LLM* в целях наукастинга экономических показателей остается ограниченным. Практически отсутствуют исследования, ориентированные на формирование оперативного индикатора региональной экономической активности на основе публикаций местных СМИ, сопоставимого с официальными статистическими показателями выпуска по базовым видам экономической деятельности. Данный исследовательский пробел определяет методологический подход настоящей работы, направленный на использование больших языковых моделей для классификации и агрегирования информации из новостных текстов различных СМИ с целью построения индикатора региональной экономической активности.

Методика

Исследование ориентировано на решение двух блоков задач – классификацию новостей и построение показателя экономической активности региона. С этой целью нами реализованы следующие этапы.

I. Формирование корпуса и фильтрация данных

Обработка новостных текстов включала в себя 3 этапа:

1) Формирование корпуса текстов

Поскольку формирование коллекции новостных статей и ее преобразование в необходимый вид – трудоемкий процесс, для его автоматизации нами применена процедура *Web Scraping*. В *Python* разработана программа с использованием библиотек *Requests* и *BeautifulSoup*. Источниками данных выступили все тексты региональных СМИ Ставропольского края с 2022 по 2025 гг. включительно: газеты «Ставропольская правда» и «Вечерний Ставрополь», еженедельник «Аргументы и факты: Северный Кавказ», информационный портал АТВ-Медиа, информационное агентство «Победа 26», сетевое издание *NewsTracker*. Данные издания являются наиболее популярными в регионе и охватывают широкий круг социально-экономических тем. Общий объем собранного корпуса составил свыше 100 000 новостных публикаций. Отметим, что из материалов были исключены все статьи до 2022 г. и статьи объемом менее 100 слов.

Во избежание дублирования одного и того же события проведено их исключение: новости, имеющие аналогичные/схожие заголовки и опубликованные в пределах 3 дней определялись как дубликаты, в итоговом списке сохранялась первая по дате новость.

2) Тематическая классификация

Под экономической активностью в настоящем исследовании будем понимать Индекс выпуска товаров и услуг по базовым видам экономической деятельности (ИБВЭД). В соответствии с Приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 30.09.2021 г. № 609 «Об утверждении официальной статистической методологии расчета показателя “Индекс выпуска товаров и услуг по базовым видам экономической деятельности”» в ИБВЭД включены следующие отрасли (см. табл. 1). Поскольку индекс охватывает отраслевые сегменты, которые в регионе представлены слабо, в настоящем исследовании мы их укрупнили.

Таблица 1

Базовые отрасли экономической деятельности

Виды экономической деятельности	Группа / код ОКВЭД	Укрупненная категория видов экономической деятельности
Сельское хозяйство	01 без 01.6 и 01.7	Сельское хозяйство
Добыча полезных ископаемых	Раздел B	Промышленное производства
Обрабатывающие производства	Раздел C	
Обеспечение электроэнергией, газом и паром; кондиционирование воздуха	Раздел D	
Водоснабжение, водоотведение; организация сбора и утилизации отходов, деятельность по ликвидации загрязнений	Раздел E	
Строительство	Раздел F	Строительство
Оптовая торговля	46	Торговля
Розничная торговля	47	
Транспортировка и хранение	Раздел H	Транспортировка и хранение

Из коллекции текстов региональных СМИ отобраны те, которые соответствуют базовым отраслям. Классический подход к анализу текстовых данных для экономических задач традиционно предполагает создание размеченных обучающих выборок с последующим применением методов машинного обучения, таких как алгоритмы на основе *TF-IDF*- векторизации в сочетании с линейными моделями или ансамблевыми методами. Однако данная методология сталкивается с ограничением – необходимостью наличия большого массива текстов для обучения моделей, вручную размеченных экспертами по базовым отраслям экономики.

Создание такой выборки для региональных СМИ представляет собой трудоемкую задачу: требует привлечения специалистов, знакомых с экономической тематикой, и сопряжено со значительными временны́ми затратами.

Для отбора публикаций использована модель для мультиязычной классификации *MoritzLaurer/xlm-v-base-mnli-xnli* (платформа *Hugging Face*, 2025), основанная на архитектуре трансформера и позволяющая осуществлять классификацию текстов без предварительного дообучения на специализированной размеченной выборке. Это позволило отказаться от формирования трудоемкой экспертной разметки корпуса уже на первом этапе исследования (см. табл. 2).

Таблица 2

Пример классификации новостей региональных СМИ (фрагмент)

Дата	Текст	Тематика по видам экономической деятельности	Вероятность[6]
12.01.2022	Первую партию медицинского кислорода выпустят этой весной в Невинномысске. Этот факт подтверждает в том числе Федеральный фонд развития промышленности. Он предоставил займ на строительство завода по производству востребованной продукции...	Промышленность	0,96
13.03.2023	На Ставрополье планируется расширение географии пассажирских перелетов из краевого центра. Сейчас из города можно добраться на самолете в Москву, Санкт-Петербург и Сочи. А с недавнего времени в Махачкалу...	Транспортировка и хранение	0,83
13.02.2024	Эксперты «Открытие Авто» оценили продажи автомобилей с пробегом в январе 2024 г. Количество перерегистраций подержанных машин опустилось ниже уровня 400 тысяч и составило 381,7 тысячи сделок. Это на 8% ниже января 2023 года, но все же на 6% больше января 2022 года...	Торговля	0,82
13.02.2024	В январе 2024 года построено более 175 тысяч квадратных метров жилья. Такие данные привел губернатор. Глава региона сообщил, что в 2023 году в эксплуатацию введено почти 1,8 миллиона квадратных метров жилья. Это на 9,2 процента больше, чем в 2022 г...	Строительство	0,91
18.12.2025	Сельхозпредприятия Ставропольского края активно готовятся к весенним полевым работам. В регионе продолжается осенне-зимняя ремонтная кампания. По данным министерства сельского хозяйства края, всего предстоит привести в порядок около 9,1 тысячи единиц сельскохозяйственной и автомобильной техники...	Сельское хозяйство	0,92

С целью обеспечения качества тематической фильтрации установлен порог вероятности принадлежности текста к категории, равный 0,5. Значение порога выбрано на основе тестирования аль-

тернативных значений (0,2–0,9) в векторе обеспечения баланса между полнотой и точностью отбора.

Для проверки качества классификации случайная подвыборка из 200 текстов была вручную проверена экспертами. Совпадение составило около 80%. После тематической фильтрации итоговая выборка расширена до 8 000 публикаций (7,5% от исходного массива). Отраслевая структура текстов СМИ представлена на рисунке 1.

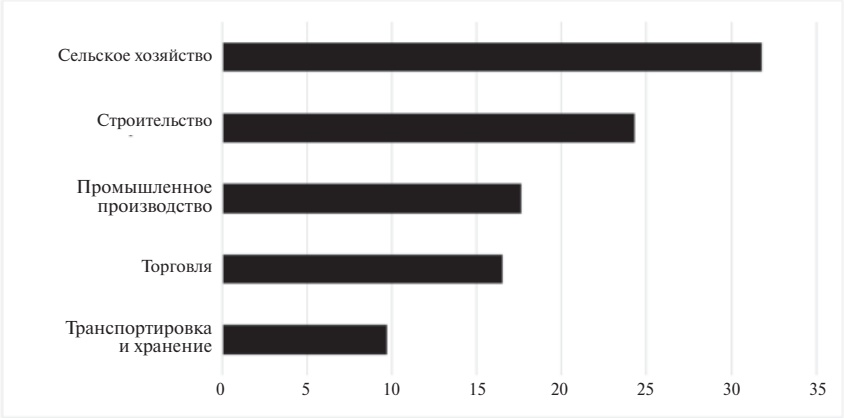


Рисунок 1. Отраслевое распределение текстов, отобранных для анализа, %

II. Оценка экономической тональности публикаций

1) Использование LLM-модели

Для определения тональности отобранных текстов мы использовали *LLM*-модель *GigaChat* с подключением по *API*. Выбор этой модели обусловлен акцентом на работу именно с русским языком, а также возможностью обработки текстов без обучения и разметки.

2) Принципы определения тональности

Экономическая тональность определялась на основе заранее заданного промпта (см. рис. 2), содержащего:

– критерии позитивного, негативного и нейтрального экономического воздействия;

– правила анализа;

– примеры классификации.

Роль: Ты экономический аналитик, специализирующийся на оценке экономической тональности текстов.

Твоя задача - определить, является ли экономическое событие или информация в тексте ПОЗИТИВНОЙ, НЕГАТИВНОЙ или НЕЙТРАЛЬНОЙ с точки зрения экономики.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ:
ПОЗИТИВНЫЙ (экономически благоприятный):
- Рост производства, ВВП, экспорта
- Снижение безработицы, инфляции
- Инвестиции, строительство новых объектов
- Улучшение делового климата
- Технологические инновации
- Укрепление курса национальной валюты
- Увеличение доходов населения
НЕГАТИВНЫЙ (экономически неблагоприятный):
- Рост цен, инфляция
- Падение производства, рецессия
- Увеличение безработицы
- Снижение инвестиций
- Санкции, торговые ограничения
- Ослабление курса валюты
- Банкротства компаний
- Снижение доходов населения
НЕЙТРАЛЬНЫЙ:
- Статистические данные без оценки
- Планы и прогнозы без явной окраски
- Техническая информация
- Описательные новости без последствий

ПРАВИЛА АНАЛИЗА:
1. Оценивай ФАКТИЧЕСКОЕ экономическое воздействие
2. Учитывай долгосрочные и краткосрочные эффекты
3. Различай мнение автора и объективные факты
4. Для противоречивых новостей выбирай преобладающую тенденцию

ПРИМЕРЫ:
- "Инфляция выросла с 5 до 10%" → НЕГАТИВНЫЙ
- "Построен новый автомобильный завод" → ПОЗИТИВНЫЙ
- "ЦБ сохранил ключевую ставку" → НЕЙТРАЛЬНЫЙ
- "Экспорт увеличился на 15%" → ПОЗИТИВНЫЙ
- "Безработица достигла 5-летнего максимума" → НЕГАТИВНЫЙ

ТЕКСТ ДЛЯ АНАЛИЗА:
{text}

ФОРМАТ ОТВЕТА:
Только одно слово: ПОЗИТИВНЫЙ, НЕГАТИВНЫЙ или НЕЙТРАЛЬНЫЙ

Рисунок 2. Промпт для определения тональности экономических новостей

Для оценки качества определения тональности моделью *GigaChat* была проведена экспертная проверка. Из итогового корпуса отобранных текстов новостей случайным образом сформирована подвыборка объемом в 100 текстов, вручную размеченная экспертами. Сравнение автоматической классификации с экспертной

показало совпадение на уровне 78%. Анализ матрицы ошибок подтверждает, что основные расхождения приходятся на пары «нейтральный – позитивный» и «нейтральный – негативный». При этом прямые ошибки между позитивными и негативными классами встречаются реже.

Таблица 3

Матрица ошибок определения тональности текстов

Факт/Прогноз	Позитивный	Нейтральный	Негативный
Позитивный	28	4	1
Нейтральный	6	24	4
Негативный	2	5	26

Полученная точность в 78% рассматривается нами как приемлемая для построения балансового индекса, поскольку агрегирование большого числа новостей частично компенсирует индивидуальные ошибки классификации, а преобладание ошибок на границе с нейтральным классом снижает риск систематического смещения индекса в ту или иную сторону.

III. Построение индекса $IBVED_{Media}$

1) Расчет отраслевых индексов тональности

Агрегированный показатель тональности для каждой отрасли i в месяц m рассчитывался как баланс скорректированных позитивных сообщений и негативных текстов:

$$Tonality_{i,m} = \frac{Positive_{i,m} - Negative_{i,m}}{All_news_{i,m}} \quad (1),$$

где $Tonality_{i,m}$ – уровень тональности новостей по соответствующей тематике в i-й отрасли в m-й месяц;

$Positive_{i,m}$ – количество текстов, имеющих позитивную тональность;

$Negative_{i,m}$ – количество текстов, имеющих негативную тональность;

$All_news_{i,m}$ – количество всех новостей по соответствующей тематике.

Значение показателя лежит в интервале [-1; 1], где:

– положительные значения отражают преобладание позитивной экономической информации;

– отрицательные – доминирование негативных сообщений;

– значения, близкие к нулю, указывают на нейтральный информационный фон.

Нормализация на общее число публикаций позволяет учитывать различия в интенсивности информационного потока между отраслями и временными периодами.

2) Агрегирование в сводный индекс

Для формирования интегрального показателя экономического информационного фона рассчитывался агрегированный индекс тональности по всем укрупненным отраслям.

Месячное значение сводной тональности определялось как взвешенная сумма отраслевых индексов:

$$Tonality_{union,\ m} = \sum_{i=1}^{5} w_i * Tonality_{i,m} \quad (2),$$

где w_i – вес *i*-й отрасли в структуре валовой добавленной стоимости.

Веса определяются на основе официальных статистических данных о структуре региональной экономики и отражают вклад соответствующих отраслей в формирование валовой добавленной стоимости региона. Использование отраслевых весов позволяет обеспечить сопоставимость медиаиндикатора со структурой экономики.

Именно на данном этапе индикатор обладает потенциальной оперативностью, так как может быть рассчитан сразу по окончании календарного месяца без дополнительных преобразований. Однако для целей сравнения с официальным ИБВЭД, который публикуется в форме годового прироста, нам потребовалось привести индикатор к сопоставимому виду (этапы 3 и 4).

3) Усреднение за 12 месяцев

Поскольку официальный показатель ИБВЭД рассчитывается в годовом выражении, показатель также агрегирован до годового уровня. Подчеркнем, что данная процедура не является необходимым элементом расчета оперативного индикатора, она используется исключительно для сопоставления с официальными данными. Для этого сначала определено среднегодовое значение сводной тональности:

$$Tonality_t^{year} = \frac{1}{12} \sum_{m=1}^{12} Tonality_{union,m,t} \quad (3),$$

где $Tonality_t^{year}$ – среднегодовая тональность;

$Tonality_{union,m,t}$ – значение средней тональности месяца *m* года *t*.

Усреднение позволяет снизить влияние краткосрочных информационных всплесков и повысить устойчивость показателя. Именно по этой причине новости за 2022 г. использованы исключительно с целью формирования среднегодового значения в 2023 г. При этом оперативные свойства построенного индикатора сохраняются на этапе агрегирования тональности отраслевых индексов (этап 2), которые могут использоваться для мониторинга текущего состояния экономической активности без дополнительного усреднения.

4) Расчет индекса $IBVED_{Media}$

Итоговый индикатор экономической динамики рассчитывается как годовой темп прироста тональности:

$$IBVED_{Media,t} = \left(\frac{Tonality_t^{year}}{Tonality_{t-1}^{year}} * 100\right) - 100 \quad (4),$$

где $IBVED_{Media,t}$ – показатель динамики экономической активности в году *t*;

$Tonality_{t-1}^{year}$ – значение показателя тональности в предыдущем году.

Таким образом, структура индекса отражает реальный вклад отраслей в экономику региона.

5) Интерпретация индекса

Индекс $IBVED_{Media}$ интерпретируется следующим образом:

– значения свыше 0 указывают на улучшение экономического информационного фона;

– значение менее 0 свидетельствуют о росте негативной экономической повестки;

– значения, близкие к 0, отражают нейтральный информационный фон.

Результаты и их анализ

1. Динамика отраслевой тональности

Исследование динамики отраслевых индексов тональности новостных публикаций показало, что повестка региональных СМИ характеризуется устойчивым преобладанием положительной информации (см. рис. 3).

Для оценки устойчивости результатов нами проведена ручная проверка подвыборки текстов (n=100), показавшая совпадение классификации на уровне 78%.


Сельское хозяйство
100
80
60
40
20
0
1,0
0,8
0,6
0,4
0,2
0,0
2023
2024
2025
Позитивные тексты
Нейтральные тексты
Негативные тексты
Тональность по группе "Сельское хозяйство" (Правая шкала)


Промышленное производство
40
30
20
10
0
1,0
0,8
0,6
0,4
0,2
0,0
2023
2024
2025
Позитивные тексты
Нейтральные тексты
Негативные тексты
Тональность по группе "Промышленное производство" (Правая шкала)


Строительство
60
50
40
30
20
10
0
1,0
0,8
0,6
0,4
0,2
0,0
2023
2024
2025
Позитивные тексты
Нейтральные тексты
Негативные тексты
Тональность по группе "Строительство" (Правая шкала)

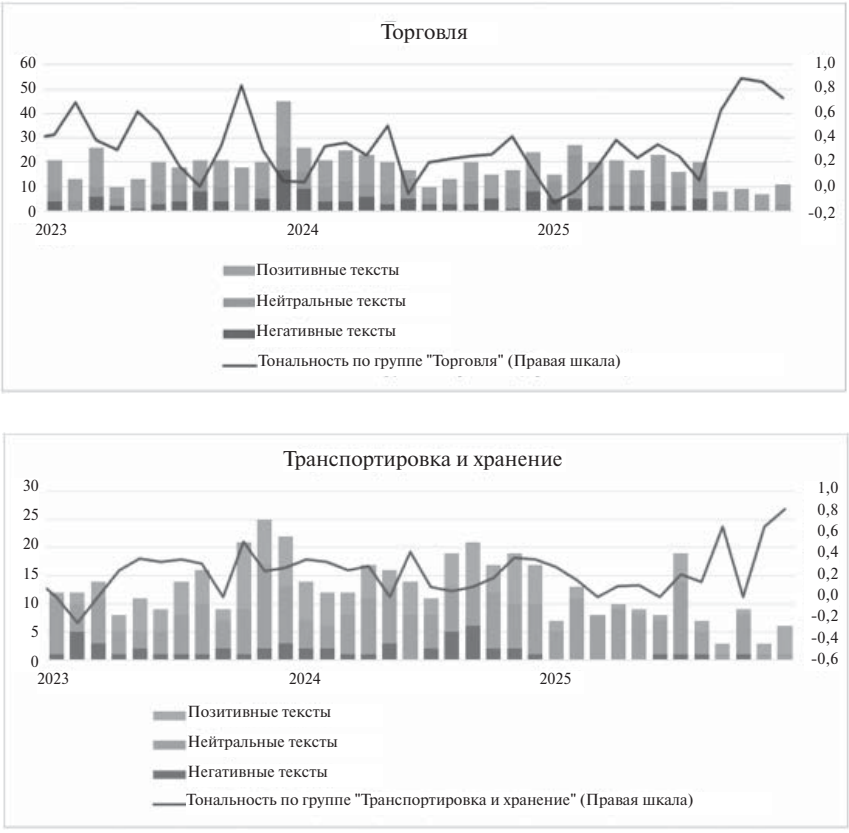


Рисунок 3. Декомпозиция медиатональности в динамике за 2023–2025 гг. по базовым отраслям

Наиболее позитивные значения тональности наблюдаются в сельском хозяйстве и строительстве, где значения индекса на протяжении большей части исследуемого периода находятся в диапазоне 0,6–0,8. Это отражает активное освещение региональными СМИ инвестиционных проектов, развития аграрного производства и инфраструктурного строительства.

В промышленности тональность также сохраняется на относительно высоком уровне (0,4–0,8), однако во второй половине 2024 и в 2025 г. наблюдается заметное снижение позитивного информационного фона.

Наиболее волатильной оказалась тональность в секторе транспорта. Это может быть связано с эпизодическими событиями и меньшим количеством публикаций по данной тематике.

В секторе торговли наблюдается постепенное ослабление позитивной тональности, что может отражать рост обсуждения ценовой динамики и потребительских ожиданий.

Следовательно, повестка местных СМИ во многом соответствует отраслевой структуре экономики региона, где ведущую роль играет аграрный сектор.

2. *Динамика показателя* $IBVED_{Media}$

На основе отраслевых индексов рассчитан интегральный показатель экономической динамики $IBVED_{Media}$, отражающий изменение информационного фона региональной экономики.

Результаты расчета показывают, что индикатор на протяжении всего исследуемого периода находится в отрицательной зоне. При этом он имеет выраженную циклическую динамику (см. рис. 4). В течение 2023 г. наблюдалось постепенное ухудшение тональности, что сопровождалось снижением индекса. Данный период характеризуется массовым обсуждением экономических рисков, инфляционного давления и ограничений внешней торговли.

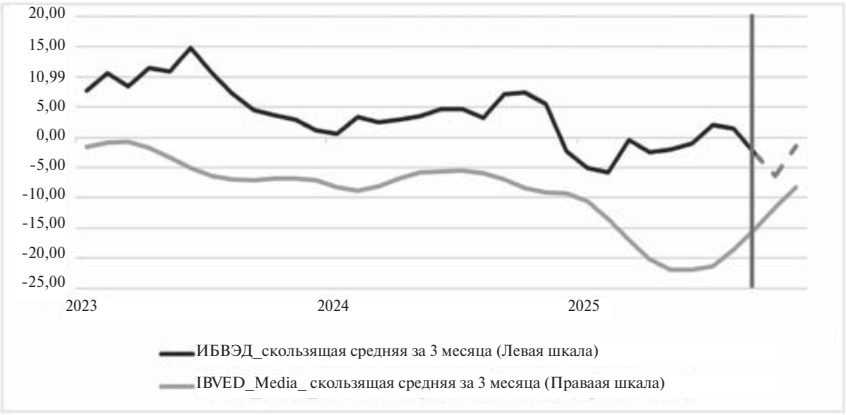


*Рисунок 4. Сопоставление медиаиндекса с официальным показателем ИБВЭД[7] по Ставропольскому краю[8], %**

* Пунктирная линия показывает последнюю дату, на которую были опубликованы данные Росстата на момент исследования.

В 2024 г. показатель $IBVED_{Media}$ становится более стабильным. В этот период экономика как региона, так и страны в целом адаптируется к новой макроэкономической конъюнктуре, что сопровождается большим объемом позитивного контента в СМИ.

Однако уже в 2025 г. динамика показателя демонстрирует повышенную волатильность. Именно в этот период в СМИ наблюдается увеличение числа публикаций, связанных с проблемами почти во всех базовых отраслях.

3. Сравнение с официальным ИБВЭД

Сопоставление $IBVED_{Media}$ с реальным ИБВЭД Ставропольского края свидетельствует, что динамика показателя в значительной степени согласуется с данными официальной статистики. Коэффициент корреляции между предложенным индикатором и значением ИБВЭД составил около 0,4, что указывает на наличие умеренной связи и объясняется высокой волатильностью регионального ИБВЭД, для которого свойственны краткосрочные сезонные колебания. Это подтверждает достаточно высокую степень связи между информационным фоном СМИ и фактической динамикой региональной экономики.

Важно отметить, что $IBVED_{Media}$ измеряет темп прироста тональности, а не ее абсолютный уровень, поэтому отрицательная динамика возникает при снижении тональности относительно соответствующего месяца предыдущего года, что подтверждается данными рисунка 3.

4. Проверка опережающего характера показателя

Дополнительно нами проведена проверка гипотезы о возможном опережающем характере оперативного индикатора. Для этого построены временные лаги $IBVED_{Media}$ относительно официального показателя ИБВЭД.

Результаты расчетов показывают, что учет временных лагов не приводит к устойчивому увеличению коэффициента корреляции между показателями. При анализе различных временны́х интервалов коэффициент корреляции варьируется в диапазоне от 0,40 до 0,80.

Заключение

Проведенное исследование ставило целью разработку высокочастотного медиаиндикатора экономической активности региона на основе анализа новостных публикаций средств массовой

информации с использованием методов обработки естественного языка и больших языковых моделей.

В работе сформирован методический подход к построению показателя экономической динамики, включающий несколько последовательных этапов: сбор массива новостных публикаций региональных СМИ, тематическую классификацию текстов по укрупненным секторам экономики, оценку экономической тональности новостей с использованием большой языковой модели, агрегирование полученных оценок в показатель $IBVED_{Media}$.

Эмпирическая апробация методики на материалах Ставропольского края свидетельствует, что новостной поток региональных СМИ содержит значимую информацию о состоянии экономики региона. Однако СМИ склонны к фиксации позитивных событий.

Расчет показателя $IBVED_{Media}$ позволил оцифровать динамику изменения информационного фона в базовых отраслях экономики региона. Его сравнение с официальным ИБВЭД продемонстрировало наличие статистически значимой взаимосвязи, следовательно, разработанный оперативный индикатор может отражать изменения динамики в отраслях экономики и выступать в роли дополнительного источника информации.

Кроме того, полученные результаты подтверждают возможность использования *LLM*-моделей для извлечения экономически значимой информации из текстовых данных. Вместе с тем мы признаем, что текущая валидация ограничена внутривыборочным корреляционным анализом на коротком временном промежутке и не может быть рассмотрена как полноценная проверка предсказательных свойств построенного индикатора. Позиционирование данного показателя как инструмента наукастинга требует проведения псевдовыборочного эксперимента в реальном времени. В этой связи перспективные направления дальнейших исследований включают: формирование базы данных реального времени для ИБВЭД, проведение псевдовыборочного эксперимента для строгого выявления оперативных свойств индикатора, апробацию и внедрение новых языковых моделей.

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] На момент подготовки итоговой версии статьи (март 2026 г.) имеются данные по ВРП и ВВП только за 2023 г.

[3] *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: 26.11.2025).

[4] *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: 20.11.2025).

[5] Alam M. J., Boyle S., Li H., Sekhposyan T. (2026) ChatMacro: Evaluating Inflation Forecasts of Generative AI. *Federal Reserve Bank of San Francisco, Working Paper Series* 2026-04. Available at: https://ideas.repec.org/p/fip/fedfwp/102407.html (accessed: 24.02.2026).

[6] Показана вероятность отнесения текста к соответствующей теме, т. е. «уверенность». Рассчитывается моделью *MoritzLaurer/xlm-v-base-mnli-xnli* автоматически при проведении текстовой классификации.

[7] Для отражения сопоставимых данных на графике ИБВЭД уменьшен на 100 п. п.

[8] Для дополнительной оценки устойчивости связи было применено скользящее трехмесячное усреднение. Мы признаем, что данная процедура дополнительного сглаживания снижает оперативность индикатора. Она используется нами исключительно как аналитический прием для демонстрации того, что выявленная связь не является элементом высокочастотного шума. В практике оперативного мониторинга трехмесячное сглаживание не является обязательным.

Библиография

Гареев М. Ю., Полбин А. В. Наукастинг: оценка изменения ключевых макроэкономических показателей с использованием методов машинного обучения // Вопросы экономики. 2022. № 8. С. 133–157. DOI: 10.32609/0042-8736-2022-8-133-157

Зубарев А. В., Рыбак К. С. Наукастинг ВВП: динамическая факторная модель и официальные прогнозы // Экономическое развитие России. 2021. № 12. С. 34–40.

Лазарян С. С., Герман Н. Е. Прогнозирование текущей динамики ВВП на основе данных поисковых запросов // Финансовый журнал. 2018. № 6. С. 83–94. DOI: 10.31107/2075-1990-2018-6-83-94

Макеева Н. М., Станкевич И. П. Наукастинг элементов использования ВВП России // Экономический журнал Высшей школы экономики. 2022. № 4. С. 598–622. DOI: 10.17323/1813-8691-2022-26-4-598-622

Поршаков А. С., Пономаренко А. А., Синяков А. А. Оценка и прогнозирование ВВП России с помощью динамической факторной модели // Журнал Новой экономической ассоциации. 2016. № 2 (30). С. 60–76. DOI: 10.31737/2221-2264-2016-30-2-3

Станкевич И. П. Применение MIDAS-моделей с марковским переключением для наукастинга ВВП и его компонентов // Прикладная эконометрика. 2023. № 2. С. 122–143. DOI: 10.22394/1993-7601-2023-70-122-143

Фокин Н. Д. Наукастинг и прогнозирование основных российских макроэкономических показателей с помощью MFBVAR-модели // Экономическая политика. 2023. Т. 18. № 3. С. 110–135. DOI: 10.18288/1994-5124-2023-3-110-135

Acedański J. (2024) Disaggregation and Nowcasting of Regional GDP Series with a Simple Smoothing Algorithm. *Journal of Official Statistics* 40 (4): 508–529. DOI: 10.1177/0282423X241277716.

Boyko V., Kislyak N., Nikitin M., Oborin O. (2020) Methods for Estimating the Gross Regional Product Leading Indicator. *Russian Journal of Money and Finance* 79 (3): 3–29. DOI: 10.31477/rjmf.202003.03.

Bybee L. (2023) Surveying Generative AI's Economic Expectations. *arXiv*. DOI: 10.48550/arXiv.2305.02823. Available at: https://arxiv.org/abs/2305.02823 (accessed: 17.01.2026).

Clements M. P., Galvão A. B. (2009) Forecasting US Output Growth Using Leading Indicators: An Appraisal Using MIDAS Models. *Journal of Applied Econometrics* 24 (7): 1187–1206. DOI: 10.1002/jae.1075.

Dahlhaus T., Guénette J.-D., Vasishtha G. (2017) Nowcasting BRIC+M in Real Time. *International Journal of Forecasting* 33 (4): 915–935. DOI: 10.1016/j.ijforecast.2017.05.002.

Eliseev A. (2025) Nowcasting Russian GDP in a Mixed-Frequency DSGE Model with a Panel of Non-Modelled Variables. *Russian Journal of Money and Finance* 84 (3): 63–93.

Fosten J., Greenaway-McGrevy R. (2022) Panel data nowcasting. *Econometric Reviews* 41 (7): 675–696. DOI: 10.1080/07474938.2021.2017670.

Ghysels E. (2016) Macroeconomics and the reality of mixed frequency data. *Journal of Econometrics* 193 (2): 294–314. DOI: 10.1016/j.jeconom.2016.04.008.

Koop G., Korobilis D., Pettenuzzo D. (2019) Bayesian Compressed Vector Autoregressions. *Journal of Econometrics* 210 (1): 135–154. DOI: 10.1016/j.jeconom.2018.11.009.

Mikosch H., Solanko L. (2019) Forecasting Quarterly Russian GDP Growth with Mixed-Frequency Data. *Russian Journal of Money and Finance* 78 (1): 19–35. DOI: 10.31477/rjmf.201901.19.

Richardson A., van Florenstein Mulder T., Vehbi T. (2021) Nowcasting GDP using Machine-Learning Algorithms: A Real-Time Assessment. *International Journal of Forecasting* 37 (2): 941–948. DOI: 10.1016/j.ijforecast.2020.10.005.

Shulyak E. (2022) Macroeconomic Forecasting Using Data from Social Media. *Russian Journal of Money and Finance* 81 (4): 86–112.

Vaswani A., Shazeer N., Parmar N., Uszkoreit J., Jones L., Gomez A. N., Kaiser L., Polosukhin I. (2017) Attention Is All You Need. *arXiv*. DOI: 10.48550/arXiv.1706.03762. Available at: https://arxiv.org/abs/1706.03762 (accessed: 24.12.2025).

Yakovleva K. (2018) Text Mining-based Economic Activity Estimation. *Russian Journal of Money and Finance* 77 (4): 26–41. DOI: 10.31477/rjmf.201804.26.

Zhang Q., Ni H., Xu H. (2023) Nowcasting Chinese GDP in a Data-Rich Environment: Lessons from Machine Learning Algorithms. *Economic Modelling* 122: 106204. DOI: 10.1016/j.econmod.2023.106204.

Notes

Alam M. J., Boyle S., Li H., Sekhposyan T. (2026) ChatMacro: Evaluating Inflation Forecasts of Generative AI. *Federal Reserve Bank of San Francisco, Working Paper Series* 2026-04. Available at: https://ideas.repec.org/p/fip/fedfwp/102407.html (accessed: 24.02.2026).

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* No 111. Available at: https://cbr.ru/Content/Document/File/144918/wp_111.pdf (accessed: 20.11.2025).

Seleznev S., Shibitov D., Yakovleva K., Vlasov S., Chernyadyev 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: 26.11.2025).

References

Acedański J. (2024) Disaggregation and Nowcasting of Regional GDP Series with a Simple Smoothing Algorithm. *Journal of Official Statistics* 40 (4): 508–529. DOI: 10.1177/0282423X241277716

Boyko V., Kislyak N., Nikitin M., Oborin O. (2020) Methods for Estimating the Gross Regional Product Leading Indicator. *Russian Journal of Money and Finance* 79 (3): 3–29. DOI: 10.31477/rjmf.202003.03

Bybee L. (2023) Surveying Generative AI's Economic Expectations. *arXiv*. DOI: 10.48550/arXiv.2305.02823. Available at: https://arxiv.org/abs/2305.02823 (accessed: 17.01.2026).

Clements M. P., Galvão A. B. (2009) Forecasting US Output Growth Using Leading Indicators: An Appraisal Using MIDAS Models. *Journal of Applied Econometrics* 24 (7): 1187–1206. DOI: 10.1002/jae.1075

Dahlhaus T., Guénette J.-D., Vasishtha G. (2017) Nowcasting BRIC+M in Real Time. *International Journal of Forecasting* 33 (4): 915–935. DOI: 10.1016/j.ijforecast.2017.05.002

Eliseev A. (2025) Nowcasting Russian GDP in a Mixed-Frequency DSGE Model with a Panel of Non-Modelled Variables. *Russian Journal of Money and Finance* 84 (3): 63–93.

Fokin N. D. (2023) Naukasting i prognozirovanie osnovnykh rossiyskikh makroekonomicheskikh pokazateley s pomoshch'yu MFBVAR-modeli [Nowcasting and forecasting key Russian macroeconomic variables with the

MFBVAR model]. *Economic Policy* 18 (3): 110–135. DOI: 10.18288/1994-5124-2023-3-110-135 (In Russian)

Fosten J., Greenaway-McGrevy R. (2022) Panel data nowcasting. *Econometric Reviews* 41 (7): 675–696. DOI: 10.1080/07474938.2021.2017670

Gareev M. Yu., Polbin A. V. (2022) Naukasting: otsenka izmeneniya klyuchevykh makroekonomicheskikh pokazateley s ispol'zovaniem metodov mashinnogo obucheniya [Nowcasting Russia's key macroeconomic variables using machine learning]. *Voprosy Ekonomiki* 8: 133–157. DOI: 10.32609/0042-8736-2022-8-133-157 (In Russian)

Ghysels E. (2016) Macroeconomics and the reality of mixed frequency data. *Journal of Econometrics* 193 (2): 294–314. DOI: 10.1016/j.jeconom.2016.04.008

Koop G., Korobilis D., Pettenuzzo D. (2019) Bayesian Compressed Vector Autoregressions. *Journal of Econometrics* 210 (1): 135–154. DOI: 10.1016/j.jeconom.2018.11.009

Lazaryan S. S., German N. E. (2018) Prognozirovanie tekushchey dinamiki VVP na osnove dannykh poiskovykh zaprosov [Forecasting current GDP dynamics based on search query data]. *Financial Journal* 6: 83–94. DOI: 10.31107/2075-1990-2018-6-83-94 (In Russian)

Makeeva N. M., Stankevich I. P. (2022) Naukasting elementov ispol'zovaniya VVP Rossii [Nowcasting of the components of Russian GDP]. *HSE Economic Journal* 4: 598–622. DOI: 10.17323/1813-8691-2022-26-4-598-622 (In Russian)

Mikosch H., Solanko L. (2019) Forecasting Quarterly Russian GDP Growth with Mixed-Frequency Data. *Russian Journal of Money and Finance* 78 (1): 19–35. DOI: 10.31477/rjmf.201901.19

Porshakov A. S., Ponomarenko A. A., Sinyakov A. A. (2016) Otsenka i prognozirovanie VVP Rossii s pomoshch'yu dinamicheskoy faktornoy modeli [Estimation and forecasting of Russia's GDP using a dynamic factor model]. *Journal of the New Economic Association* 2 (30): 60–76. DOI: 10.31737/2221-2264-2016-30-2-3 (In Russian)

Richardson A., van Florenstein Mulder T., Vehbi T. (2021) Nowcasting GDP using Machine-Learning Algorithms: A Real-Time Assessment. *International Journal of Forecasting* 37 (2): 941–948. DOI: 10.1016/j.ijforecast.2020.10.005

Shulyak E. (2022) Macroeconomic Forecasting Using Data from Social Media. *Russian Journal of Money and Finance* 81 (4): 86–112.

Stankevich I. P. (2023) Primenenie MIDAS-modeley s markovskim pereklyucheniem dlya naukastinga VVP i ego komponentov [Application of MIDAS models with Markov switching for nowcasting GDP and its components]. *Applied Econometrics* 2: 122–143. DOI: 10.22394/1993-7601-2023-70-122-143 (In Russian)

Vaswani A., Shazeer N., Parmar N., Uszkoreit J., Jones L., Gomez A. N., Kaiser L., Polosukhin I. (2017) Attention Is All You Need. *arXiv*. DOI: 10.48550/arXiv.1706.03762. Available at: https://arxiv.org/abs/1706.03762 (accessed: 24.12.2025).

Yakovleva K. (2018) Text Mining-based Economic Activity Estimation. *Russian Journal of Money and Finance* 77 (4): 26–41. DOI: 10.31477/rjmf.201804.26

Zhang Q., Ni H., Xu H. (2023) Nowcasting Chinese GDP in a Data-Rich Environment: Lessons from Machine Learning Algorithms. *Economic Modelling* 122: 106204. DOI: 10.1016/j.econmod.2023.106204

Zubarev A. V., Rybak K. S. (2021) Naukasting VVP: dinamicheskaya faktornaya model‘ i ofitsial‘nye prognozy [Nowcasting GDP: dynamic factor model and official forecasts]. *Economic Development of Russia* 12: 34–40 (In Russian)

Поступила в редакцию
25.03.2026

ЯЗЫК СМИ

Темир Эркам, доктор в области коммуникаций, доцент, преподаватель кафедры журналистики факультета коммуникаций, Университет Кастамону, Турция; e-mail: erkamtemir@gmail.com, ORCID 0000-0002-4387-2728

Каракулле Исмаил, доктор в области экономики, доцент, преподаватель кафедры связей с общественностью и рекламы факультета коммуникаций, Университет Кастамону, Турция; e-mail: ikarakulle@kastamonu.edu.tr, ORCID 0000-0002-5372-2010

ДИСКУРСИВНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ В ПУБЛИЧНОЙ РИТОРИКЕ ПРЕЗИДЕНТА ТУРЦИИ ЭРДОГАНА (2014–2025): КОРПУСНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЙ КОЛИЧЕСТВЕННЫЙ АНАЛИЗ

В исследовании проведен количественный дискурс-анализ корпуса из 1888 публичных выступлений президента Турецкой Республики Реджепа Тайипа Эрдогана. Корпус охватывает период с 28 августа 2014 по 31 декабря 2025 г. и включает 3,3 млн словоупотреблений. Цель работы – проверить, каким образом «работа по легитимации» лидера в дискурсе реагирует на кризисные периоды, а также оценить, какие тематические линии сохраняют устойчивость во времени. Кризисный контекст включает попытку государственного переворота, пандемию и эпизоды экономической волатильности. Морфологические особенности турецкого языка потребовали дополнительной обработки, поэтому в анализе использованы морфологическое упрощение и консолидация понятий. Исследование отслеживает 48 ключевых концептов, отобранных на основе теоретически и эмпирически ориентированных процедур. Каждый концепт измеряется посредством нормализованной частотности на 1000 слов по годам. Лексическое разнообразие оценивается с помощью индекса Гиро, что снижает чувствительность показателя к длине текста. Полученные результаты противоречат распространенному тезису о том, что президентский дискурс со временем упрощается. Напротив, данные указывают на лексическое обогащение и институционализацию. Коллективно идентифицирующая и религиозно ориентированная лексика демонстрируют выраженную устойчивость в разные периоды. Данная закономерность особенно отчетливо проявляется в повторении «якорных» элементов. Лексика безопасности и терроризма заметно усиливается в 2016–2019 гг. После 2020 г. более значимыми становятся темы экономики и развития. В целом результаты показывают, что президентский дискурс организован посредством многослойной и адаптивной стратегии легитимации (output-based legitimacy), центр тяжести которой изменяется в зависимости от контекста, а не следует единой идеологической оси.

***Ключевые слова**: Реджеп Тайип Эрдоган, Турция, президентские выступления, политический дискурс, корпусно-ориентированный количественный дискурс-анализ, лонгитюдный анализ, секьюритизация, популизм.*

Как цитировать: *Темир Э., Каракулле И.* Дискурсивные изменения в публичной риторике президента Турции Эрдогана (2014–2025): корпусно-ориентированный количественный анализ // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2026. № 3. С. 29–69. DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.3.2026.2969

Erkam Temir, Associate Professor, PhD in Communication, Faculty Member at the Department of Journalism, Faculty of Communication, Kastamonu University, Türkiye; e-mail: erkamtemir@gmail.com, ORCID 0000-0002-4387-2728

İsmail Karakulle, Associate Professor, PhD in Economics, Faculty Member at the Department of Public Relations and Advertising, Faculty of Communication, Kastamonu University, Türkiye; e-mail: ikarakulle@kastamonu.edu.tr, ORCID 0000-0002-5372-2010

DISCURSIVE CHANGE IN THE PUBLIC RHETORIC OF TURKISH PRESIDENT ERDOGAN (2014–2025): A CORPUS-BASED QUANTITATIVE ANALYSIS

This study applies quantitative discourse analysis to a corpus of 1,888 public speeches delivered by Turkish President Recep Tayyip Erdogan during his presidency. The corpus covers August 28, 2014 through December 31, 2025. It contains 3.3 million words. The study tests how legitimacy work in leader discourse responds to periods of crisis. It also evaluates which themes persist over time. The crisis context includes the post-coup attempt security agenda, the pandemic, and episodes of economic volatility. The texts underwent cleaning and normalization. Turkish morphology required additional processing. The analysis therefore uses morphological simplification and concept consolidation. The study tracks 48 key concepts that were selected through theory-driven and data-driven procedures. It measures each concept by normalized frequency per 1,000 words across years. Lexical diversity is measured with the Guiraud Index to reduce sensitivity to text length. The findings run against the common claim that presidential discourse tends to simplify over time. Instead, the results indicate lexical enrichment and institutionalization. Collective identity and faith-based language show strong stability across periods. This pattern is especially clear for recurring anchors. Security and terrorism language intensifies most clearly between 2016 and 2019. After 2020 themes of economy and development become more salient. This shift suggests a move toward output-based or performance-based legitimacy. Overall, the results indicate that presidential discourse is organized through a multilayered and adaptive legitimacy strategy. Its center of gravity changes with context rather than following a single ideological axis.

***Key words**: Recep Tayyip Erdogan, Türkiye, presidential speeches, political discourse, corpus-based quantitative discourse analysis, longitudinal analysis, securitization, populism.*

To cite this article: Temir E., Karakulle İ. (2026) Diskursivnye izmeneniya v publichnoy ritorike prezidenta Turtsii Erdogana (2014–2025): korpusno-oriyentirovannyy kolichestvennyy analiz [Discursive change in the public rhetoric of Turkish President Erdogan (2014–2025): a corpus-based quantitative analysis]. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika 3*: 29–69. DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.3.2026.2969

DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.3.2026.2969

Introduction

Official speeches by heads of state are communicative texts that convey policy to the public in contemporary political systems. They also function as core discursive structures that reveal how power is established, maintained, and legitimized (Dunmire, 2012). When taken together, campaign speeches, parliamentary opening addresses, summit remarks, crisis statements, and routine policy announcements form an integrated leadership discourse. This discourse is continuous over time. It is layered across political moments. It is also ideologically directive (Kujanen, Koskimaa, Raunio, 2024). This continuity matters for more than what leaders say at particular moments. It helps scholars examine how leaders construct a discursive universe across contexts and across time. It also shows which themes are stabilized and which interpretive frames are reproduced (de Vreese, Esser, Aalberg, Reinemann et al., 2018).

Recent work on political discourse shows that leader language is not a passive mirror of political reality. It is a force that actively constructs reality. It also constrains and steers what becomes thinkable and legitimate (Wodak, 2020). Through speeches heads of state define social problems. They set priorities. They reproduce collective identities. They also delimit legitimate policy space through discourse (Bos and Brants, 2014). In this sense leader discourse is not only symbolic communication. It is also a governing technology that is tightly entangled with material practices of power, institutional decision making, and mechanisms of governance (Papathanassopoulos and Giannouli, 2025).

Scholarship on head-of-state discourse has expanded markedly in recent years. This growth is linked to intensified global uncertainty shaped by developments such as the pandemic, war, and the climate crisis. It is also linked to the increasingly personalized and mediatized character of

political leadership (Messini, 2025). Contemporary research on populism, charismatic leadership, and performative politics shows growing centralization around the figure of the individual leader. It also shows that official presidential speeches play an increasingly visible and consequential role in building and sustaining political legitimacy (van Aelst, Sheafer, Stanyer, 2011). At the same time much of the literature focuses on discrete crisis moments. It also relies on selected speeches (Szalay and Rakovics, 2025; Fowobaje, Mashood, Ekholuenetale, Ibidoja, 2022; Kyriazi, 2026). Other studies examine short time windows (Sikanku, 2022; Motinyane, 2025). These approaches generate valuable insights. They still struggle to capture long-run dynamics of continuity and change in leader discourse. Yet presidential speech often builds a stable meaning system over time. It does so through recurring themes, durable metaphors, and strategic discursive shifts.

Political leadership is not only a process of administrative decision making. It is also a process of discursively framing those decisions to generate consent. In the twenty-first century expanded media environments and the personalization of politics have made leader rhetoric a constitutive element of political regimes. In Türkiye two institutional changes are especially consequential. In 2014 the president was elected by popular vote for the first time. In 2017 the constitutional amendment introduced the Presidential Government System. These shifts transformed the legitimacy basis of the executive. They also reshaped its communication strategy.

There is a substantial literature on Erdogan's political career and rhetorical capacity. Most of this work relies on qualitative interpretation. It also tends to use limited samples of text. Quantitative research that tracks discursive change across the full presidential period remains rare. This gap is especially clear for studies that use a comprehensive corpus and large-scale methods.

Using a 3.3-million-word dataset that includes all public speeches from 2014 to 2025, this study addresses three core research questions.

1. How did the language of political legitimacy respond to macro crises such as the July 15 coup attempt, the pandemic, and economic volatility?

2. To what extent do processes described through securitization and populism theories align with the empirical patterns in the data?

3. Does the leader's vocabulary simplify over time, or does it instead reflect institutionalization under the new system?

Conceptual Framework and Literature Review

In recent years the political field has been reconfigured around security discourses, populist styles of politics, and debates over sovereignty. At a global scale migration, the pandemic, terrorism, economic crises, and cultural identity conflicts are often framed as existential threats rather than technical or administrative problems. This framing enables political actors to move beyond the boundaries of ordinary politics (Kurylo, 2020). Recent research on migration shows that crises are increasingly recast as security issues. It also shows the tightening of border and surveillance regimes. These studies suggest that threat narratives have become decisive in policy design and in legitimation (Montagna, 2023). Work on the post-COVID-19 period points to a similar pattern. Populist actors reframe crisis and health risks through discourse. This line of research shows how security talk can operate as a performative style within populist politics (Lamour and Carls, 2022; Schenkel, 2024). In this context securitization theory offers a strong analytic framework. It explains how political issues are moved into an "extraordinary" domain through discursive practices (Kurylo, 2020).

Populism is also a defining feature of contemporary politics. It constructs society around a homogeneous "people" and an opposing "elite" or "other." This antagonism is increasingly reinforced through security-centered discourse (Wojczewski, 2020; Bonansinga and Kielty, 2025). Populist actors shape the agenda through rhetorical and performative strategies that dramatize threat perceptions. These discursive practices foreground insecurity and crisis narratives. They present decision making as urgent and exceptional intervention rather than ordinary politics (Magcamit and Arugay, 2024; Wojczewski, 2020). Recent studies emphasize migration, identity, and security politics. They show that populist discourse can reproduce a "vertical" people-elite divide. It can also reproduce a "horizontal" inside-outside opposition through securitization dynamics (Wojczewski, 2020; Bonansinga, Kielty, 2025). Populism should therefore be treated as more than an ideology or a style. It can also function as a mechanism that both produces and sustains securitizing practices.

The literature offers substantial theoretical contributions in securitization theory, populism research, and political theology. At the same time, relatively few studies integrate these approaches through a unified communication perspective that centers heads of state and their discursive practices. Securitization scholarship largely focuses on threat

construction, speech acts, and the legitimation of exceptional measures (Balzacq, 2011; Stritzel, 2014). It pays less attention to how these processes operate through leader discourse, rhetorical style, and public meaning making. Populism research is often organized around people-elite antagonism, crises of representation, and political style. It rarely specifies how this antagonism is communicatively built in presidential speech. It also underdevelops the narrative and affective strategies through which it is expressed (Moffitt, 2016).

Political discourse can be defined as a domain in which power relations are constructed, sustained, or transformed through language (Van Dijk, 1993). The theoretical backbone of this study draws on three approaches in political science. These are securitization theory, debates on populism, and political theology.

Crisis Governance and Securitization

Securitization theory associated with the Copenhagen School (Buzan, Wæver, de Wilde, 1998) describes a process in which a political issue is coded as an "existential threat" and removed from the sphere of normal politics. Once an issue is securitized the leader gains legitimacy to adopt extraordinary measures. The securitizing move gives the issue absolute priority over competing concerns. It also fosters the perception that other issues will lose significance unless the threat is addressed (Buzan, W ver, de Wilde, 1998). The securitizing actor is typically aware of this dynamic. The actor labels selected matters as security problems in order to justify exceptional action. Invoking "security" marks the issue as urgent. It also signals that all necessary measures should be taken to resolve the problem (O'Reilly, 2008, p. 69).

Populism

Ernesto Laclau (2018) defines populism not as a fixed and closed ideology. He treats it as a form of "political logic." In this view "the people" or "nation" is not a pre-given and unchanging social subject. It is constituted through discourse. Through the mechanism of the "empty signifier" nation becomes a symbolic nodal point around which diverse and dispersed demands can be articulated. This approach provides a core theoretical basis for explaining how "nation" can be structured as a hegemonic identity in populist discourse. Cas Mudde and Cristóbal Rovira Kaltwasser (2017) define populism as a "thin-centered ideology."

For them the essence of populism is the opposition between nation and corrupt elites. Nation is portrayed as a morally superior and unified homogeneous community. Jan-Werner Müller (2016) defines populism through the claim to speak "in the name of the people" and through anti-elitism. He argues that the key feature of the populist leader is the claim to be the sole legitimate representative of the people.

Political Theology and Lexical Richness

Carl Schmitt (2005) argues that the major concepts of modern state theory are secularized theological concepts. This is the core claim of "political theology." The sovereign's decision-making position is supported through a theological form of legitimacy. Political theology does not treat leader discourse only as a communication tool. It situates discourse within normative and metaphysical foundations that make legitimacy claims possible. The approach foregrounds exceptional decision capacity in moments of crisis. It also highlights collective identity formation and the representation of authority. In contemporary scholarship political theology continues to matter for discourse analysis. Saba Mahmood (2016) and Talal Asad (2018) similarly emphasize how leader discourse reproduces legitimacy through religious and secular references. They also stress how these references are reworked in a post-secular public sphere. A common claim in the literature is that populist leader language becomes simpler and poorer over time (Moffitt, 2016). This study tests that claim in the Erdogan case using Guiraud Index evidence.

Research Design and Data Source

This study uses a quantitative content analysis design to examine longitudinal change in Recep Tayyip Erdogan's presidential rhetoric. The population includes all public speeches delivered between August 28, 2014 and December 31, 2025.

The data were collected from the "Speeches" archive on the official website of the Presidency of the Republic of Türkiye (tccb.gov.tr). The corpus was compiled through web scraping and manual archiving. The final dataset includes 1888 standalone speech texts. It contains 3326661-word tokens. It therefore constitutes a large corpus of presidential political discourse.

Table 1

Annual statistics for tokens, types, and number of speeches

Year	Total words (tokens)	Unique words (types)	Number of speeches
2014	79 987	18 229	39
2015	348 769	47 627	154
2016	244 985	39 388	108
2017	104 504	23 929	43
2018	224 584	39 818	104
2019	380 506	51 954	190
2020	335 202	47 486	197
2021	366 182	50 692	228
2022	347 069	49 864	226
2023	379 767	50 375	245
2024	248 706	40 912	166
2025	266 380	42 096	188
TOTAL	3 326 641	502 370	1888

The table indicates a sharp increase from 2014 to 2015 across all three measures. Output remains high in 2016 despite a partial decline. A pronounced drop appears in 2017 for tokens, types, and speech count. From 2018 onward production rises again. The year 2019 stands out as a peak year for both total words and unique words. The period from 2020 through 2023 reflects consistently high output. Speech counts trend upward in this period and reach the maximum in 2023. That year also aligns with the presidential election cycle. After the election a clear decline occurs in 2024 across all measures. In 2025 output increases again. Levels do not yet return to the highs observed between 2019 and 2023.

Data Mining and Pre-processing

A multi-stage cleaning pipeline was implemented in Python to reduce statistical noise in the raw text and to convert the corpus into analyzable units.

1. Lexical normalization (case folding): All texts were converted to lowercase to prevent information loss caused by case sensitivity. This step avoids treating forms such as "*Millet*" and "*millet*" as different items.

2. Noise filtering (regex cleaning): Regular expressions were used to remove elements that can distort conceptual signals. These included statistical figures, budget numbers, date strings, URL addresses, and punctuation.

3. Stopword removal: Function words that structure Turkish grammar but carry limited standalone thematic meaning were removed. This group included conjunctions, particles, and pronouns such as "*ve*" (and), "*ile*" (with), "*bu*" (this), "*şu*" (that/this one), "*ki*" (that/which), and "*için*" (for) expressions that support rhetorical flow were also treated as contextual noise and excluded. Examples include "*efendim*" (well/sir/ma'am), "*tabi*" (of course), "*sadece*" (only/just), "*var*" (there is/exists), and "*yok*" (there isn't/doesn't exist).

Morphological Analysis and Stemming Strategy

Because Turkish is an agglutinative language, counting surface word forms can produce methodological bias. Standard stemmers can also introduce meaning loss in political terminology. To address these risks the study used a context-sensitive morphological simplification strategy paired with conceptual mapping.

Morphological reduction: Words were stripped of possessive, case, plural, and tense markers to recover a semantic base form. One example is the reduction of "*ekonomimizdeki*" (in our economy) to "*ekonomi*" (economy).

Conceptual consolidation (mapping): Variants within the same semantic cluster were merged under a single umbrella concept. For instance, ballot box (*sandık*) was used as an umbrella label for "*sandıklar"*, "*sandıktan"*, and "*sandığa"*. Likewise, election (*seçim*) was used as an umbrella label for "*seçimler"*, "*seçime"*, and "*seçimden"*. This approach allows the analysis to capture the concept's rhetorical weight rather than dispersing it across inflected forms. Lemma or root generation relied on Zemberek vX (0.17.1), TRmorph vX (2025-11), rule-based regex and dictionary. Lemma outputs were manually checked. The most frequent error classes were proper name detection, homonymy, and abbreviations.

Sampling Strategy and Selection of Key Concepts

The 48 core concepts were selected through a mixed sampling strategy rather than random choice. The procedure had two stages.

1. Data-driven selection: A frequency scan produced a ranked list of the 2,000 most common roots in the corpus. This list captured the discourse's baseline agenda.

2. Theory-driven selection: Concepts aligned with central debates in political science were then selected from the high-frequency list through purposive sampling. The guiding domains were securitization theory, populism, political economy, and identity politics. High-frequency verbs, such as do (*yapmak*) and come (*gelmek*), were excluded. Marker concepts, such as survival (*beka*), nation (*millet*), interest rate (*faiz*), and terrorism (*terör*), were retained.

This combined strategy ensured that selected items were both statistically salient and theoretically meaningful.

Statistical Normalization

The corpus volume varies substantially across years. For example, 2014 includes roughly 80,000 tokens while 2019 includes roughly 380,000 tokens. Using raw counts would inflate concept visibility in high-output years. The study therefore uses normalized frequency.

$\text{NormFreq} = (n / N) \times 1000$

Here n is the count of the concept in a given year. N is the total number of tokens in that year. The resulting values indicate how many times a concept appears per 1,000 words. This enables valid year-to-year comparison.

Lexical Richness (Guiraud Index)

Yearly text length varies widely. The minimum is 79,987 tokens and the maximum is 380,506 tokens. This variability makes the type-token ratio unreliable because TTR tends to decrease as texts become longer. To reduce length sensitivity the study uses the Guiraud Index.

$R = V / \sqrt{N}$

V is the number of unique word types and N is the number of tokens. This measure provides a vocabulary richness indicator that is more comparable across years.

Data Validation and Limitations

To support reliability a random 5 percent of the processed data was manually validated. The estimated algorithmic error rate was below 0.5 percent. The findings should be interpreted within the following limitations. Semantic context: The analysis is frequency-centered. It does not model irony or negation. It also does not include sentiment analysis. Homonymy: Some items have meanings that vary by context. "*Meclis*" can refer to an institution or a general meeting. Fully automated disambiguation was not feasible. The study assumes that large corpus size

reduces the effect of such noise on annual trends. This risk was further reduced through KWIC checks and sensitivity analysis.

Processing Infrastructure and Analytical Tools

Data mining, cleaning, and statistical analysis were conducted using a mixed toolchain. The primary environment was Python 3.15. A secondary tool was AntConc 4.3.1 for corpus validation.

Python-based Computational Analysis

A custom NLP pipeline was developed in Python to process the 3.3 million word dataset and to compute annual longitudinal measures. Data structuring (Pandas): The 1,888 text files were organized by year. They were converted into data frames. Yearly token volumes were computed. Pattern matching and cleaning (re): Dates, times, URLs, and numeric strings were removed. Stopword filtering was implemented using regular expressions. Frequency counting and normalization: Root counts and per-year NormFreq values were computed through custom functions. This automation reduced the risk of manual error.

Contextual validation with AntConc

AntConc 4.3.1 was used as a validation instrument to assess the linguistic plausibility of the Python outputs. The software is widely used in corpus linguistics and is associated with Laurence Anthony at Waseda University.

KWIC validation: For concepts with a higher homonym risk, the KWIC function was used to inspect contexts. Sudden frequency spikes in the Python results were cross-checked in AntConc using the concordance plot. A random sample of sentences was reviewed to confirm that each token matched the intended analytic sense. This dual-tool verification combines Python's large-scale processing capacity with AntConc's contextual precision. It increases confidence in the substantive validity of the quantitative measures.

Structural Change and Lexical Richness in The Discourse

Structural change in the leader's discourse was examined through lexical richness and word diversity measures. Table 2 reports total tokens (N), unique types (V), the standard type-token ratio, and the Guiraud Index for the 2014–2025 period.

Table 2

Annual token counts and lexical diversity indicators

Year	Total words (N)	Unique words (V)	Standard TTR (%)	Guiraud Index (R)	Normalized Guiraud Index (R) (Downsampled to 79,987 tokens)
2014	79.987	18.229	22.8	64.45	64.45
2015	348.769	47.627	13.7	80.65	89.02
2016	244.985	39.388	16.1	79.58	88.03
2017	104.504	23.929	22.9	74.02	88.23
2018	224.584	39.818	17.7	84.02	91.03
2019	380.506	51.954	13.7	84.22	89.04
2020	335.202	47.486	14.2	82.02	86.73
2021	366.182	50.692	13.8	83.77	87.87
2022	347.069	49.864	14.4	84.64	90.08
2023	379.767	50.375	13.3	81.74	88.00
2024	248.706	40.912	16.4	82.04	87.99
2025	266.380	42.096	15.8	81.56	87.06

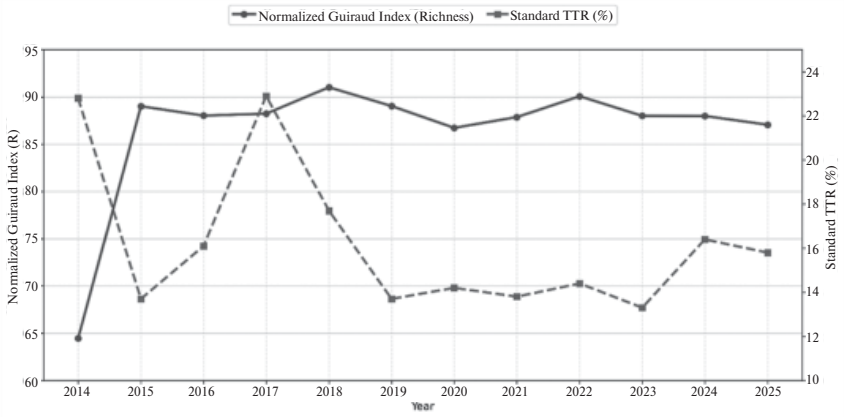


Figure 1. Divergence: Standard TTR vs. Guiraud Index (2014–2025)

The results indicate a process of lexical adaptation and enrichment in Erdogan's presidential rhetoric. This pattern runs counter to the common assumption that populist leaders' language becomes simpler and less varied over time.

Analysis of the Findings

The TTR illusion and the Guiraud signal: Standard TTR declines from 22.8 percent in 2014 to 13.7 percent in 2015. It then rebounds to 16.1 percent in 2016. It rises sharply again in 2017 to 22.9 percent. Between 2019 and 2023 it remains in a narrow range from 13.3 to 14.4 percent. It increases in 2024 and 2025 to 16.4 percent and 15.8 percent. This pattern can be misleading because TTR is mechanically sensitive to corpus size. As token counts rise TTR tends to fall even if lexical resources expand. While the Guiraud Index reduces sensitivity to text length, a random downsampling procedure was applied to completely neutralize its residual mechanical reaction to extreme variations in speech volume. Each year's corpus was equalized to the lowest annual token count (79,987 tokens in 2014) and the index was recalculated. Under this strict normalization, the index rises from a 2014 baseline of 64.45 to a new peak of 91.03 in 2018. By 2025, it remains highly elevated at 87.06.

This trajectory indicates that the discourse draws on a larger and more diverse lexical pool than in the early period.

System change and conceptual expansion: The enrichment trend from 2014 through 2018 aligns with Türkiye's executive system transition. The shift is from a register shaped by day-to-day political contestation to a register oriented toward state building under the Presidential Government System. This institutional change increased the need to incorporate bureaucratic, military, diplomatic, and technical terminology into routine public address. The rise in lexical richness is consistent with an expanding conceptual repertoire. It suggests that the leader relied on a broader set of categories when articulating and legitimizing the new governing framework. Furthermore, because the corpus consists of pre-written, highly edited official texts rather than spontaneous colloquial speech, the language naturally resists the simplification typically associated with everyday populist rhetoric, reflecting instead the institutional weight of the state format.

Crucially, the sharp dip previously observed in the 2017 raw data is mathematically eliminated through downsampling (rising to 88.23). This proves that the apparent decline in lexical diversity during that year was merely an artifact of its lower token count, rather than a genuine linguistic simplification.

Stabilization and institutionalization: In the downsampled data, the Guiraud Index stabilizes in a higher 86 to 91 range in the subsequent years. This plateau suggests that the discourse reached a mature stage. It also indicates institutionalization of the core conceptual set. In practical terms the rhetoric appears to have consolidated a stable lexicon while maintaining high diversity rather than returning to a narrower or simplified vocabulary.

Table 3

Heat Map of Political Discourse Intensity Across Years (2014–2025)

Word	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
nation (*millet*)	4.29	5.55	6.78	6.96	5.72	5.25	5.94	4.95	5.02	5.86	5.52	5.38
god willing (*inşallah*)	3.02	2.22	1.82	2.06	2.27	2.42	2.94	2.98	2.97	3.34	2.61	2.86
world (*dünya*)	2.97	2.29	2.58	2.73	2.66	2.43	2.68	2.65	2.99	2.03	2.28	2.37
terrorism (*terör*)	2.49	1.82	4.06	2.71	1.77	2.02	0.97	0.99	1.06	1.15	1.26	0.62
history (*tarih*)	1.08	1.60	1.79	1.57	1.69	1.67	1.74	1.56	1.70	1.51	1.71	1.77
politics (*siyaset*)	2.34	1.49	1.10	1.20	1.22	1.57	1.62	1.31	1.59	1.67	1.85	1.19
God (*Allah*)	1.60	1.43	1.70	1.14	1.67	1.25	1.36	1.01	1.20	1.58	1.42	1.67
struggle (*mücadele*)	0.96	1.18	1.85	1.55	1.23	1.40	1.73	1.61	1.48	1.20	1.25	1.12
organization (*örgüt*)	1.74	1.24	3.38	2.13	1.63	1.41	0.91	0.76	0.81	0.89	0.70	0.36
rights (*hak*)	0.73	0.84	0.99	0.82	0.95	1.10	0.93	1.19	1.03	1.27	1.42	1.38
budget (*bütçe*)	2.08	0.99	1.10	0.98	1.15	1.02	0.81	0.92	0.86	0.79	0.65	0.79
Syria (*Suriye*)	1.47	0.99	1.57	1.17	1.44	1.59	1.09	0.34	0.28	0.23	0.67	0.92
security (*güvenlik*)	0.83	0.78	1.14	1.05	0.78	0.99	1.00	0.86	1.02	0.77	1.08	1.12
economy (*ekonomi*)	0.74	0.72	0.52	0.66	0.80	0.76	1.14	1.21	1.31	0.79	0.75	0.66
Europe (*Avrupa*)	1.04	0.95	1.25	0.94	0.75	0.91	0.89	0.85	0.75	0.39	0.44	0.56
martyr (*şehit*)	0.40	0.72	1.46	0.70	1.12	0.71	0.82	0.54	0.58	0.56	0.81	1.06
republic (*cumhuriyet*)	1.09	0.45	0.55	0.92	0.61	0.50	0.57	0.66	0.67	1.10	0.69	0.75
culture (*kültür*)	0.47	0.51	0.49	1.23	0.40	0.69	0.50	0.89	0.62	0.72	0.64	0.98
homeland (*vatan*)	0.32	0.65	1.14	1.00	0.75	0.58	0.51	0.48	0.59	0.60	0.75	0.66
Islam (*İslam*)	0.58	0.62	0.88	1.05	0.81	0.94	0.43	0.44	0.47	0.40	0.79	0.61
global (*küresel*)	0.68	0.59	0.43	0.37	0.37	0.39	0.64	1.01	1.21	0.72	0.74	0.80
praise be to God (*elhamdülillah*)	0.63	0.73	0.51	0.51	0.68	0.53	0.82	0.72	0.73	0.65	0.48	0.66
justice (*adalet*)	0.90	0.42	0.50	0.31	1.13	0.57	0.47	0.52	0.41	0.37	0.90	0.86
defense (*savunma*)	0.19	0.32	0.26	0.14	0.60	0.68	0.76	0.71	0.63	0.72	0.89	0.95

End of Table 3

parliament (*meclis*)	0.75	0.60	0.55	0.91	0.72	0.70	0.52	0.37	0.35	0.43	0.44	0.39
law (*hukuk*)	0.70	0.35	0.59	0.49	0.68	0.65	0.58	0.47	0.44	0.43	0.71	0.60
civilization (*medeniyet*)	0.79	0.49	0.62	0.60	0.42	0.62	0.56	0.51	0.66	0.26	0.40	0.50
democracy (*demokrasi*)	0.88	0.56	0.55	0.62	0.37	0.38	0.36	0.45	0.60	0.49	0.41	0.21
investment (*yatırım*)	0.24	0.43	0.25	0.19	0.35	0.38	0.52	0.77	0.69	0.49	0.51	0.47
employment (*istihdam*)	0.12	0.14	0.17	0.19	0.25	0.30	0.55	0.80	0.76	0.48	0.43	0.37
FETÖ (*FETÖ*)	0.00	0.00	0.53	0.84	0.69	0.40	0.63	0.20	0.26	0.23	0.27	0.20
development (*kalkınma*)	0.28	0.23	0.27	0.36	0.27	0.20	0.33	0.52	0.61	0.41	0.33	0.33
production (*üretim*)	0.09	0.09	0.07	0.10	0.11	0.18	0.60	0.74	0.65	0.45	0.24	0.37
constitution (*anayasa*)	0.22	0.56	0.55	0.67	0.17	0.15	0.05	0.23	0.23	0.33	0.34	0.11
freedom (*özgürlük*)	0.35	0.36	0.28	0.42	0.17	0.17	0.20	0.29	0.28	0.22	0.19	0.25
operation (*operasyon*)	0.63	0.23	0.51	0.38	0.53	0.16	0.14	0.13	0.10	0.11	0.15	0.10
PKK (*PKK*)	0.20	0.08	0.71	0.39	0.33	0.47	0.20	0.21	0.19	0.18	0.12	0.00
Cyprus (*Kıbrıs*)	0.22	0.18	0.07	0.06	0.13	0.14	0.41	0.55	0.11	0.17	0.11	0.70
election (*seçim*)	0.06	0.32	0.08	0.23	0.37	0.60	0.07	0.07	0.08	0.48	0.43	0.06
Flag (*bayrak*)	0.15	0.29	0.49	0.56	0.26	0.21	0.11	0.11	0.19	0.18	0.13	0.09
interest rate (*faiz*)	0.36	0.26	0.19	0.10	0.11	0.29	0.26	0.31	0.26	0.09	0.01	0.07
independence (*istiklal*)	0.10	0.10	0.20	0.27	0.20	0.16	0.24	0.21	0.16	0.16	0.14	0.15
inflation (*enflasyon*)	0.19	0.10	0.04	0.04	0.03	0.20	0.12	0.21	0.43	0.24	0.29	0.17
Azerbaijan (*Azerbaycan*)	0.14	0.10	0.04	0.03	0.26	0.04	0.23	0.25	0.22	0.14	0.12	0.34
ballot box (*sandık*)	0.22	0.11	0.02	0.13	0.10	0.35	0.05	0.04	0.08	0.37	0.22	0.04
faith (*inanç*)	0.06	0.16	0.21	0.19	0.12	0.10	0.11	0.08	0.09	0.12	0.17	0.16
NATO (*NATO*)	0.07	0.05	0.19	0.04	0.12	0.21	0.05	0.13	0.23	0.08	0.07	0.04
survival (*beka*)	0.00	0.01	0.04	0.02	0.02	0.06	0.02	0.01	0.01	0.02	0.02	0.04

Collective Identity Discourse (Nation, Homeland, Martyr, Culture, Independence)

This cluster indicates a measurable shift in the legitimacy register of Erdogan's rhetoric between 2014 and 2025. Rather than anchoring legitimacy primarily in a rational-legal framework, the discourse increasingly relies on a collective subject and shared values. It constructs what can be described as an "emotional community." The quantitative pattern is consistent with a structural reorientation in the basis of legitimacy. The emphasis moves away from institutional belonging and toward existential belonging.

Table 4

Frequency heat map for people, nation, and collective identity concepts

Word	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
nation	4.29	5.55	6.78	6.96	5.72	5.25	5.94	4.95	5.02	5.86	5.52	5.38
homeland	0.32	0.65	1.14	1	0.75	0.58	0.51	0.48	0.59	0.6	0.75	0.66
martyr	0.4	0.72	1.46	0.7	1.12	0.71	0.82	0.54	0.58	0.56	0.81	1.06
culture	0.47	0.51	0.49	1.23	0.4	0.69	0.5	0.89	0.62	0.72	0.64	0.98
independence	0.1	0.1	0.2	0.27	0.2	0.16	0.24	0.21	0.16	0.16	0.14	0.15

Across the eleven-year series, "nation" is the undisputed hegemonic center of the discourse. Its normalized frequency rises from 4.29 in 2014 to 6.78 in 2016 and to 6.96 in 2017. This is a dramatic increase of 62 percent. By 2025 the value remains high at 5.38. This level is 25 percent above the 2014 baseline and indicates stabilization. In political science terms this pattern is a direct empirical marker of populist legitimacy building through people-centrism (Mudde, 2004). The peak in 2017, during the referendum period, indicates that "national will" was coded as the primary source of legitimacy for the system change. The concept's persistence at high frequency suggests that the presidency reproduces its legitimacy less through constitutional procedure and more through a claimed identification with the people themselves.

In 2014 "homeland" appears at 0.32. In 2016 it rises to 1.14. This is a record increase of 256 percent. It then stabilizes in the 0.48 to 0.75 range. This jump signals a territorialization of politics (Rossi, 2019). During the July 15 coup attempt and the trench operations period, political contestation shifts from routine struggles over power to the protection of territorial integrity and survival. As "homeland" becomes more central, the boundary between government and opposition is increasingly framed through the idiom of patriotism.

The term “martyr” follows a similar trajectory. It rises from 0.40 in 2014 to 1.46 in 2016. This is a 265 percent increase. It remains elevated and still reaches 1.06 in 2025. The surge and persistence indicate institutionalization of a sacrifice ethic within political rhetoric. Loss is framed less as mourning and more as sacred sacrifice. These framing positions affective legitimacy as a strategic resource for producing consent.

“Culture” increases sharply in 2017 and reaches 1.23. This represents a 162 percent rise. “Independence” also rises in 2017 to 0.27 and remains at roughly that level afterward. These patterns show that legitimacy is reinforced not only through security but also through a civilizational narrative organized around “local and national” values. The persistence of “independence” suggests that sovereignty is continuously framed through the analogy of a liberation struggle. It constructs political authority as a standing line of resistance.

From 2014 through 2016 all five collective identity markers show a clear upward trajectory. The increase culminates in 2016 and 2017. “Independence” and “nation” reach the highest levels in this phase. A synchronized decline appears across all items in 2018 and 2019. A limited rebound is visible in 2020. This is followed by another downturn in 2021. After 2022 the concepts move upward again. Between 2023 and 2025 “independence” and “nation” return toward upper-range values. “martyr” and “culture” increase in a more even and moderate manner. “Homeland” remains in a lower band than the other concepts. It still follows the same fluctuation pattern. Taken together Figure 2 indicates three phases in collective identity discourse. The first is a strong peak in 2016 and 2017. The second is weakening in 2018 and 2019. The third is renewed recovery after 2022.

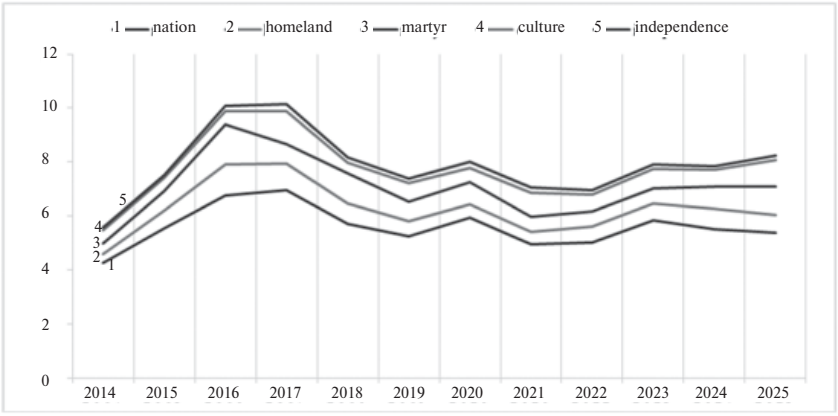


Figure 2. Frequency distribution of people, nation, and collective identity concepts

Political Theology and Faith Language (Allah, God willing, praise be to God, faith, Islam)

This cluster shows that religious reference in Erdogan's rhetoric is not an ornamental add-on that appears only when convenient. It operates as a structural backbone of the political register. In terms consistent with Carl Schmitt's political theology, sovereignty and legitimacy are presented through theological reference that is blended with secular claims rather than derived from secular concepts alone.

Table 5

Frequency heat map for political theology and faith language concepts

Word	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Allah	1.6	1.43	1.7	1.14	1.67	1.25	1.36	1.01	1.2	1.58	1.42	1.67
god willing	3.02	2.22	1.82	2.06	2.27	2.42	2.94	2.98	2.97	3.34	2.61	2.86
praise be to God	0.63	0.73	0.51	0.51	0.68	0.53	0.82	0.72	0.73	0.65	0.48	0.66
faith	0.06	0.16	0.21	0.19	0.12	0.1	0.11	0.08	0.09	0.12	0.17	0.16
Islam	0.58	0.62	0.88	1.05	0.81	0.94	0.43	0.44	0.47	0.4	0.79	0.61

The term "Allah" remains remarkably stable across the full period. It moves from 1.60 in 2014 to 1.67 in 2025 with minimal deviation. This stability persists despite major political, economic, and security shocks. The pattern indicates that the reference functions as a discourse constant. It helps position political authority on a transcendental plane. It also supports a form of spiritual legitimacy that is less vulnerable to worldly failure or crisis.

"God willing" follows a different trajectory. After dropping to 1.82 in 2016 it rises sharply after 2020. It reaches a peak of 3.34 in 2023. This pattern suggests that the language of theological hope is mobilized as a crisis governance resource. As uncertainty intensifies, including economic volatility and the pandemic, "god willing" becomes more salient than rational promise making. The term can therefore be read as a tool for managing public expectations through a metaphysical guarantee.

"Praise be to god" peaks in 2020 at 0.82. "Islam" rises in 2017 to 1.05 and then settles around 0.61 in subsequent years. The 2020 peak in "Praise be to god" aligns with the pandemic context. It indicates activation of a resilience register grounded in gratitude and endurance. The post-2017 routinization of "Islam" suggests mainstreaming. Religious politics appears less as a contested domain and more as a normalized component of official state discourse.

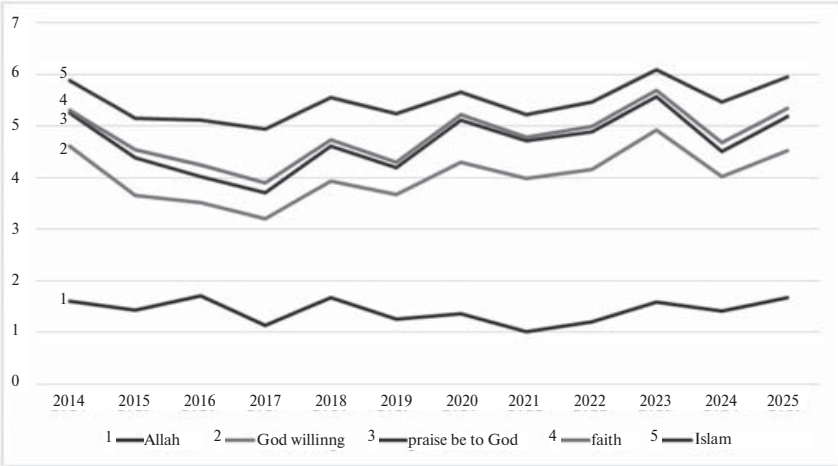


Figure 3. Frequency distribution of political theology and faith-language concepts

From 2014 through 2017 the series shows a general downward trend for "Islam," "faith," "praise be to God" and "Allah". The year 2017 stands out as the low point for many items. From 2018 onward the pattern shifts upward. A pronounced increase appears in 2020. The series dips again in 2021 and then rises strongly. By 2023 almost all items reach peak levels. The highest values are concentrated in "Islam" and "faith." "Allah" and "praise be to god" remain in a lower range. They still track the same cyclical movement. "God willing" stays more limited than the other items. It nonetheless moves in parallel with the broader periods of increase and decline. After a partial decrease in 2024 the series turns upward again in 2025. Overall, the figure indicates a strengthening of political theology and faith language after 2017. It reaches its highest intensity in 2023, which is again an election year.

Security, Terrorism, And Struggle Discourse (Terrorism, Security, Struggle, Organization, Operation, FETÖ, PKK)

This cluster provides quantitative evidence for a sharp securitization phase in 2016 through 2019. It also indicates institutionalization of an "emergency" register in state speech. The data suggest that security moves beyond a public service frame. It becomes a central parameter that defines the boundaries of the political field.

Table 6

Frequency heat map for security, terrorism, and struggle discourse

Word	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
terrorism	2.49	1.82	4.06	2.71	1.77	2.02	0.97	0.99	1.06	1.15	1.26	0.62
security	0.83	0.78	1.14	1.05	0.78	0.99	1	0.86	1.02	0.77	1.08	1.12
struggle	0.96	1.18	1.85	1.55	1.23	1.4	1.73	1.61	1.48	1.2	1.25	1.12
organization	1.74	1.24	3.38	2.13	1.63	1.41	0.91	0.76	0.81	0.89	0.7	0.36
operation	0.63	0.23	0.51	0.38	0.53	0.16	0.14	0.13	0.1	0.11	0.15	0.1
FETÖ	0	0	0.53	0.84	0.69	0.4	0.63	0.2	0.26	0.23	0.27	0.2
PKK	0.2	0.08	0.71	0.39	0.33	0.47	0.2	0.21	0.19	0.18	0.12	0

"Terrorism" rises sharply from 1.82 in 2015 to 4.06 in 2016. This is a 123 percent surge and it marks the historical peak. "Organization" follows a parallel pattern and reaches a record 3.38 in 2016. Both terms then decline steeply. By 2025 "terrorism" falls to 0.62 and "organization" to 0.36. Each end below its initial level. This exceptional concentration in 2016 captures the moment when an existential threat frame moved to the center of politics. The July 15 coup attempt[1] and the 2015–2016 trench clashes in southeastern Türkiye (*hendek olayları*)[2] pushed the discourse toward a friend-enemy logic that is consistent with Schmittian (2007) politics. The sharp decline by 2025 signals a confidence narrative. It suggests that the state presents the security crisis as overcome and the threat as marginalized. This pattern supports a shift from crisis governance to stability governance.

While label-based threat terms decline, "struggle" remains comparatively durable. After increasing in 2016 to 1.85 it retains much of its salience and still stands at 1.12 in 2025. This is substantively important. It indicates that even when named enemies fade from the foreground, the discourse sustains a standing "state of struggle." Political legitimacy is kept active through vigilance and resistance frames. The object of struggle can change. It may be terrorism, inflation, or external powers. The struggle frame itself functions as an integrative political myth.

The abbreviation "FETÖ" appears for the first time in 2016. It is absent in the speeches before that point. It peaks in 2017 at 0.84. "PKK"[3] (Kurdistan Workers' Party) peaks in 2016 at 0.71. Both then recede to marginal levels by 2025. "FETÖ" drops to 0.20 and "PKK" to 0.00. These trajectories reflect shifting priorities within the state's threat definition. The 2017 peak in "FETÖ" aligns with the post-coup purge and prosecution process and its legitimation needs. The subsequent attenuation of these labels strengthens the claim that threats have been neutralized or reduced to routine public order concerns.

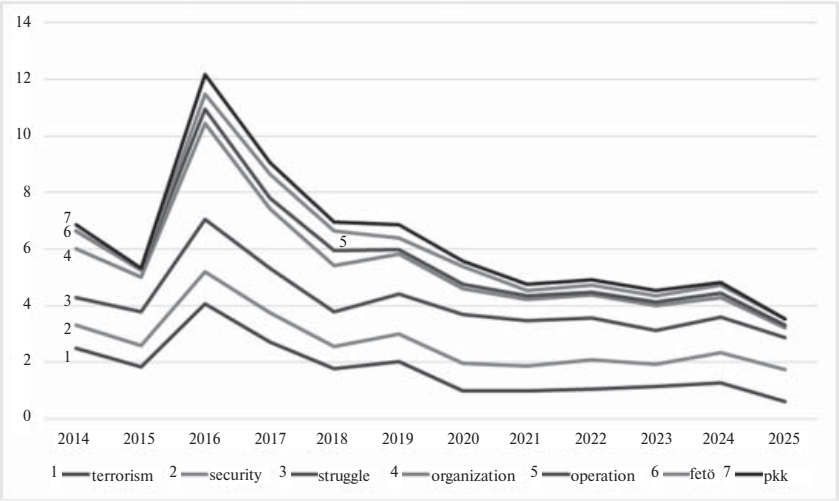


Figure 4. Frequency distribution of security, terrorism, and struggle discourse

From 2014 through 2016 security and struggle language shows a clear upward trajectory. The year 2016 is the peak across all items by a wide margin. "PKK," "FETÖ," "operation," and "organization" reach their highest levels in 2016. "Struggle" and "security" also increase strongly in the same year. From 2017 onward the series begins a gradual decline across all concepts. The decrease continues through 2018 and 2019 and the curves settle into a more even pattern. After 2020 the downward movement persists and by 2021 the cluster stabilizes in a lower band. Between 2022 and 2024 the series shows limited fluctuation and the overall pattern remains flat at comparatively low levels. In 2025 a further decrease is visible across the full set. Taken together Figure 4 indicates an exceptional concentration of security and counterterrorism discourse in 2016. It then decreases in a stepwise manner and returns to a lower and more stable level in subsequent years.

Foreign Policy: Regionalization and Concretization (Syria, Cyprus, Azerbaijan)

This cluster documents a shift in foreign policy discourse. It moves away from abstract ideals associated with grand strategy. It moves toward concrete crises and bilateral partnerships tied to operational realities.

Table 7

Frequency heat map for foreign policy discourse on regionalization and concretization

Word	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Syria	1.47	0.99	1.57	1.17	1.44	1.59	1.09	0.34	0.28	0.23	0.67	0.92
Cyprus	0.22	0.18	0.07	0.06	0.13	0.14	0.41	0.55	0.11	0.17	0.11	0.7
Azerbaijan	0.14	0.1	0.04	0.03	0.26	0.04	0.23	0.25	0.22	0.14	0.12	0.34

"Syria" remains in the approximate 1.0 to 1.5 range between 2014 and 2016. It then declines sharply and reaches 0.34 in 2021. This is a 78 percent drop. By 2025 it rebounds to 0.92 and appears more balanced. In 2016 Syria occupied the center of the discourse as a survival issue and an active war theater. The subsequent decline suggests institutionalization of border security, including the consolidation of "safe zone" practices. It also suggests routinization. The issue shifts from an urgent threat frame to a diplomatic and administrative file.

"Azerbaijan" reaches 0.34 in 2025 and "Cyprus" reaches 0.70. Both are the highest values in their respective series. This rise reflects a more concrete expression of Türkiye's search for strategic autonomy. Azerbaijan's victory in Nagorno-Karabakh in 2020 and the Eastern Mediterranean energy competition indicate a reorientation. The discourse shifts from a problem management frame centered on Syria to a gains-oriented and power projection frame centered on Azerbaijan and Cyprus. In quantitative terms the pattern supports a more proactive and revisionist tone in foreign policy rhetoric.

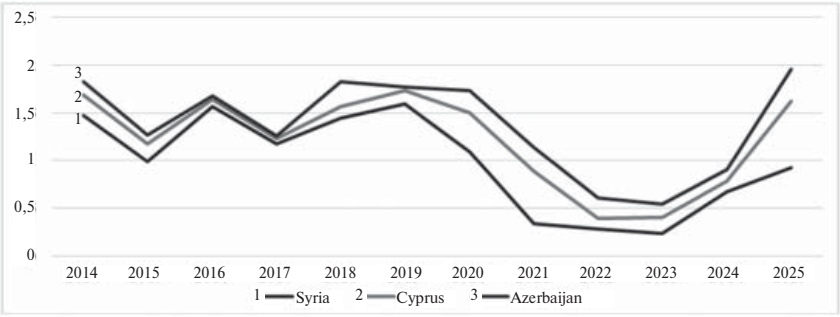


Figure 5. Frequency distribution of foreign policy discourse on regionalization and concretization

Between 2014 and 2016 the series for "Syria," "Cyprus," and "Azerbaijan" is volatile but remains comparatively elevated. In 2018 and 2019 all three items rise again. "Azerbaijan" and "Cyprus" move closer to upper-range levels in this period. After 2020 the cluster shifts downward. Between 2021 and 2023 all three items fall to their lowest bands. The sharpest decline appears in "Syria." From 2024 onward the pattern turns upward again. In 2025 "Azerbaijan" reaches its highest level and "Cyprus" also increases strongly. "Syria" rises as well but remains more limited than the other two. Overall, the figure points to three phases in foreign policy discourse. It intensifies in 2018 and 2019. It weakens markedly in 2021 through 2023. It then strengthens again in 2024 and 2025.

Global System and Western References (World, Europe, NATO, Global)

This cluster indicates a shift in Türkiye's positioning within the international system. The rhetoric moves from a Western-centered register toward a more global and critical register.

Table 8

Frequency heat map for global system and Western reference discourse

Word	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
world	2.97	2.29	2.58	2.73	2.66	2.43	2.68	2.65	2.99	2.03	2.28	2.37
Europe	1.04	0.95	1.25	0.94	0.75	0.91	0.89	0.85	0.75	0.39	0.44	0.56
NATO	0.07	0.05	0.19	0.04	0.12	0.21	0.05	0.13	0.23	0.08	0.07	0.04
global	0.68	0.59	0.43	0.37	0.37	0.39	0.64	1.01	1.21	0.72	0.74	0.8

"World" remains elevated and fluctuates across 2014 through 2022. It falls to 2.29 in 2015 yet reaches a series high of 2.99 in 2022. A sharp decline appears in 2023 when the value drops to 2.03. The series then shows partial recovery in 2024 and 2025 and returns to the 2.28 to 2.37 range. Even as "world" declines, "global" increases, especially after 2020. This divergence indicates a shift in discursive substance rather than a retreat from international framing. During the pandemic and the conflict in Ukraine, the discourse increasingly focused on solving global crises and criticizing the international system. The slogan "The world is bigger than five" anchors this critique. Türkiye is framed less as a regional actor and more as a moral agent that claims authority to diagnose and address systemic dysfunction.

"Europe" declines steeply. It stands at 1.25 in 2016 during the refugee crisis period and falls to 0.39 in 2023. This is a 69 percent decrease.

References to NATO also recede and reach a near-vanishing level by 2025 at 0.04. These patterns suggest that Western institutions lose reference value in foreign policy rhetoric. European Union membership or NATO alliance identity no longer operates as a routine target or anchor. Instead, it appears mainly as a technical file activated during episodic disputes. The Finland and Sweden accession debates illustrate this shift. Overall, the discursive decoupling appears deeper and more durable than any formal institutional break.

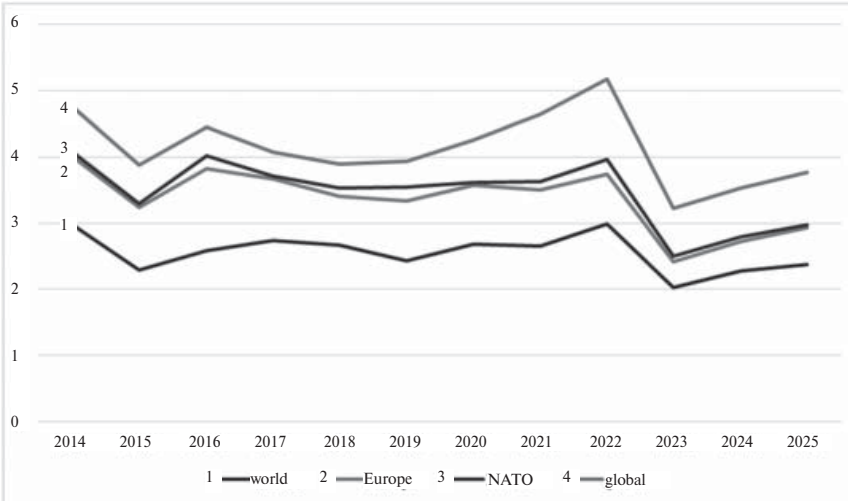


Figure 6. Frequency distribution of global system and Western reference discourse

Between 2014 and 2016 "global," "Europe," NATO, and "world" follow a volatile but comparatively elevated pattern. From 2017 through 2019 the series shows modest decline and largely horizontal movement. Beginning in 2020 the pattern turns upward again. In 2021 and 2022 "global" reaches its highest level in the series. "Europe" and "NATO" also show a clear rise in 2022. In 2023 all items drop sharply. The decline is especially pronounced for "global" and NATO. In 2024 and 2025 the series recovers stepwise. Values remain below the 2022 peak. Overall, the figure indicates concentration of global system and Western reference language in 2022, strong weakening in 2023, and limited recovery afterward.

Institutional Politics and Regime Language (Politics, Parliament, Law, Constitution, Democracy, Freedom, Republic)

This cluster captures one of the clearest post-2017 shifts in Erdogan's rhetoric. It documents a process of discursive de-institutionalization after the 2017 constitutional change. The data suggest that legitimacy moves away from procedural and constitutional language. It is increasingly built through leadership performance and collective identity.

Table 9

Frequency heat map for institutional politics and regime language discourse

Word	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
politics	2.34	1.49	1.1	1.2	1.22	1.57	1.62	1.31	1.59	1.67	1.85	1.19
parliament	0.75	0.6	0.55	0.91	0.72	0.7	0.52	0.37	0.35	0.43	0.44	0.39
law	0.7	0.35	0.59	0.49	0.68	0.65	0.58	0.47	0.44	0.43	0.71	0.6
constitution	0.22	0.56	0.55	0.67	0.17	0.15	0.05	0.23	0.23	0.33	0.34	0.11
democracy	0.88	0.56	0.55	0.62	0.37	0.38	0.36	0.45	0.6	0.49	0.41	0.21
freedom	0.35	0.36	0.28	0.42	0.17	0.17	0.2	0.29	0.28	0.22	0.19	0.25
republic	1.09	0.45	0.55	0.92	0.61	0.5	0.57	0.66	0.67	1.1	0.69	0.75

"Politics" declines sharply from 2.34 in 2014 to 1.10 in 2016. This is a 53 percent drop. It then remains in a lower band. "Parliament" rises to 0.91 in 2017, which aligns with referendum-driven debate over institutional change. It then falls and reaches 0.39 in 2025. This is a 57 percent decline and it is among the lowest values in the series. The pattern does not imply an end of politics or a post-political condition. It points to a change in how politics is organized and narrated. The shift from a parliamentary system to a presidential system reduces the discursive weight of parliament. The rhetoric moves away from deliberative politics language and toward an executive action register.

One of the steepest declines appears in "democracy." The value falls from 0.88 in 2014 to 0.21 in 2025. This is a 76 percent decrease. "Constitution" peaks only in 2017 at 0.67 during the referendum cycle and remains marginal in other years around 0.11. The sharp decline in democracy talk suggests a functional repositioning of the concept. It appears less as a stable normative commitment and more as a situational resource invoked in specific contexts such as elections or anti-coup framing. After 2016 legitimacy is increasingly articulated through "national will" and survival frames. In this configuration liberal-democratic norms such as freedom or separation of powers lose rhetorical centrality. Democracy language therefore becomes less operational in routine legitimation.

"Republic" declines from 1.09 in 2014 to 0.75 in 2025. "Law" declines more modestly from 0.70 to 0.60. These concepts are not abandoned. They do appear to lose their role as constitutive anchors. In the discourse "republic" is more often activated through commemorative and historical milestones such as the centennial rather than through sustained debate over regime principles.

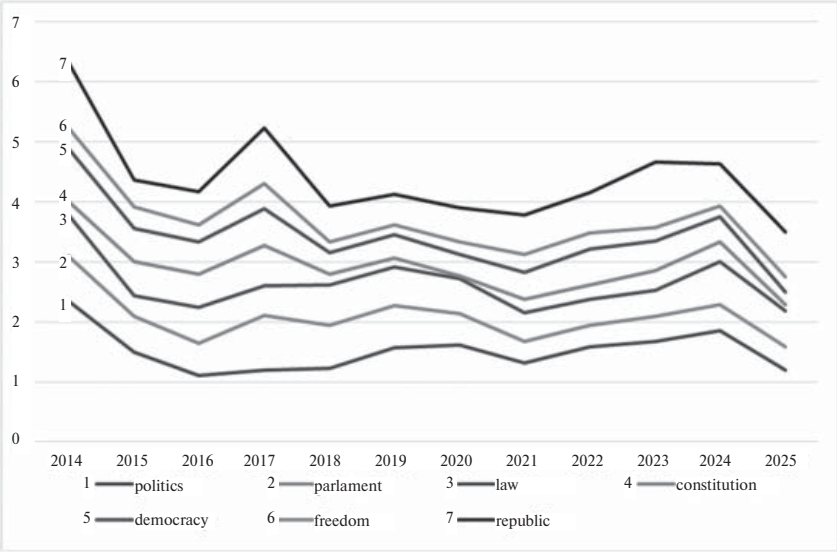


Figure 7. Frequency distribution of institutional politics and regime language discourse

In 2014 all items associated with institutional politics and regime language appear at relatively high levels. In 2015 and 2016 the series declines across the full set. This includes "republic," "democracy," "freedom," "law," "constitution," "parliament," and "politics." A rebound appears in 2017. The increase is most visible for "republic." Between 2018 and 2021 the pattern is more volatile yet it remains lower and more even overall. The year 2021 marks a relatively low point for many items. From 2022 through 2024 the series recovers again. "Republic," "democracy," and "freedom" rise in a stepwise manner. In 2025 a new decline is visible across all items. Taken together the figure indicates that institutional politics and regime language is strong in 2014, weakens in 2015 and 2016, recovers in 2022 through 2024, and then declines again in 2025.

Economic Discourse and Development Language (Economy, Investment, Production, Employment, Development, Budget, Inflation, Interest Rate)

This cluster becomes the new center of gravity after 2020. Fritz W. Scharpf's concept of output legitimacy provides a strong theoretical lens for this period (Scharpf, 1999). As security threats recede, the discourse increasingly reconstructs legitimacy through economic performance and service delivery.

Table 10

Frequency heat map for economic and development language discourse

Word	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
economy	0.74	0.72	0.52	0.66	0.8	0.76	1.14	1.21	1.31	0.79	0.75	0.66
investment	0.24	0.43	0.25	0.19	0.35	0.38	0.52	0.77	0.69	0.49	0.51	0.47
production	0.09	0.09	0.07	0.1	0.11	0.18	0.6	0.74	0.65	0.45	0.24	0.37
employment	0.12	0.14	0.17	0.19	0.25	0.3	0.55	0.8	0.76	0.48	0.43	0.37
development	0.28	0.23	0.27	0.36	0.27	0.2	0.33	0.52	0.61	0.41	0.33	0.33
budget	2.08	0.99	1.1	0.98	1.15	1.02	0.81	0.92	0.86	0.79	0.65	0.79
inflation	0.19	0.1	0.04	0.04	0.03	0.2	0.12	0.21	0.43	0.24	0.29	0.17
interest	0.36	0.26	0.19	0.1	0.11	0.29	0.26	0.31	0.26	0.09	0.01	0.07

"Economy" reaches its peak in 2022 at 1.31. The more striking movement appears in "production" and "employment." "Production" increases roughly fourfold relative to 2014. "Employment" rises even more sharply and peaks in 2021 at roughly six times the 2014 level. Together these patterns document the rhetorical construction of the "Türkiye Economy Model." Rather than foregrounding abstract financial indicators such as interest rates or the stock market, the discourse shifts toward concrete outputs linked to everyday life. It emphasizes jobs, income, and factories. The rising salience of "employment" and "production" functions as a balancing strategy. It counters dissatisfaction generated by economic distress through a growth and development narrative.

"Inflation" is negligible for much of the series and then rises to a peak of 0.43 in 2022. In political rhetoric a problem tends to be named more frequently once it exceeds manageable boundaries. The spike therefore suggests that inflation became difficult to bracket or deflect. It also suggests that the leadership had to recognize it as a primary agenda item. The discourse often frames inflation as the product of external shocks and global crises. It then places the issue within a register of national economic struggle.

"Budget" starts at a very high level in 2014 at 2.08 and falls to 0.79 by 2025. References to "interest rate" nearly disappear in 2024. The decline in budget talk suggests a rhetorical exit from frames associated with fiscal discipline and IMF-indexed policy orientation. Legitimacy is no longer built through balanced-budget language. It is increasingly built through the promise of large investments.

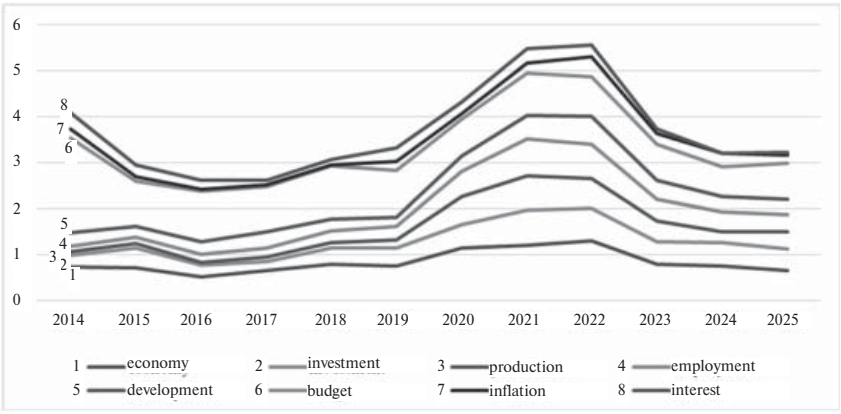


Figure 8. Frequency distribution of economic and development language discourse

"Interest rate" peaks in 2022. "Inflation" reaches its highest levels in the 2021 to 2022 window. At the same time "production" and "employment," which remain relatively muted after 2016, rise rapidly after 2020 and reach a clear peak in 2021 and 2022. This pattern indicates a shift in the center of gravity of economic rhetoric. The discourse moves toward concrete domains of economic activity and it amplifies the production and employment frame. As production, employment, and development become more salient, the economic narrative is built around categories that carry more visible social referents.

"Development" and "budget" also increase strongly after 2020 and peak in 2022. This pattern shows that the economic frame is supported not only through macro indicators but also through an emphasis on growth and public resources. The year 2022 stands out as the point when nearly all items reach their highest levels at the same time. From 2023 onward the series declines across the full set. This includes interest rates, inflation, budget, development, production, and employment. In 2024 and 2025 the pattern becomes more even but it remains below the earlier peak.

“History” Discourse

This cluster captures the temporal dimension of political discourse. It shows how the past is mobilized to legitimize the present.

Table 11

Frequency heat map for history discourse

Word	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
history	1.08	1.6	1.79	1.57	1.69	1.67	1.74	1.56	1.7	1.51	1.71	1.77

Among the 48 concepts tracked in this study, “history” is one of the few items that shows stable and near-linear growth independent of crisis cycles. Its normalized frequency rises from 1.08 in 2014 to 1.77 in 2025. This is a 64 percent increase. The pattern supports the claim that Erdogan’s political style is distinctly historicist. Contemporary political struggles, including episodes such as the Eastern Mediterranean disputes or counterterrorism campaigns, are framed less through present-day constraints and more as continuations of historical confrontation. References such as “Crusader versus Crescent” and “Sèvres versus Lausanne” function as templates for this coding. In this register history is not treated as an academic discipline. It operates as a strategic resource drawn from collective memory and used to structure and dominate present politics.

Taken together the longitudinal analysis across 2014 through 2025 indicates that presidential discourse is not one-dimensional. It cannot be reduced to a single Islamist or nationalist axis. Instead, the results point to a dynamic, adaptive, and multilayered legitimacy framework.

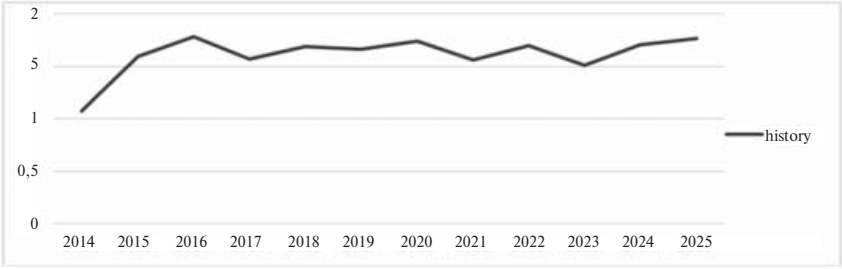


Figure 9. Frequency distribution of history discourse

The "history" series rises stepwise from 2014 through 2016 and reaches its first clear local peak in 2016. A modest decline appears in 2017. The series then increases again between 2018 and 2020 and remains in a relatively high and stable band. A slight decline is visible in 2021. The series rises again in 2022. A small decrease follows in 2023. The pattern turns upward again in 2024 and 2025. The highest level is reached in 2025. Overall, history discourse shows limited volatility. It follows a steady trajectory with mild growth over time.

Taken together, the transformation of discursive hegemony can be summarized in three phases.

Securitized legitimacy (2015–2019): This phase is marked by peaks in terrorism, homeland, martyr, and survival language. Politics is organized around a friend-enemy axis. It is framed through existential threat.

Identity and value legitimacy (structural continuity): Nation, God, and history language forms the discursive backbone. These anchors remain resilient across crises. The leader-public relationship is reinforced through cultural and religious codes.

Performance legitimacy (2020–2025): As named security threats recede, legitimacy work shifts toward delivery and outcomes. Economy, investment, production, and global vision language becomes more central. This phase is framed as governance through action and results.

Overall, the evidence indicates that procedural democracy and institutional oversight language, including parliament and constitution references, weakens in the rhetoric. At the same time, legitimacy is increasingly organized around a plebiscitary leadership model. It rests on a three-part foundation. The foundation is historical mission, national unity, and economic development. The quantitative patterns support this conclusion with strong consistency across measures.

Discussion and Conclusion

This study uses quantitative evidence to trace structural change in Recep Tayyip Erdogan's political discourse across an eleven-year period (2014–2025), spanning the institutional transition to the Presidential Government System. The central finding is that this discourse cannot be reduced to a single ideological line – neither "simply Islamist" nor "simply nationalist." Instead, it operates as a strategically adaptive, multi-register legitimation repertoire: it reweights its emphases as challenges and opportunity structures change, while retaining stable symbolic anchors.

Existing research on heads-of-state discourse tends to cluster around three broad themes: (i) the structural organization of persuasion strategies, (ii) the role of context in shaping rhetorical choices, and (iii) the capacity of leader discourse to generate and sustain legitimacy. Corpus-based comparative work by Abd Aljabar Alkhlel, Mirsaeedi, Mohammed Abbas Alkhateeb, Vaez Dalili (2024), for example, contrasts rhetorical strategies in U.S. presidential speech with European leader rhetoric. Their findings point to shared persuasive repertoires but also to systematic differences in emphasis, suggesting that leader rhetoric is patterned by political and cultural context rather than individual preference alone.

A similar conclusion emerges in Ghasemi (2020), which compares Barack Obama and Hassan Rouhani. While both leaders rely heavily on logos-oriented argumentation, the study suggests that legitimacy-building draws on different reservoirs: universalistic value language in Obama's case, and cultural-historical reference in Rouhani's. In the security domain, Raissouni (2020) argues that "war on terror" discourse is not merely descriptive but constitutive: it can shape public perception through moral and rational foundations that legitimate policy choices. Complementing this line, Al-Khawaldeh, Rababah, Khawaldeh, Banikalef (2023) analyze Joe Biden's inaugural address and emphasize the deliberate construction of strategies such as metaphor, contrast, reference, and intertextuality, designed to operate simultaneously on affective and logical registers. Taken together, these studies support an understanding of leader rhetoric as planned, layered, and context-sensitive.

Work on particular speeches similarly highlights how discourse is engineered to build consent and normalize policy frames. Salman Hummadi, Said, Manan (2019), analyzing Donald Trump's Jerusalem speech through a motivated sequence approach, argue that religious and political references are structurally organized to secure audience alignment. Moving from case studies to large-scale regularities, Ficcadenti, Cerqueti, Ausloos (2019) use text-mining to identify recurring lexical patterns and structural templates in U.S. presidential speeches, interpreting these as evidence of institutionalized rhetorical conventions that reproduce long-run norms and shared values. This broader corpus perspective implies that leader discourse is not ad hoc; it is produced within recognizable constraints and rule-like patterns.

Recent work also underscores the interplay between crisis narration and agenda narration. Hamed and Alqurashi (2025), comparing Trump and Kamala Harris, distinguish conflict-centered crisis narration from agenda-centered vision narration and link these differences to political

positioning. Mohammed (2025) likewise argues that effective leader discourse relies on recurrent tools such as repetition, metaphor, narrative, and inclusive language, with adaptation to historical context and audience expectations as a primary driver of rhetorical success. Finally, Nasakina, Kolisnichenko, Rohalska-Yakubova, Chepelyuk (2020), comparing leaders from the U.S., the United Kingdom, and Ukraine, identify metaphor, repetition, and emphasis as broadly shared persuasive devices across contexts. The implication is that leader discourse is culturally specific in content, yet often trans-contextual in its persuasive mechanics.

Against this literature, the present study adds a longitudinal, normalized account of discursive reweighting in a single leader corpus across major political and security-economic turning points. Before turning to interpretation, it is important to foreground several high-magnitude shifts that make the trajectory empirically visible. First, lexical richness increases rather than simplifies: when normalized through strict downsampling to control for text length, the Guiraud Index (a lexical diversity proxy) rises from 64.45 in 2014 to a peak of 91.03 in 2018 and remains high at 87.06 in 2025. Second, the securitized lexicon concentrates sharply around 2016: "terrorism" rises from 1.82 (2015) to 4.06 (2016), while "homeland" increases from 0.32 (2014) to 1.14 (2016) and "martyr" from 0.40 (2014) to 1.46 (2016). Third, people-centrism is structurally persistent: "nation" rises from 4.29 (2014) to 6.96 (2017) and remains elevated at 5.38 in 2025. Finally, procedural-institutional language weakens markedly across the series: "democracy" falls from 0.88 (2014) to 0.21 (2025), and "parliament" declines from its 2017 peak (0.91) to 0.39 in 2025. These are not marginal movements; they constitute the quantitative backbone of the argument.

On this basis, the findings support three substantive conclusions. First, the 2015–2019 period aligns with core claims in securitization theory. The exceptional concentration of counterterrorism and survival markers in 2016 indicates a shift into existential crisis governance following the July 15, 2016 coup attempt and the 2015–2016 "trench" conflict episodes. Legitimacy is constructed through protective leadership, in which threat narration and unity narration become mutually reinforcing. The subsequent decline of named-enemy markers after 2020 suggests that securitization here functions as a contingent legitimacy strategy rather than a permanently dominant regime feature.

Second, the post-2020 rise of economy, production, and investment language indicates a shift toward output-based legitimacy. The 2020–

2022 interval is the period when economic discourse becomes hegemonic: synchronized increases in interest rate, inflation, budget, development, production, and employment references show that the economic frame gains discursive priority. In the same interval, global system and Western reference language intensifies most clearly in 2022, suggesting that economic contention is narrated through an international positioning register (global system, global vision, and episodic disputes). In this configuration, consent is stabilized through delivery, performance, and development rhetoric rather than through continuous emergency governance.

Third, and most consistently, nation, God, and history operate as high-frequency anchors across the full series. These discourse constants remain resilient across terrorism, pandemic, and economic cycles. The persistence of "nation" at elevated levels after the 2017 referendum period, together with the steady rise of historicist coding (history increasing from 1.08 in 2014 to 1.77 in 2025), indicates that legitimacy is repeatedly grounded in collective identity, theological resonance, and historical mission claims. In practice, these anchors provide continuity when the center of gravity shifts from securitized to performance-oriented legitimation. The concurrent weakening of procedural-democratic and parliamentary vocabulary is also consistent with a rhetorical re-centering that accompanies institutional reconfiguration under the Presidential Government System.

Taken together, the 3.3-million-word corpus does not support a model of a single ideological axis or a linear trajectory. Instead, it supports a cyclical model of discursive reweighting: security peaks in 2016, economic performance becomes dominant in 2020–2022, and global reference language concentrates in 2022. At the same time, lexical richness rises and then stabilizes at a high level, running against the common "simplification" claim about populist leader language. The broader implication is that Erdogan's rhetorical strength lies less in maintaining one consistent frame and more in mobilizing an adaptive legitimacy framework – security-centered in acute crisis, developmentalist under economic stress, and nationally anchored across periods – while gradually reducing the centrality of procedural-democratic and institutional oversight vocabulary.

This study contributes to the political communication and discourse analysis literature by demonstrating, with longitudinal and normalized measures, that legitimacy work can be both structurally anchored and contextually elastic. It also helps connect two literatures that are often

treated separately: securitization scholarship focused on crisis peaks, and populism scholarship emphasizing durable people-centrism. The data suggest that these operate as an integrated repertoire rather than as mutually exclusive rhetorical regimes.

Примечания

[1] В ночь на 15 июля 2016 г. группа военнослужащих Вооруженных сил Турции предприняла попытку свержения демократически избранного правительства. Согласно официальной версии Министерства иностранных дел Турецкой Республики, путчисты использовали танки, истребители и вертолеты, пытаясь захватить ключевые объекты в Анкаре и Стамбуле. В Анкаре под удар попало несколько государственных учреждений, включая Великое национальное собрание Турции и президентский комплекс. Официальный нарратив приписывает попытку Террористической организации фетхуллахистов (*FETÖ*). Сообщается о 251 погибшем и более чем 2000 раненых среди мирного населения. Попытка провалилась благодаря антипутчистской позиции значительной части командования, действиям сил безопасности и массовому гражданскому сопротивлению. См.: Çavuşoğlu M. (2021) "Why Should We Fight Against FETO Resolutely?" *Republic of Türkiye Ministry of Foreign Affairs*. Available at: https://www.mfa.gov.tr/sayin-bakanimizin-neden-feto-ile-kararlilikla-mucadele-etmeliyiz-baslikli-makalesi.en.mfa (accessed: 03.01.2026); Çavuşoğlu M. (2022) "Terrorism has no nationality, ethnicity nor religion. FETO threatens humanity as a whole." *Republic of Türkiye Ministry of Foreign Affairs*. Available at: https://www.mfa.gov.tr/sayin-bakanimizin-terorun-milliyeti-etnik-kokeni-veya-dini-yoktur--feto-tum-insanligi-tehdit-ediyor-baslikli-makalesi.en.mfa (accessed: 03.01.2026); Statement On The Foiled Coup Attempt. *Turkish Consulate General in Jerusalem*. 17.07.2016. Available at: https://jerusalem-cg.mfa.gov.tr/Mission/ShowAnnouncement/308836 (accessed: 03.01.2026).

[2] Со второй половины 2015 по 2016 г. в некоторых городах на юго-востоке Турции происходили интенсивные столкновения, известные в обществе как *hendek olayları* (события вокруг траншей). В решениях, обобщенных Конституционным судом Турции, РПК описывается как партия, роющая траншеи на улицах, возводящая баррикады и минирующая их, т. е. пытающаяся установить фактический контроль в отдельных районах под лозунгом «самоуправления». Министерство внутренних дел Турецкой Республики и другие органы власти сообщают, что в отдельных населенных пунктах вводился комендантский час для защиты гражданских лиц и восстановления порядка и что проводились операции по устранению траншей и баррикад. Подчеркивается, что операции длились месяцами; сообщается о значительных потерях среди сил безопасности и уничтожении большого количества взрывчатых веществ. Агрегированная статистика жертв в связи с атаками начиная с 22 июля 2015 г. доводилась до общественности через заявления министерств. См.: Constitutional Court of the Republic of Türkiye (Anayasa Mahkemesi), decision of 23 May 2018, individual application no. 2016/29411. Available at: https://kararlarbilgibankasi.anayasa.gov.tr/BB/2016/29411 (accessed: 03.01.2026); Constitutional Court of the Republic of Türkiye, decision of 14 December 2023, individual application no. 2019/38701. Available at: https://kararlarbilgibankasi.anayasa.gov.tr/BB/2019/38701 (accessed: 03.01.2026).

[3] В правовой и политической системе безопасности Турции РПК официально признана террористической организацией и рассматривается как один из главных

источников политического насилия и внутренней угрозы безопасности для турецкого государства.

Библиография

Abd Aljabar Alkhlel R. M., Mirsaeedi A., Mohammed Abbas Alkhateeb M., Vaez Dalili M. (2024) Power of Persuasion: Analysis of U.S. Presidents' and European Leaders' Discourse. *Journal of New Trends in English Language Learning (JNTELL)* 3 (3).

Al-Khawaldeh N. N., Rababah L. M., Khawaldeh A. F., Banikalef A. A. (2023) The Art of Rhetoric: Persuasive Strategies in Biden's Inauguration Speech: A Critical Discourse Analysis. *Humanities and Social Sciences Communications* 10: 936. DOI: 10.1057/s41599-023-02450-y.

Asad T. (2018) *Secular Translations: Nation-State, Modern Self, and Calculative Reason*. New York: Columbia University Press.

Balzacq T. (2011) *Securitization Theory: How Security Problems Emerge and Dissolve*. London: Routledge.

Bonansinga D., Kielty B. (2025) The Role of Insecurity in Left Populist Ideology: A Review of Podemos. *Political Studies Review* 23 (4): 1083–1093. DOI: 10.1177/14789299251326156.

Bos L., Brants K. (2014) Populist Rhetoric in Politics and Media: A Longitudinal Study of the Netherlands. *European Journal of Communication* 29 (6): 703–719. DOI: 10.1177/0267323114545709.

Buzan B., Wæver O., de Wilde J. (1998) *Security: A New Framework for Analysis*. Boulder: Lynne Rienner Publishers.

De Vreese C. H., Esser F., Aalberg T., Reinemann C., Stanyer J. (2018) Populism as an Expression of Political Communication Content and Style: A New Perspective. *The International Journal of Press/Politics* 23 (4): 423–438. DOI: 10.1177/1940161218790035.

Dunmire P. L. (2012) Political Discourse Analysis: Exploring the Language of Politics and the Politics of Language. *Language and Linguistics Compass* 6 (11): 735–751. DOI: 10.1002/lnc3.365.

Ficcadenti V., Cerqueti R., Ausloos M. (2019) A Joint Text Mining-Rank Size Investigation of the Rhetoric Structures of the U.S. Presidents' Speeches. *Expert Systems with Applications* 123: 127–142. DOI: 10.1016/j.eswa.2018.12.049.

Fowobaje K. R., Mashood L. O., Ekholuenetale M., Ibidoja O. J. (2022) Qualitative Content Analysis of Nigerian Heads-of-State and Presidents' Inaugural Addresses: Text Mining, Topic Modelling and Sentiment Analysis. *SN Social Sciences* 2 (12): 279. DOI: 10.1007/s43545-022-00570-x.

Ghasemi F. (2020) Persuasive Language in Presidential Speeches: A Contrastive Study Based on Aristotelian Rhetoric. *Buckingham Journal of Language and Linguistics* 12: 19–38. DOI: 10.5750/bjll.v12i.1872.

Hamed D. M., Alqurashi N. (2025) Impact vs. Vision: A Critical Discourse Analysis of Trump and Harris' Leadership Rhetoric in the 2024 Presidential

Election. *Frontiers in Communication* 10: 1541513. DOI: 10.3389/fcomm.2025.1541513.

Kujanen M., Koskimaa V., Raunio T. (2024) President's Constitutional Powers and Public Activism: A Focused Analysis of Presidential Speeches under Finland's Two Presidencies. *Comparative European Politics* 22 (5): 594–615. DOI: 10.1057/s41295-023-00375-z.

Kurylo B. (2020) The Discourse and Aesthetics of Populism as Securitisation Style. *International Relations* 36 (1): 127–147. DOI: 10.1177/0047117820973071.

Kyriazi A. (2026) Framing the EU Polity: How Commission Presidents Address Crises and Shape the Union. *Journal of European Integration* 48 (1): 23–43. DOI: 10.1080/07036337.2025.2476472.

Laclau E. (2018) *On Populist Reason*. Reprint edition. London: Verso.

Lamour C., Carls P. (2022) When COVID-19 Circulates in Right-Wing Populist Discourse: the Contribution of a Global Crisis to European Meta-Populism at the Cross-Border Regional Scale. *Journal of Contemporary European Studies*: 1–14. DOI: 10.1080/14782804.2022.2051001.

Magcamit M. I., Arugay A. A. (2024) Explaining Populist Securitization and Rodrigo Duterte's Anti-Establishment Philippine Foreign Policy. *International Affairs* 100 (5): 1877–1897. DOI: 10.1093/ia/iiad248.

Mahmood S. (2016) *Religious Difference in a Secular Age: A Minority Report*. Princeton: Princeton University Press.

Messini S. (2025) Populist Political Communication on Instagram in the 2024 European Elections. *Media and Communication* 13: 10614. DOI: 10.17645/mac.10614.

Moffitt B. (2016) *The Global Rise of Populism: Performance, Political Style, and Representation*. Stanford: Stanford University Press. DOI: 10.2307/j.ctvqsdsd8.

Mohammed E. O. (2025) Persuasive Rhetoric in Public Speaking: A Discourse Analysis of Influential Leaders. *International Journal of Research in English* 7 (1): 598–611. DOI: 10.33545/26648717.2025.v7.i1j.395.

Montagna N. (2023) Quarantine Ships as Spaces of Bordering: The Securitization of Migration Policy in Italy during the COVID-19 Pandemic. *International Migration Review* 58 (2): 499–521. DOI: 10.1177/01979183231154560.

Motinyane M. (2025) Performing the State: Continuity and Change in Ramaphosa's Discursive Construction of Nationhood (2018–2025). *Cogent Arts & Humanities* 12 (1): 2584411. DOI: 10.1080/23311983.2025.2584411.

Mudde C. (2004) The Populist Zeitgeist. *Government and Opposition* 39 (4): 541–563. DOI: 10.1111/j.1477-7053.2004.00135.x.

Mudde C., Kaltwasser C. R. (2017) *Populism: A Very Short Introduction*. Oxford: Oxford University Press.

Müller J.-W. (2016) *What Is Populism?* Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

Nasakina S. V., Kolisnichenko N., Rohalska-Yakubova I. I., Chepelyuk N. I. (2020) Rhetoric Strategies in the Presidents' Speeches: Ukrainian versus

English. *Arab World English Journal (AWEJ) Special Issue on English in Ukrainian Context*: 330–341. DOI: 10.24093/awej/elt3.27.

O'Reilly C. (2008) Primetime Patriotism: News Media and the Securitization of Iraq. *Journal of Politics and Law* 1 (3): 66–72. DOI: 10.5539/jpl.v1n3p66.

Papathanassopoulos S., Giannouli I. (2025) Political Communication in the Age of Platforms. *Encyclopedia* 5 (2): 77. DOI: 10.3390/encyclopedia5020077.

Raissouni I. (2020) The Language of American Political Discourse: Aristotle's Rhetorical Appeals as Manifested in Bush's and Obama's Speeches on the War on Terror. *International Journal of Linguistics, Literature and Culture* 6 (4): 38–48. DOI: 10.21744/ijllc.v6n4.904.

Rossi F. M. (2019) Conceptualising and Tracing the Increased Territorialisation of Politics: Insights from Argentina. *Third World Quarterly* 40 (4): 815–837. DOI: 10.1080/01436597.2018.1465815.

Salman Hummadi A., Binti M. Said S., Bin A. Manan A. (2019) Persuasive Organizational Patterns and Rhetorical Arguments in Donald Trump's Policy Speech on Jerusalem. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation* 23 (2): 964–982.

Scharpf F. W. (1999) *Governing in Europe: Effective and Democratic?* Oxford: Oxford University Press.

Schenkel M. (2024) Health Emergencies, Science Contrarianism and Populism: A Scoping Review. *Social Science & Medicine* 346: 116691. DOI: 10.1016/j.socscimed.2024.116691.

Schmitt C. (2005) *Political Theology: Four Chapters on the Concept of Sovereignty*. Chicago: University of Chicago Press.

Schmitt C. (2007) *The Concept of the Political: Expanded Edition*. Chicago: University of Chicago Press.

Sikanku G. E. (2022) Presidential Discourse, the Public and Recurring Themes: A Political Communication Analysis of the 2019 State of the Nation Address in Ghana. *Communication and the Public* 7 (4): 176–187. DOI: 10.1177/20570473221129652.

Stritzel H. (2014) *Security in Translation: Securitization Theory and the Localization of Threat*. London: Palgrave Macmillan.

Szalay A., Rakovics Z. (2025) Tuned to Fear: Analyzing Viktor Orb n's State of the Nation Addresses, Focusing on the Enemy Images Identified in the National Consultation. *Intersections. East European Journal of Society and Politics* 11 (1): 165–184. DOI: 10.17356/ieejsp.v11i1.1226.

Van Aelst P., Sheafer T., Stanyer J. (2011) The Personalization of Mediated Political Communication: A Review of Concepts, Operationalizations and Key Findings. *Journalism* 13 (2): 203–220. DOI: 10.1177/1464884911427802.

Van Dijk T. A. (1993) Principles of Critical Discourse Analysis. *Discourse & Society* 4 (2): 249–283. DOI: 10.1177/0957926593004002006.

Wodak R. (2020) *The Politics of Fear: The Shameless Normalization of Far-Right Discourse*. 2nd ed. London: SAGE Publications.

Wojczewski T. (2020) "Enemies of the People": Populism and the Politics of (In)security. *European Journal of International Security* 5 (1): 5–24. DOI: 10.1017/eis.2019.23.

Notes

On the night of July 15, 2016, a faction within the Turkish Armed Forces attempted to overthrow Türkiye's democratically elected government. According to the official account of the Ministry of Foreign Affairs of the Republic of Türkiye, the putschists used tanks, fighter aircraft, and helicopters while trying to seize key locations in Ankara and Istanbul. The same account reports that several state institutions were targeted in Ankara, including the Grand National Assembly of Türkiye and the presidential complex. This official narrative attributes the attempt to the Fetullahist Terrorist Organization (FETÖ). It also reports 251 civilian deaths and more than 2,000 injuries. The attempt failed amid an anti-coup stance across much of the chain of command, intervention by security forces, and large-scale civilian resistance. See: Çavuşoğlu M. (2021) "Why Should We Fight Against FETO Resolutely?" *Republic of Türkiye Ministry of Foreign Affairs*. Available at: https://www.mfa.gov.tr/sayin-bakanimizin-neden-feto-ile-kararlilikla-mucadele-etmeliyiz-baslikli-makalesi.en.mfa (accessed: 03.01.2026); Çavuşoğlu M. (2022) "Terrorism has no nationality, ethnicity nor religion. FETO threatens humanity as a whole." *Republic of Türkiye Ministry of Foreign Affairs*. Available at: https://www.mfa.gov.tr/sayin-bakanimizin-terorun-milliyeti-etnik-kokeni-veya-dini-yoktur--feto-tum-insanligi-tehdit-ediyor-baslikli-makalesi.en.mfa (accessed: 03.01.2026); Statement On The Foiled Coup Attempt. *Turkish Consulate General in Jerusalem*. 17.07.2016. Available at: https://jerusalem-cg.mfa.gov.tr/Mission/ShowAnnouncement/308836 (accessed: 03.01.2026).

From the second half of 2015 through 2016, several urban centers in southeastern Türkiye experienced intense clashes that are widely referred to in public debate as the "hendek olayları." In decisions summarized by the Constitutional Court of Türkiye, the PKK is described as digging trenches in streets and avenues. It also erected barricades and rigged them with explosives. The same summaries note efforts to establish de facto control in some neighborhoods under the label of "self-rule." The Ministry of Interior of the Republic of Türkiye and other public authorities report that curfews were imposed in selected localities to protect civilians and to restore public order. They also state that security operations were conducted to remove trenches and barricades. This account emphasizes that the operations lasted for months. It reports significant security force casualties and the destruction of large quantities of explosives. It also notes that aggregated casualty and injury statistics related to attacks from July 22, 2015 onward were communicated to the public through ministry statements. See: Constitutional Court of the Republic of Türkiye (Anayasa Mahkemesi), decision of 23 May 2018, individual application no. 2016/29411. Available at: https://kararlarbilgibankasi.anayasa.gov.tr/BB/2016/29411 (accessed: 03.01.2026); Constitutional Court of the Republic of Türkiye, decision of 14 December 2023, individual application no. 2019/38701. Available at: https://kararlarbilgibankasi.anayasa.gov.tr/BB/2019/38701 (accessed: 03.01.2026).

In Türkiye's legal and security policy framework, the PKK is formally designated as a terrorist organization and is treated as one of the foremost sources of political violence and internal security threat confronting the Turkish state.

References

Abd Aljabar Alkhlel R. M., Mirsaeedi A., Mohammed Abbas Alkhateeb M., Vaez Dalili M. (2024) Power of Persuasion: Analysis of U.S. Presidents' and European Leaders' Discourse. *Journal of New Trends in English Language Learning (JNTELL)* 3 (3).

Al-Khawaldeh N. N., Rababah L. M., Khawaldeh A. F., Banikalef A. A. (2023) The Art of Rhetoric: Persuasive Strategies in Biden's Inauguration Speech: A Critical Discourse Analysis. *Humanities and Social Sciences Communications* 10: 936. DOI: 10.1057/s41599-023-02450-y.

Asad T. (2018) *Secular Translations: Nation-State, Modern Self, and Calculative Reason*. New York: Columbia University Press.

Balzacq T. (2011) *Securitization Theory: How Security Problems Emerge and Dissolve*. London: Routledge.

Bonansinga D., Kielty B. (2025) The Role of Insecurity in Left Populist Ideology: A Review of Podemos. *Political Studies Review* 23 (4): 1083–1093. DOI: 10.1177/14789299251326156.

Bos L., Brants K. (2014) Populist Rhetoric in Politics and Media: A Longitudinal Study of the Netherlands. *European Journal of Communication* 29 (6): 703–719. DOI: 10.1177/0267323114545709.

Buzan B., Wæver O., de Wilde J. (1998) *Security: A New Framework for Analysis*. Boulder: Lynne Rienner Publishers.

De Vreese C. H., Esser F., Aalberg T., Reinemann C., Stanyer J. (2018) Populism as an Expression of Political Communication Content and Style: A New Perspective. *The International Journal of Press/Politics* 23 (4): 423–438. DOI: 10.1177/1940161218790035.

Dunmire P. L. (2012) Political Discourse Analysis: Exploring the Language of Politics and the Politics of Language. *Language and Linguistics Compass* 6 (11): 735–751. DOI: 10.1002/lnc3.365.

Ficcadenti V., Cerqueti R., Ausloos M. (2019) A Joint Text Mining-Rank Size Investigation of the Rhetoric Structures of the U.S. Presidents' Speeches. *Expert Systems with Applications* 123: 127–142. DOI: 10.1016/j.eswa.2018.12.049.

Fowobaje K. R., Mashood L. O., Ekholuenetale M., Ibidoja O. J. (2022) Qualitative Content Analysis of Nigerian Heads-of-State and Presidents' Inaugural Addresses: Text Mining, Topic Modelling and Sentiment Analysis. *SN Social Sciences* 2 (12): 279. DOI: 10.1007/s43545-022-00570-x.

Ghasemi F. (2020) Persuasive Language in Presidential Speeches: A Contrastive Study Based on Aristotelian Rhetoric. *Buckingham Journal of Language and Linguistics* 12: 19–38. DOI: 10.5750/bjll.v12i.1872.

Hamed D. M., Alqurashi N. (2025) Impact vs. Vision: A Critical Discourse Analysis of Trump and Harris' Leadership Rhetoric in the 2024 Presidential Election. *Frontiers in Communication* 10: 1541513. DOI: 10.3389/fcomm.2025.1541513.

Kujanen M., Koskimaa V., Raunio T. (2024) President's Constitutional Powers and Public Activism: A Focused Analysis of Presidential Speeches under

Finland's Two Presidencies. *Comparative European Politics* 22 (5): 594–615. DOI: 10.1057/s41295-023-00375-z.

Kurylo B. (2020) The Discourse and Aesthetics of Populism as Securitisation Style. *International Relations* 36 (1): 127–147. DOI: 10.1177/0047117820973071.

Kyriazi A. (2026) Framing the EU Polity: How Commission Presidents Address Crises and Shape the Union. *Journal of European Integration* 48 (1): 23–43. DOI: 10.1080/07036337.2025.2476472.

Laclau E. (2018) *On Populist Reason*. Reprint edition. London: Verso.

Lamour C., Carls P. (2022) When COVID-19 Circulates in Right-Wing Populist Discourse: the Contribution of a Global Crisis to European Meta-Populism at the Cross-Border Regional Scale. *Journal of Contemporary European Studies*: 1–14. DOI: 10.1080/14782804.2022.2051001.

Magcamit M. I., Arugay A. A. (2024) Explaining Populist Securitization and Rodrigo Duterte's Anti-Establishment Philippine Foreign Policy. *International Affairs* 100 (5): 1877–1897. DOI: 10.1093/ia/iiad248.

Mahmood S. (2016) *Religious Difference in a Secular Age: A Minority Report*. Princeton: Princeton University Press.

Messini S. (2025) Populist Political Communication on Instagram in the 2024 European Elections. *Media and Communication* 13: 10614. DOI: 10.17645/mac.10614.

Moffitt B. (2016) *The Global Rise of Populism: Performance, Political Style, and Representation*. Stanford: Stanford University Press. DOI: 10.2307/j.ctvqsdsd8.

Mohammed E. O. (2025) Persuasive Rhetoric in Public Speaking: A Discourse Analysis of Influential Leaders. *International Journal of Research in English* 7 (1): 598–611. DOI: 10.33545/26648717.2025.v7.i1j.395.

Montagna N. (2023) Quarantine Ships as Spaces of Bordering: The Securitization of Migration Policy in Italy during the COVID-19 Pandemic. *International Migration Review* 58 (2): 499–521. DOI: 10.1177/01979183231154560.

Motinyane M. (2025) Performing the State: Continuity and Change in Ramaphosa's Discursive Construction of Nationhood (2018–2025). *Cogent Arts & Humanities* 12 (1): 2584411. DOI: 10.1080/23311983.2025.2584411.

Mudde C. (2004) The Populist Zeitgeist. *Government and Opposition* 39 (4): 541–563. DOI: 10.1111/j.1477-7053.2004.00135.x.

Mudde C., Kaltwasser C. R. (2017) *Populism: A Very Short Introduction*. Oxford: Oxford University Press.

Müller J.-W. (2016) *What Is Populism?* Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

Nasakina S. V., Kolisnichenko N., Rohalska-Yakubova I. I., Chepelyuk N. I. (2020) Rhetoric Strategies in the Presidents' Speeches: Ukrainian versus English. *Arab World English Journal (AWEJ) Special Issue on English in Ukrainian Context*: 330–341. DOI: 10.24093/awej/elt3.27.

O'Reilly C. (2008) Primetime Patriotism: News Media and the Securitization of Iraq. *Journal of Politics and Law* 1 (3): 66–72. DOI: 10.5539/jpl.v1n3p66.

Papathanassopoulos S., Giannouli I. (2025) Political Communication in the Age of Platforms. *Encyclopedia* 5 (2): 77. DOI: 10.3390/encyclopedia5020077.

Raissouni I. (2020) The Language of American Political Discourse: Aristotle's Rhetorical Appeals as Manifested in Bush's and Obama's Speeches on the War on Terror. *International Journal of Linguistics, Literature and Culture* 6 (4): 38–48. DOI: 10.21744/ijllc.v6n4.904.

Rossi F. M. (2019) Conceptualising and Tracing the Increased Territorialisation of Politics: Insights from Argentina. *Third World Quarterly* 40 (4): 815–837. DOI: 10.1080/01436597.2018.1465815.

Salman Hummadi A., Binti M. Said S., Bin A. Manan A. (2019) Persuasive Organizational Patterns and Rhetorical Arguments in Donald Trump's Policy Speech on Jerusalem. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation* 23 (2): 964–982.

Scharpf F. W. (1999) *Governing in Europe: Effective and Democratic?* Oxford: Oxford University Press.

Schenkel M. (2024) Health Emergencies, Science Contrarianism and Populism: A Scoping Review. *Social Science & Medicine* 346: 116691. DOI: 10.1016/j.socscimed.2024.116691.

Schmitt C. (2005) *Political Theology: Four Chapters on the Concept of Sovereignty*. Chicago: University of Chicago Press.

Schmitt C. (2007) *The Concept of the Political: Expanded Edition*. Chicago: University of Chicago Press.

Sikanku G. E. (2022) Presidential Discourse, the Public and Recurring Themes: A Political Communication Analysis of the 2019 State of the Nation Address in Ghana. *Communication and the Public* 7 (4): 176–187. DOI: 10.1177/20570473221129652.

Stritzel H. (2014) *Security in Translation: Securitization Theory and the Localization of Threat*. London: Palgrave Macmillan.

Szalay A., Rakovics Z. (2025) Tuned to Fear: Analyzing Viktor Orb n's State of the Nation Addresses, Focusing on the Enemy Images Identified in the National Consultation. *Intersections. East European Journal of Society and Politics* 11 (1): 165–184. DOI: 10.17356/ieejsp.v11i1.1226.

Van Aelst P., Sheafer T., Stanyer J. (2011) The Personalization of Mediated Political Communication: A Review of Concepts, Operationalizations and Key Findings. *Journalism* 13 (2): 203–220. DOI: 10.1177/1464884911427802.

Van Dijk T. A. (1993) Principles of Critical Discourse Analysis. *Discourse & Society* 4 (2): 249–283. DOI: 10.1177/0957926593004002006.

Wodak R. (2020) *The Politics of Fear: The Shameless Normalization of Far-Right Discourse*. 2nd ed. London: SAGE Publications.

Wojczewski T. (2020) "Enemies of the People": Populism and the Politics of (In)security. *European Journal of International Security* 5 (1): 5–24. DOI: 10.1017/eis.2019.23.

Поступила в редакцию
20.02.2026

ДИСКУССИЯ

Гавра Дмитрий Петрович, доктор социологических наук, профессор кафедры связей с общественностью в бизнесе, Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций», Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург, Россия; e-mail: d.gavra@spbu.ru, ORCID 0000-0002-6536-9277

Быкова Елена Владимировна, доктор филологических наук, профессор кафедры связей с общественностью в бизнесе, Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций», Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург, Россия; e-mail: e.bykova@spbu.ru, ORCID 0000-0003-3842-8419

СЕРИАЛЬНЫЙ МЕДИАФОРМАТ В ЦИФРОВОЙ МЕДИАИНДУСТРИИ: ОПРЕДЕЛЕНИЕ, БАЗОВЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ И ТИПОЛОГИЯ

В статье в оборот научного направления «Медиакоммуникации и журналистика» вводится понятие «сериальный медиаформат» . Авторы выявляют предпосылки его экспансии во все виды коммуникационной продукции в платформенном обществе: адаптивность к алгоритмам контентного планирования, гиперперсонализация, бюджетирование времени и микропланирование внимания, снижение усталости от необходимости делать выбор, социальная синхронизация, монетизация контента, создание трансмедийных миров, формирование привязанностей, психологическая защита, нишевая микросериальность. На основании теоретического обзора научных публикаций российских и зарубежных медиаисследователей последнего десятилетия выводится авторское определение сериального медиаформата, даются его базовые характеристики (итерация/вариация, открытость/незавершенность, сегментация, паратекстуальность, имплицитные контрактные отношения). На основании анализа современного медиаконтента предлагается типология современных сериальных медиаформатов и обозначается перспектива их дальнейшего исследования в российской медиасреде.

***Ключевые слова**: сериальный медиаформат, цифровая медиаиндустрия, платформенное общество, медиааудитории, цифровая усталость, паратекстуальность, трансмедийные миры.*

Как цитировать: *Гавра Д. П., Быкова Е. В.* Сериальный медиаформат в цифровой медиаиндустрии: определение, базовые характеристики и типология // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2026. № 3. С. 70–90. DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.3.2026.7090

Dmitry P. Gavra, Doctor of Sociology, Professor at the Department of Public Relations in Business, Higher School of Journalism and Mass Communications, Saint Petersburg State University, Saint Petersburg, Russia; e-mail: d.gavra@spbu.ru, ORCID 0000-0002-6536-9277

Elena V. Bykova, Doctor of Philology, Professor at the Department of Public Relations in Business, Higher School of Journalism and Mass Communications, Saint Petersburg State University, Saint Petersburg, Russia; e-mail: e.bykova@spbu.ru, ORCID 0000-0003-3842-8419

SERIAL MEDIA FORMAT IN THE DIGITAL MEDIA INDUSTRY: DEFINITION, BASIC CHARACTERISTICS, AND TYPOLOGY

The review article introduces the concept of "serial media format" into the academic field of "Media Communications and Journalism." The authors outline the theoretical foundations and prerequisites for the expansion of serial media formats in the platform society across all types of communication products (adaptability to content planning algorithms, hyper-personalization, time budgeting and micro-planning of attention, reduced choice fatigue, social synchronization, content monetization, the creation of transmedia worlds, the formation of attachments, psychological defense, and niche microseriality). Based on a theoretical review of academic publications by Russian and international media researchers of the last decade, the authors develop a definition of the serial media format and provide its basic characteristics (iteration/variation, openness/incompleteness, segmentation, paratextuality, implicit contractual relationships). Based on an analysis of contemporary media content, the article proposes a typology of modern serial media formats and outlines prospects for their further research in the Russian media space.

***Key words**: serial media format, digital media industry, platform society, media audiences, digital fatigue, paratextuality, transmedia worlds.*

To cite this article: Gavra D. P., Bykova E. V. (2026) Serial'nyj mediaformat v tsifrovoj mediaindustrii: opredelenie, bazovye kharakteristiki i tipologiya [Serial media format in the digital media industry: definition, basic characteristics, and typology]. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika 3*: 70–90. DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.3.2026.7090

DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.3.2026.7090

Введение

Сегодня медиатизированное общество подчинилось цифровой инфраструктуре, что выражается в растущей по экспоненте зависимости человека от алгоритмов работы на цифровых платформах, которые управляют восприятием. Постоянный мониторинг ленты новостей создает иллюзию необходимости постоянно находиться

в курсе событий и порождает усталость от непрерывного присутствия в инфополе, которая выражается в участившейся практике избегания новостей, отписок от новостных каналов, в которых информация обновляется поминутно. «Наиболее распространенными причинами избегания новостей являются их негативное влияние на настроение (36,4% от всех избегающих), избыток контента о политике (26,5%), усталость от новостей (26,1%) и недоверие к медиасообщениям (25,3%). Эмоциональные издержки потребления новостей многократно упоминаются и в материалах интервью. При этом ограничение просмотра информационного контента позиционируется как форма заботы о себе, действие, направленное на поддержание ментального здоровья. Сам эмоциональный опыт потребления негативных новостей часто описывается в духе терапевтической культуры как нуждающееся в "ремонте" отклонение, которое можно воспринимать как болезнь» (Казун, 2025: 75). Об этом свидетельствует и речевая практика общества: так, по версии Оксфордского словаря, словом 2024 года стало гниение мозга (*Brain Rot*) как следствие цифровых перегрузок. Поиск негативного контента, который получил название думскроллинга, объясняет тот факт, что слово «тревожность» сегодня, в 2025 г., лидирует в проекте «Слово года». Исследователи социологии журналистики отмечают, что такой новостной или информационный эскапизм имеет глобальную тенденцию: «В настоящее время этот феномен имеет смысл рассматривать скорее как следствие общего тренда к цифровизации медиапотребления, а не как явление, обусловленное специфическим культурным или ситуационным контекстом» (Казун, 2025: 85). Можно сказать, что травма становится все более «медиатизированной» (Вырковский, 2024: 139).

Таким образом формируется социальный запрос на другие формы коммуникации, которые дают возможность целенаправленно и осознанно управлять несинхронным характером современной повседневной жизни в плывущей нормальности.

В качестве ответа на этот социальный запрос в медиаполе актуализируется такой проверенный и эффективный формат, как понимаемый в широком смысле сериал, который сегодня вобрал в себя кино, компьютерные игры, рекламу, книжную продукцию, влоги на стриминговых платформах и другие виды коммуникационного продукта, даже новостной контент сегодня принимает формат сериальности. Сериальная подача контента становится

медийным феноменом и инструментом массовой культуры со значительным социальным влиянием. Сериальность форматирует практики медиапотребления, имплицитно влияет на динамику мировосприятия и ценности и одновременно защищает психику аудиторий от цифровых перегрузок быстрого мира.

Кумулятивный эффект сериала как особого медиаформата сегодня распространяется практически на все виды коммуникационной продукции. Блогеры ведут свои каналы, выпуская видеоматериалы порциями в одинаковой стилистике на определенную проблематику, анимационные фильмы развивают успех, продолжая повествование, рекламные материалы принимают сериальный медиаформат. Сериал вписывается в повседневный ритм жизни человека, в его распорядок дня: сериал состоит из некоего большого нарратива, который разделен на серии длительностью 40–60 минут. Кроме того, аудиторию непрерывно сопровождают рекламные минисериалы. Если прежде было принято сравнивать жизнь человека с книгой (новая/последняя глава жизни, эпилог, открытая книга, недописанная страница, чистый лист), то сегодня, во время доминирования цифрового видеоконтента, жизнь человека сравнивается с сериалом.

Цель настоящей статьи – ввести в научный оборот понятие сериального медиаформата, дать его характеристики, предложить типологию и определить сферы распространения.

История вопроса. Понятие сериального медиаформата

Прежде чем дать характеристику феномену сериализации, обратимся к категории медиаформата. В словаре «Отечественная теория медиа. Основные понятия. Словарь» медиаформат определяется как «совокупность содержательно-стилевых характеристик, присущих конкретному медиа (в том числе СМИ) или отдельным единицам контента» (Вартанова (ред.), 2019: 164). Развивая это определение применительно к платформенному обществу в условиях глубокой медиатизации (Гавра, Акимович, Ачкасова, Балахонская и др., 2025) в логике общей теории медиа, нельзя не согласиться с тезисом А. Г. Пастухова: «Если форматы представляют собой образ, правила и логику информирования, которые затем трансформируются в узнаваемые формы специфического медиума, то верным можно считать конструктивистское предположение, что в основе функций медиа лежит не простая передача

информации, а ее структурирование по временным и пространственным критериям» (2015: 150). В русле конструктивистского подхода рассуждает и К. Сколари, который предлагает трактовать медиаформат как «культурно и индустриально стабилизированную констелляцию конвенций, практик и ожиданий, которая формирует производство, распределение и восприятие контента» (Scolari, 2012: 211). Как мы видим, медиаформат здесь трактуется не как способ представления аудиовизуальной информации (например, форматы *MP4, AVI* и т. п.), а как набор правил, который регулирует взаимодействие между технологией, сообщением и аудиторией. Согласимся здесь с А. Г. Пастуховым в том, что медиаформат «вытекает из потребностей целевой группы, из специфических комбинаций структуры, содержания и презентации медиасообщения». Как утверждает А. Санто, форматы – это «повторяемые структуры», которые снижают экономический риск для производителей контента и предоставляют аудитории предсказуемые удовольствия (Santo, 2015: 108). В условиях глубокой медиатизации социальной жизни формат становится более гибким, подстраивается под возможности платформы (Couldry, Hepp, 2017) и детерминируется алгоритмической организацией цифрового коммуникативного пространства (Гавра, Акимович, Ачкасова, Балахонская и др., 2025).

Литература для обоснования теоретического подхода и операционализации понятия сериального медиаформата отбиралась по высокорейтинговым базам научных статей (*WOS, Scopus, RG*, Белый список журналов уровня 1–2) по ключевым словам: сериал, нарратив, формат, медиажанры, медиаформаты – за последнее десятилетие с опорой на коллективные монографии по медиакоммуникациям и журналистике.

Среди цитируемых авторов, отметивших по разным аспектам всепроникающий эффект сериальности на цифровые и аналоговые виды аудиовизуальной продукции, назовем Е. Л. Вартанову (Вартанова (ред.), 2019), В. Т. Третьякова (2014), А. М. Шестерину (Видная, Зверева, Гуськова, Иванов и др., 2022), Е. А. Звереву (Зверева, Прохоров, Шевченко, 2024). Российскими исследователями, в частности, отмечалось, что современное телевидение представляет собой постоянно длящийся и круглосуточный карнавал. Этот подход становится едва ли не законом функционирования современной массовой культуры[1]. Процесс этот усиливается в эпоху тотальной цифровизации медиаландшафта: «Массовая культура, соединив-

шись с технологическими возможностями телевидения (самого мощного и массового, т. е. тотального, СМИ), создала естественную базу для применения законов театрального действия в современной политике в ее внешних проявлениях (публичность, массовость, развлекательность)» (Третьяков, 2014: 12).

Интересными и перспективными для нашего исследования являются подходы к типологии сторителлинга, который явно имеет общее с сериальностью по технологии подачи контента (Назайкин, 2024). Вполне обоснованно в качестве критериев выделяются характеристики подачи контента, способы его структурирования, жанровая специфика и т. п. Данные подходы и критерии могут быть взяты за основу современной типологии сериальных медиаформатов.

При этом отметим, что основной корпус научной литературы посвящен прежде всего сериалу телевизионному или кинематографическому, как ответу на запрос аудитории с воспроизводящейся схемой «усталость от новостей – потребление сериальной продукции – получение удовольствия». С нашей точки зрения, эта логика, вполне релевантная для этапов доминирования телевидения и далее – ранней цифровизации, в настоящее время требует дополнения, если не пересмотра. Анализ литературы, в частности посвященный проблемам цифрового перенасыщения, утомления от практик «быстрого мира», показывает, что на место оппозиции «телевизионные новости – телевизионный сериал» приходит оппозиция «быстрой (и не только медийной) и медленной коммуникации». И в этом плане спрос на сериальный медиаформат вышел за рамки сетки телевизионного вещания и форматно-психологической оппозиции с новостными жанрами. Именно поэтому при построении обзора литературы мы вышли за пределы дискурса телевидения и кинематографии и обратились к корпусу научных исследований, связанных с быстрой и медленной коммуникацией, цифровыми сатурацией и детоксом, психологией аудиторий в условиях перехода к платформенному этапу развития цифрового общества (Agunsoye, Fotopoulou, 2023; Bourne, 2024; Nee, 2021; Pulukadang, Tumbuan, Tielung, 2024)[2].

Как показывает анализ релевантной научной литературы, в современном теоретическом дискурсе медаисследований операциональная дефиниция категории сериального медиаформата не представлена. В научном поле можно выявить два дискурсивных потока в рамках рассматриваемой в настоящей статье проблемати-

ки. С одной стороны, это различные подходы к пониманию категории «медиаформат», о которых мы писали выше. С другой – это исследования сериального аудиовизуального формата, представленные в работах по теории кинематографа или телевизионной драматургии. Однако эти определения относятся каждое к своей предметной сфере и не исчерпывают всех характеристик рассматриваемого сложного коммуникативного феномена. Такая ситуация привела авторов к выводу о необходимости введения в операциональный оборот современной медиатеории категории сериального медиаформата.

На основании приведенных теоретических оснований предложим авторское определение понятию «сериальный медиаформат» и обозначим базовые метахарактерстики этого формата.

Сериальный медиаформат – это формат, характеризующийся сегментированным распределением контента по отдельным временным единицам, с нарративной или тематической непрерывностью между сегментами, способствующий продолженному и итеративному/повторяющемуся взаимодействию с медийной аудиторией.

Уточним, что сериальный медиаформат является частью сериального коммуникативного формата, который при тех же организационных и структурных принципах контентного дизайна обращается ко всем типам аудиторий, а не только к медийной.

Основным принципом сериального медиаформата является структурированное откладывание завершения, будь то нарративное (как в драматическом сериале), эпистемическое (как в подкастном расследовании) или дискурсивное (как в периодической рассылке или влоге). Сериализация не является синонимом сериала в классическом телевизионном понимания. Сериализация – это формальная и распределительная логика подачи контента, которая может быть применена как к литературной периодике толстых журналов прошлого века, так и к современным микросериалам в *TikTok* (Kjus, 2016).

Базовые характеристики сериального медиаформата

Опираясь на концепцию теоретика литературы Умберто Эко (Eco, 1985) и медиаисследователя Франка Келлетера (Kelleter, 2017), выделим ключевые характеристики сериального медиаформата:

– итерация и вариация: диалектика повторения и воспроизведения (узнаваемые персонажи, сюжеты, темы) и инновации (новые сюжетные линии в очередном сезоне), чтобы поддерживать интерес;

– открытость/незавершенность: сериальный медиаформат сопротивляется завершению («Вместо полноценной развязки вы получили заход на третий сезон. Первые два сезона прошли с очень высокими рейтингами, спасибо вам за то, что смотрели»[3]);

– сегментация: контент делится на управляемые фрагменты (эпизоды, выпуски, посты), адаптированные к каналу и вписанные в ритм повседневной жизни целевой аудитории;

– паратекстуальная потенция: сериальные медиаформаты порождают экосистемы паратекстов из фанатских дискуссий, отзывов поклонников, журналистских расследований, сплетен о закулисной жизни, которые способствуют взаимодействию между выпусками (Gray, 2010);

– имплицитные контрактные отношения: сериальный медиаформат устанавливает неявный пакт с аудиторией, обещая будущее предоставление: «Верю, что следующая партия (возможно, завершающая?) будет очень крутой. Вторая была лучше первой»[4] в обмен на постоянное внимание и – часто – персональные данные или подписные сборы (подписывайся на канал...).

Теоретические основания экспансии сериального медиаформата в цифровом обществе

Обозначим основные теоретические предпосылки в русле теории парасоциальных взаимодействий, теории нарративной транспортации, эффекта Зейгарника (1927) и концепции медленной коммуникации.

Д. Хортон и Р. Воль (Horton, Wohl, 1956) ввели в научный оборот концепцию парасоциального взаимодействия (*Parasocial Interaction, PSI*). Это односторонние отношения, в которые аудитория вступает с героями романов, кинофильмов или с ведущими телешоу, знаменитостями, блогерами. Исследователи (Su, Wu, Chang, Hong, 2021; Bond, 2016; Leite, Baptista, 2022) изучали, как цифровое присутствие в социальных сетях персонажей сериалов или актеров, исполняющих определенные роли, превращает аватары в «цифровых друзей», удовлетворяя потребность человека в социальных связях.

Опираясь на теорию паратекстов Ж. Женетта (1997), Дж. Грей в книге «Шоу продается отдельно» (Gray, 2010) демонстрирует, как трейлеры, блуперсы (от англ. *Blooper*: курьезный момент, промах, ошибка при съемках), посты от лица персонажа, интерактивные вопросы-ответы в социальных сетях создают нарративный мир фанатских аудиторий, которые расширяют нарративный мир сериала, вписывают его в реальность.

Нарративный перенос (нарративная транспортация) представляет собой процесс, в ходе которого человек погружается в рассказываемую историю, соединяясь с персонажами и сюжетной средой и одновременно отключаясь от своей текущей физической реальности (Green, Brock, 2000).

Во время глубокого погружения в нарратив аудитория сосредотачивает все внимание на истории/сюжете, испытывает сильные эмоции (сопереживание, радость, волнение, грусть), теряет ощущение времени и реального окружения, активно использует воображение для визуализации нарратива, временно приостанавливает скептицизм и критическое мышление. Этот феномен давно замечен мастерами и исследователями художественного слова, что отражено, например, в стихотворении В. С. Высоцкого «Баллада о борьбе»: «Липли волосы нам на вспотевшие лбы и сосало под ложечкой сладко от фраз. И кружил наши головы запах борьбы, со страниц пожелтевших слетая на нас <...> И, друзей успокоив и ближних любя, мы на роли героев вводили себя».

Нарративная транспортация приводит к уникальному эффекту убеждения (Petty, Cacioppo, 1984): когнитивные усилия аудитории активизируются воображением (Nielsen, Escalas, 2010), что снижает вероятность контраргументов (Thomas, Grigsby, 2024).

Кульминационный момент сериального медиаформата держится на эффекте Зейгарника (Zeigarnik, 1927), согласно которому люди запоминают незавершенные или прерванные задания лучше, чем выполненные. Стремление снять когнитивное напряжение заставляет искать следующую серию, ждать продолжения. Так формируется самоподдерживающийся цикл вовлеченности в нарративный перенос, доставшийся по наследству быстрому миру цифровых платформ от медленного текстоцентричного мира (Rauch, 2011).

Однако информационное перенасыщение приводит к усталости от продолжительного или чрезмерного взаимодействия с цифровыми технологиями, поэтому возникает потребность в балансе,

в альтернативных медленных коммуникациях, в осознанном, растянутом во времени восприятии содержания. В этой связи концепция «медленных медиа» соотносится с сериальным медиаформатом, который становится способом достижения баланса между миром медленным и миром быстрым. Сериальный медиаформат компенсирует когнитивную усталость от информационной перегрузки и постоянной новизны (Misra, Stokols, 2012), становится надежным ежедневным ритуалом с низкими рисковыми ставками, привносит востребованный элемент замедленности, последовательности, упорядоченности, узнаваемости, воспроизводимости, дает длительную эмоциональную отдачу и психологическую передышку.

Опираясь на теоретические концепции платформенного общества (van Dijck, Poell, de Waal, 2018), теорию трансакционной медиатизации (Гаврa, Акимович, Ачкасова, Балахонская и др., 2025) и теории социальной акселерации (Rosa, 2013), обозначим факторы, которые в последние два десятилетия вывели сериальный медиаформат на первый план: социальный запрос со стороны аудитории и выполнение заказа со стороны медиаиндустрии.

– Адаптивность к алгоритмам контентного планирования. Сериальные медиаформаты с их регулярным графиком выпуска и сегментированной структурой генерируют предсказуемые, повторяющиеся метрики вовлеченности пользователей (просмотры, комментарии, процент «досмотра до конца»). Эти данные являются основой того, что называется «алгоритмическим курированием платформы», которое в результате обработки данных показывает тягу аудитории к нарративному устойчивому контенту. Выражение «липкость платформы» (Stickiness) (Nieborg, Poell, 2018: 4276) именно в период доминирования сериального медиаформата распространилось и в русской разговорной речи в значении «сосредоточиться на чем-то одном»: залипнуть, залипательное видео, залипательный сериал.

– Гиперперсонализация при контентном планировании. Возможность собирать эмоциональные реакции аудитории в отзывах, комментариях и предложениях поставить оценку по шкале от 1 до 10 и соответствующую реакцию (ужасно, неплохо, хорошо, отлично, шедевр) позволяет создавать гиперперсонализированные рекомендации (ваш друг Иван Иванов рекомендует; ваш друг Вера Смирнова будет смотреть; вам рекомендовано это видео, потому

что вы посмотрели...), что снижает финансовую неопределенность для производителей медиаконтента в экономике внимания.

– Бюджетирование времени и микропланирование внимания. В «быстром мире», характеризующемся нехваткой времени и фрагментированным вниманием (Rosa, 2013), дискретная единица эпизода (1 эпизод по 5-15-20-60 минут) предоставляет управляемый, открытый для планирования временной интервал для организации досуга, который легко интегрируется в поездки, тренировки или деловые форматы активностей.

– Снижение усталости от необходимости делать выбор. «Парадокс выбора» смягчается сериальным форматом. Как только зритель вовлечен в нарративный мир, когнитивные затраты на выбор того, что смотреть, снимаются.

– Социальная синхронизация и эффект «разговора у кулера» (*Watercooler Effect*). Сериальный медиаформат рассказывает о «разделяемых общих культурных ценностях, моментах, событиях» (*Shared Cultural Moments*), стимулируя появление хэштегов и мемов, которые подпитывают страх пропустить что-то важное (*FOMO*-эффект) (Jenkins, Ford, Green, 2013).

– Монетизация контента за счет подписки. Логика «обязательного просмотра» (напоминания о выходе очередной серии, предложения продолжить просмотр, отредактировать подборку и т. п.) удерживает подписчиков, снижает их отток, удовлетворяя потребность платформенной экономики в постоянном доходе.

– Перспективный эффект создания трансмедийных миров. Сериальные форматы являются образцами для создания франшиз. Успешный сериальный формат создает дополнительную сферу влияния в игровой индустрии, в производстве товаров массового потребления, обеспечивая рост стоимости интеллектуальной собственности правообладателя.

– Формирование продолженных привязанностей в логике аффективного капитализма. Сериальные форматы культивируют привязанность к персонажам, теориям, сообществам. Этот аффективный труд охотно выполняется аудиторией и собирается платформами (Hardt, 1999).

– Психологическая защита в условиях плывущей нормальности и перманентного кризиса (*permacrisis*). Структурная модель сериального медиаформата отражает социальный опыт аудитории, живущей в ситуации «вечного настоящего» (*perpetual present*) с ощущением необходимости жить среди постоянных проблем,

не имеющих четкого решения, что порождают потребность в балансировке, которую дает сериальный формат.

– Нишевая микросериальность. Цифровые платформы снижают финансовые и организационные барьеры для производства и распространения сериальных продуктов для нишевой аудитории. Серии подкастов, веб-драмы, комиксы позволяют создавать сериальный медиаконтент вне традиционных студийных систем, что отвечает на не удовлетворенные раньше потребности нишевых групп и позволяет обслуживать фрагментированные культурные вкусы.

Современная типология сериальных медиаформатов должна учитывать как нарративные основания, так и логику платформы.

Поскольку статья носит установочный характер, мы отталкивались от характеристик внешнего по отношению к аудитории событийного и коммуникационного ряда, который потенциально способен восприниматься аудиторией как реализация сериального формата и, соответственно, как ответ на социальный спрос на практики устойчивого, структурированного, «медленного» – в своей философии – мира. Опираясь на онтологический критерий, исходный массив коммуникационных продуктов мы разделили на 2 большие группы: 1) прямые медиапродукты; 2) опосредованные немедийные продукты событийной природы, обладающие потенциалом медиатизации.

На основании этого критерия были выделены подклассы прямых сериальных и опосредованных сериальных медиаформатов. В качестве второго выбран комбинированный критерий, представляющий собой суперпозицию критериев размера аудитории и рейтинга оценок.

Для построения типологии медиаформатов на основании обобщения представленных в литературе подходов была сформирована система критериев: тип медиаформата (прямой/опосредованный) (1); тип коммуникационного устройства и платформы размещения (2); тип медиапотребления коммуникационного продукта для прямых форматов (3); жанровая специфика (4). В рамках опосредованных сериальных медиафоматов потенциально возможно использование дополнительного сферно-отраслевого критерия с выделением событийной составляющей в области политики, спорта, культуры, шоу-бизнеса и т. д. В качестве примера особо отмечен спорттеймент.

Исходя из этого на период 2020–2026 гг. нами охарактеризованы девять сериальных медиаформатов.

– Классический медиасериал, имеющий сквозной сюжет, нарративную последовательность: «Первый отдел», «Первый номер», «Подслушано в Рыбинске» (Кинопоиск), «Очень странные дела» (*Netflix*), биографические сериалы («Плевако», «Магомаев», «Жуков» и т. п.). Такие сериалы смотрят в хронологической последовательности.

– Сериал-антология, в котором серии объединены сквозным героем (героями) с новыми сюжетами/сезонами: «Настоящий детектив» (*HBO*), «Черное зеркало» (*Netflix*). Такие сериалы смотрят без соблюдения хронологии, так как каждая серия представляет собой законченный сюжет. Интерес к сериалу определяется жанром (детектив, драма, судебное разбирательство и т. п.). К этому же типу отнесем разного рода развлекательные повторяющиеся медиапроекты с заданной организационной рамкой, устойчивым и привычным зрителю графиком выхода в эфир, постоянными ведущими, воспроизводящейся тематической направленностью и дискурсивной организацией реалити-шоу: «Адская кухня», «На ножах», «Поле чудес», «Кто хочет стать миллионером?».

– Микродрамы: сериалы для просмотра с мобильных устройств, в вертикальном положении и с ультракороткой концентрацией внимания (*Youtube Shorts, TikTok* и *Snapchat*). Такой сериальный формат снимается в вертикальной рамке 9:16, адаптированной к просмотру на смартфоне. В каждом сериале от 50 до 100 эпизодов длительностью от минуты до двух. Съемки по большей части интерьерные и крупным планом, эмоциональные конфликты гиперболизированы. Истории максимально упрощены, развитие персонажей отсутствует.

– Интерактивный/алгоритмический сериал, ориентированный на зрительское участие. Развитие и развилки нарратива здесь зависят от зрительских предпочтений или агрегированных данных об их реакциях (например, «Бандерснэтч» на *Netflix*).

– Документари-сериал: сериалы с научно-популярным/документальным контентом, в том числе сериалы-расследования с опорой на архивные документы («Цифровая история» на *RuTube*).

– Трансмедийный сериал: действие разворачивается на нескольких основных платформах (например, история начинается в подкасте, продолжается в виде серии видеороликов и завершается

в *ARG – Alternate Reality Game* – в социальных сетях). Это интерактивное повествование, которое использует реальный мир в качестве платформы для создания истории, разворачивающейся на нескольких медиаканалах[5].

Особенности трансмедийного сериального формата *ARG* состоят в том, что зрители выступают соавторами сюжета, который формируют из предложенных изображений, текстов, видео, аудиозаписей и музыкальных композиций. В основу сюжетной интриги заложена головоломка, для решения которой необходимо найти информацию при общении с персонажами. Для решения задачи необходимо найти «точку входа», выбрать из всех предложенных объект, который включает в *ARG*: сайт, видео, плакат, стикер на улице.

– Новостной информационно-аналитический сериал транслирует общественную реакцию на события, мнения или аналитику (Denson, 2023). В этом медиасериальном формате работают все регулярные информационные и аналитические программы ведущих мировых медиаигроков: *BBC*, Аль-Джазира, ежедневный новостной подкаст *The New York Times "The Daily"*. Также реализацией такого медиаформата можно считать регулярные политические или неполитические ток-шоу с постоянными ведущими и дискурсивной рамкой («60 минут», «Вечер с Владимиром Соловьевым», «Привет, Андрей») или индивидуальный канал инфлюенсера на цифровой платформе («Бесогон» «Цифровая история», «Сергей Минаев»).

– Событийный сериал, в котором реализуются повторяющие знаковые события: сессия Генеральной Ассамблеи ООН, Давосский экономический форум, вручение премии Американской киноакадемии «Оскар» или Каннский кинофестиваль.

– Спортеймент/*Sportainment*-сериал (Richelieu, Webb, 2024): циклически, сезонно продолжающееся событие из мира спорта (Формула-1, «Большой шлем», «Кубок Стэнли», Чемпионаты мира по футболу, Чемпионаты мира по шахматам, фигурному катанию). Сериальный спортеймент с широким медиаприсутствием и массовой аудиторией включает относительно постоянных персонажей, содержит конфликты и интриги с обязательным продолжением в следующем сезоне и формирует фанатские сообщества в социальных сетях.

Заключение: области дальнейших исследований

Экспансия сериализации является определяющей чертой платформенного общества, однако несколько критических противоречий требуют дальнейшего теоретического анализа. Обозначим те их них, которые представляются наиболее значимыми.

– Художественная логика против экономической логики платформенной бесконечности. Любой сериальный формат требует нарративного завершения в форме разрешения противоречия или конфликта, раскрытия интриги или, наоборот, показа безнадежности поиска правды, эмоциональной кульминации, катарсиса, мелодраматического хеппи-энда и т. п. Но такое драматургически и художественно необходимое решение противоречит маркетинговой логике платформы, которая требует бесконечного продолжения рассказываемой истории: успех надо развивать. Эта напряженность требует более глубокого анализа.

– Культурный империализм против многополярности. Хотя сериализированные форматы являются глобальными, их производство и распространение определяются платформами, базирующимися в США. Исследования должны рассмотреть локализованные сериализированные стратегии в не-западных контекстах (российские, китайские, казахские, турецкие, корейские, нигерийские стриминговые сериалы) и их сопротивление американоцентричным платформенным императивам или адаптацию к ним.

– Эпистемология сериализированных новостей. В журналистике рост сериализированных расследовательских подкастов и новостных рассылок ставит под сомнение «перевернутую пирамиду». Как сериализация влияет на конструкцию общественного знания и доверия в эпоху дезинформации? Ведь это не просто развлекательная тенденция, это фундаментальная организующая логика цифровой культуры, отражающая и формирующая наши ускоренные, зависимые от платформ способы существования. Ее изучение остается важным для понимания развивающихся отношений между нарративом, технологией и обществом.

– Отдельную проблему составляют риски алгоритмической гомогенности, опирающейся на экспансию *LLM* и искусственного интеллекта. Требует решения вопрос, приводит ли экономика планирования сериального формата, основанная на данных, к гомогенному сериализированному медиаконтенту с формульной конвергенцией в нарративных структурах, жанрах и темпе, подавляя инновации?

Примечания

[1] *Третьяков В.* Т. Как стать знаменитым на телевидении. Теория телевидения для всех, кто хочет на нем работать. М.: НИЦ «Ладомир», 2016.

[2] Brown G., El-Erian M. A., Spence M., Lidow R. (2023) *Permacrisis: A Plan to Fix a Fractured World*. Simon and Schuster.

[3] Публикация в телеграм-канале «Сергей Минаев». Режим доступа: https://t.me/minaevlife/19488 (дата обращения: 28.06.2026).

[4] Публикация в телеграм-канале «Сергей Минаев». Режим доступа: https://t.me/minaevlife/19484 (дата обращения: 28.06.2026).

[5] Szulborski D. (2005) *This is not a game: A guide to alternate reality gaming*. Incunabula.

Библиография

Видная О. Е., Зверева Е. А., Гуськова С. В., Иванов А. И. и др. Медиакультура цифровой эпохи: состояние, проблемы, перспективы: колл. моногр. М.: ИД «Граница», 2022.

Вырковский А. В., Крашенинникова М. А., Мамедов Д. З. Медиатизированная травма: теоретические и методологические основания для изучения // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2024. Т. 49. № 6. С. 136–157. DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.6.2024.136157

Гавра Д. П., Акимович Е. В., Ачкасова В. А., Балахонская Л. В. и др. Медиатизация социальности в платформенном обществе: процессы и эффекты. СПб.: Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, 2025.

Зверева Е. А., Прохоров А. В., Шевченко Д. А. Цифровизация медиаландшафта: креативные технологии и медиаинструменты. Москва: Директ-Медиа, 2024. DOI: 10.23681/714034

Казун А. Д. Избегание новостей в России: масштабы и характерные черты // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2025. Т. 50. № 1. С. 69–93. DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.1.2025.6993

Назайкин А. Н. Современный визуальный сторителлинг: виды контента и типы // Вестн. Воронежск. гос. ун-та. Сер.: Филология. Журналистика. 2024. № 3. С. 148–150.

Отечественная теория медиа. Основные понятия: словарь / под ред. *Е. Л. Вартановой*. М.: Фак. журн. МГУ; Изд-во Моск. ун-та, 2019. С. 164–165.

Пастухов А. Г. Медиажанры и медиаформаты: к разграничению понятий // Уч. зап. Орловск. гос. ун-та. Сер.: Гуманитарные и социальные науки. 2015. № 5 (68). С. 148–153.

Третьяков В. Т. Будущий виртуальный коммунизм и гипновидение: о массовом телевидении и массовой политике // Полис. Политические исследования. 2014. № 4. С. 9–20. DOI: 10.17976/jpps/2014.04.02

Agunsoye A., Fotopoulou E. (2023) Introduction: Permacrisis, overlapping crises, inter-crises. In *Heterodox Economics and Global Emergencies*. Routledge. Pp. 1–8. DOI: 10.4324/9781003451990-1

Bond B. J. (2016) Following your "friend": Social media and the strength of adolescents' parasocial relationships with media personae. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking* 19 (11): 656–660. DOI: 10.1089/cyber.2016.0355

Bourne C. (2024) AI hype, promotional culture, and affective capitalism. *AI and Ethics* 4 (3): 757–769. DOI: 10.1007/s43681-024-00483-w

Couldry N., Hepp A. (2017) *The Mediated Construction of Reality*. Cambridge: Polity Press.

Denson S. (2023) The New Seriality. *Qui Parle* 32 (2): 301–339. DOI: 10.1215/10418385-10832195

Eco U. (1985) Innovation and repetition: Between modern and post-modern aesthetics. *Daedalus* 114 (4): 161–184.

Genette G. (1997) *Paratexts: Thresholds of interpretation*. Cambridge University Press. DOI: 10.1017/cbo9780511549373

Gray J. (2010) *Show sold separately: Promos, spoilers, and other media paratexts*. New York University Press. DOI: 10.18574/nyu/9780814733158.001.0001

Green M. C., Brock T. C. (2000) The role of transportation in the persuasiveness of public narratives. *Journal of Personality and Social Psychology* 79 (5): 701–721. DOI: 10.1037/0022-3514.79.5.701

Hardt M. (1999) Affective labor. *Boundary 2* 26 (2): 89–100.

Horton D., Wohl R. R. (1956) Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance. *Psychiatry* 19 (3): 215–229. DOI: 10.1080/00332747.1956.11023049

Jenkins H., Ford S., Green J. (2013) *Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture*. NYU Press.

Kelleter F. (ed.) (2017) *Media of Serial Narrative*. Ohio State University Press. DOI: 10.2307/j.ctv10crd8x

Kjus Y. (2016) Musical Exploration via Streaming Services: The Norwegian Experience. *Popular Communication* 14 (3): 127–136. DOI: 10.1080/15405702.2016.1193183

Leite F. P., Baptista P. P. (2022) The effects of social media influencers' self-disclosure on behavioral intentions: The role of source credibility, parasocial relationships, and brand trust. *Journal of Marketing Theory and Practice* 30 (3): 295–311.

Misra S., Stokols D. (2012) Psychological and health outcomes of perceived information overload. *Environment and Behavior* 44 (6): 737–759.

Nee R. C. (2021) Wild, stressful, or stupid: Que es Bandersnatch? Exploring user outcomes of Netflix's interactive Black Mirror episode. *Convergence* 27 (5): 1488–1506. DOI: 10.1177/1354856521996557

Nieborg D., Poell T. (2018) The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity. *New Media & Society* 20 (11): 4275–4292. DOI: 10.1177/1461444818769694

Nielsen J. H., Escalas J. E. (2010) Easier is not always better: The moderating role of processing type on preference fluency. *Journal of Consumer Psychology* 20 (3): 295–305. DOI: 10.1016/j.jcps.2010.06.016

Petty R. E., Cacioppo J. T. (1984) The effects of involvement on responses to argument quantity and quality: central and peripheral routes to persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology 46 (1): 69–81. DOI: 10.1037/0022-3514.46.1.69*

Pulukadang M. T. S., Tumbuan W. J. F. A., Tielung M. V. J. (2024) Distraction or enhancement? Analyzing Netflix user engagement in Black Mirror Bandersnatch interactive narrative movie. *Jurnal EMBA* 12 (3): 1226–1237.

Rauch J. (2011) The origin of slow media: Early diffusion of a cultural innovation through popular and press discourse, 2002–2010. *Transformations* (20).

Richelieu A., Webb A. (2024) Strategic sport marketing in the society of the spectacle. *Journal of Strategic Marketing* 32 (6): 744–761. DOI: 10.1080/0965254x.2021.1965188

Rosa H. (2013) *Social Acceleration: A New Theory of Modernity*. New York, Chichester, West Sussex: Columbia University Press. DOI: 10.7312/rosa14834

Santo A. (2015) *Selling the silver bullet: The Lone Ranger and transmedia brand licensing*. University of Texas Press. DOI: 10.7560/772533

Scolari C. A. (2012) Media ecology: Exploring the metaphor to expand the theory. *Communication Theory* 22 (2): 204–225. DOI: 10.1111/j.1468-2885.2012.01404.x

Su B. C., Wu L. W., Chang Y. Y. C., Hong R. H. (2021) Influencers on social media as references: Understanding the importance of parasocial relationships. *Sustainability* 13 (19): 10919. DOI: 10.3390/su131910919

Thomas V. L., Grigsby J. L. (2024) Narrative transportation: A systematic literature review and future research agenda. *Psychology & Marketing* 41 (8): 1805–1819. DOI: 10.1002/mar.22011

Van Dijck J., Poell T., de Waal M. (2018) *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford University Press. DOI: 10.1093/oso/9780190889760.001.0001

Zeigarnik B. (1927) ber das Behalten von erledigten und unerledigten Handlungen. *Psychologische Forschung* 9: 1–85.

Notes

Brown G., El-Erian M. A., Spence M., Lidow R. (2023) *Permacrisis: A Plan to Fix a Fractured World*. Simon and Schuster.

Post on the Telegram channel "Sergei Minaev". Available at: https://t.me/minaevlife/19484 (accessed: 28.06.2026).

Post on the Telegram channel "Sergei Minaev". Available at: https://t.me/minaevlife/19488 (accessed: 28.06.2026).

Szulborski D. (2005) *This is not a game: A guide to alternate reality gaming*. Incunabula.

Tretyakov V. T. (2016) *Kak stat' znamenitym na televidenii. Teoriya televideniya dlya vsekh, kto khochet na nyom rabotat'* [How to become famous on television. Television theory for anyone who wants to work in it]. Moscow.

References

Agunsoye A., Fotopoulou E. (2023) Introduction: Permacrisis, overlapping crises, inter-crises. In *Heterodox Economics and Global Emergencies*. Routledge. Pp. 1–8. DOI: 10.4324/9781003451990-1

Bond B. J. (2016) Following your "friend": Social media and the strength of adolescents' parasocial relationships with media personae. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking* 19 (11): 656–660. DOI: 10.1089/cyber.2016.0355

Bourne C. (2024) AI hype, promotional culture, and affective capitalism. *AI and Ethics* 4 (3): 757–769. DOI: 10.1007/s43681-024-00483-w

Couldry N., Hepp A. (2017) *The Mediated Construction of Reality*. Cambridge: Polity Press.

Denson S. (2023) The New Seriality. *Qui Parle* 32 (2): 301–339. DOI: 10.1215/10418385-10832195

Eco U. (1985) Innovation and repetition: Between modern and post-modern aesthetics. *Daedalus* 114 (4): 161–184.

Gavra D. P., Akimovich E. V., Achkasova V. A., Balakhonskaya L. V., Bykova E. V., Vitkova L. A., Dekalov V. V., Dobrovol'skaya Yu. A., Namyatova K. A., Savitskaya A. S., Yastrebov S. A. (2025) *Mediatizatsiya sotsial'nosti v platformennom obshchestve: protsessy i effekty* [Mediatization of sociality in a platform society: processes and effects]. St. Petersburg: Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University. (In Russian)

Genette G. (1997) *Paratexts: Thresholds of interpretation*. Cambridge University Press. DOI: 10.1017/cbo9780511549373

Gray J. (2010) *Show sold separately: Promos, spoilers, and other media paratexts*. New York University Press. DOI: 10.18574/nyu/9780814733158.001.0001

Green M. C., Brock T. C. (2000) The role of transportation in the persuasiveness of public narratives. *Journal of Personality and Social Psychology* 79 (5): 701–721. DOI: 10.1037/0022-3514.79.5.701

Hardt M. (1999) Affective labor. *Boundary 2* 26 (2): 89–100.

Horton D., Wohl R. R. (1956) Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance. *Psychiatry* 19 (3): 215–229. DOI: 10.1080/00332747.1956.11023049

Jenkins H., Ford S., Green J. (2013) *Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture*. NYU Press.

Kazun A. D. (2025) Izbeganie novostej v Rossii: masshtaby i kharakternye cherty [News avoidance in Russia: scale and characteristics]. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika* 50 (1): 69–93. DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.1.2025.6993 (In Russian)

Kelleter F. (ed.) (2017) *Media of Serial Narrative*. Ohio State University Press. DOI: 10.2307/j.ctv10crd8x

Kjus Y. (2016) Musical Exploration via Streaming Services: The Norwegian Experience. *Popular Communication* 14 (3): 127–136. DOI: 10.1080/15405702.2016.1193183

Leite F. P., Baptista P. P. (2022) The effects of social media influencers' self-disclosure on behavioral intentions: The role of source credibility, parasocial relationships, and brand trust. *Journal of Marketing Theory and Practice* 30 (3): 295–311.

Misra S., Stokols D. (2012) Psychological and health outcomes of perceived information overload. *Environment and Behavior* 44 (6): 737–759.

Nazaikin A. N. (2024) Sovremennyj vizual'nyj storitelling: vidy kontenta i tipy [Modern visual storytelling: types of content and types]. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filologiya. Zhurnalistika* (3): 148–150. (In Russian)

Nee R. C. (2021) Wild, stressful, or stupid: Que es Bandersnatch? Exploring user outcomes of Netflix's interactive Black Mirror episode. *Convergence* 27 (5): 1488–1506. DOI: 10.1177/1354856521996557

Nieborg D., Poell T. (2018) The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity. *New Media & Society* 20 (11): 4275–4292. DOI: 10.1177/1461444818769694

Nielsen J. H., Escalas J. E. (2010) Easier is not always better: The moderating role of processing type on preference fluency. *Journal of Consumer Psychology* 20 (3): 295–305. DOI: 10.1016/j.jcps.2010.06.016

Pastukhov A. G. (2015) Mediazhanry i mediaformaty: k razgranicheniyu ponyatij [Media genres and media formats: towards a distinction between concepts]. *Uchenye zapiski Orlovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye i sotsial'nye nauki* 5 (68): 148–153. (In Russian)

Petty R. E., Cacioppo J. T. (1984) The effects of involvement on responses to argument quantity and quality: central and peripheral routes to persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology 46 (1): 69–81. DOI: 10.1037/0022-3514.46.1.69*

Pulukadang M. T. S., Tumbuan W. J. F. A., Tielung M. V. J. (2024) Distraction or enhancement? Analyzing Netflix user engagement in Black Mirror Bandersnatch interactive narrative movie. *Jurnal EMBA* 12 (3): 1226–1237.

Rauch J. (2011) The origin of slow media: Early diffusion of a cultural innovation through popular and press discourse, 2002–2010. *Transformations* (20).

Richelieu A., Webb A. (2024) Strategic sport marketing in the society of the spectacle. *Journal of Strategic Marketing* 32 (6): 744–761. DOI: 10.1080/0965254x.2021.1965188

Rosa H. (2013) *Social Acceleration: A New Theory of Modernity*. New York, Chichester, West Sussex: Columbia University Press. DOI: 10.7312/rosa14834

Santo A. (2015) *Selling the silver bullet: The Lone Ranger and transmedia brand licensing*. University of Texas Press. DOI: 10.7560/772533

Scolari C. A. (2012) Media ecology: Exploring the metaphor to expand the theory. *Communication Theory* 22 (2): 204–225. DOI: 10.1111/j.1468-2885.2012.01404.x

Su B. C., Wu L. W., Chang Y. Y. C., Hong R. H. (2021) Influencers on social media as references: Understanding the importance of parasocial relationships. *Sustainability* 13 (19): 10919. DOI: 10.3390/su131910919

Thomas V. L., Grigsby J. L. (2024) Narrative transportation: A systematic literature review and future research agenda. *Psychology & Marketing* 41 (8): 1805–1819. DOI: 10.1002/mar.22011

Tretyakov V. T. (2014) Budushchij virtual'nyj kommunizm i gipnovidenie: o massovom televidenii i massovoj politike [Future virtual communism and hypnovision: on mass television and mass politics]. *Polis. Politicheskie issledovaniya* (4): 9–20. DOI: 10.17976/jpps/2014.04.02 (In Russian)

Van Dijck J., Poell T., de Waal M. (2018) *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford University Press. DOI: 10.1093/oso/9780190889760.001.0001

Vartanova E. L. (ed.) (2019) *Otechestvennaya teoriya media. Osnovnye ponyatiya: slovar'* [Domestic media theory. Basic concepts: a dictionary]. Moscow: Faculty of Journalism, Moscow St. Univ.; Moscow St. Univ. Publ.: 164–165. (In Russian)

Vidnaya O. E., Zvereva E. A., Gus'kova S. V., Ivanov A. I., Kutserubov A. E., Merkushina E. A., Nikonenko S. A., Prokhorov A. V., Pyadysheva T. G., Serova S. A., Chepurova I. F., Shesterina A. M. (2022) *Mediakul'tura tsifrovoj epokhi: sostoyanie, problemy, perspektivy: kollektivnaya monografiya* [Media culture of the digital era: state, problems, prospects: a collective monograph]. Moscow: Granitsa Publ. (In Russian)

Vyrkovsky A. V., Krasheninnikova M. A., Mamedov D. Z. (2024) Mediatizirovannaya travma: teoreticheskie i metodologicheskie osnovaniya dlya izucheniya [Mediatized trauma: theoretical and methodological foundations for study]. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika* 49 (6): 136–157. DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.6.2024.136157 (In Russian)

Zeigarnik B. (1927) ber das Behalten von erledigten und unerledigten Handlungen. *Psychologische Forschung* 9: 1–85.

Zvereva E. A., Prokhorov A. V., Shevchenko D. A. (2024) *Tsifrovizatsiya medialandshafta: kreativnye tekhnologii i mediainstrumenty* [Digitalization of the media landscape: creative technologies and media tools]. Moscow: Direct-Media Publ. DOI: 10.23681/714034 (In Russian)

Поступила в редакцию
19.03.2026

Коломиец Виктор Петрович, доктор социологических наук, профессор, заведующий кафедрой социологии массовых коммуникаций, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, г. Москва, Россия; e-mail: vikkolomiets@yandex.ru, ORCID 0000-0003-1978-1081

МЕДИАКОММУНИКАЦИИ: ТРИ ЛОГИКИ СОЦИАЛЬНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В ГИБРИДНОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ

В статье выстраивается теоретико-концептуальная модель медиакоммуникаций как гибридной среды, включающей три логики социального взаимодействия (режимов коммуникации): трансляционную, распределительную и диалоговую. Показано, что редукция медиакоммуникаций к производству контента воспроизводит журналистскую оптику и не охватывает сетевую и самую массовую опосредованную межличностную коммуникацию. Обоснована подготовка медиакоммуникатора как социального архитектора коммуникационной реальности современного общества.

***Ключевые слова**: медиакоммуникации, журналист, коммуникатор, гибридное медиапространство, режим коммуникации, социальная архитектура, коммуникативные логики.*

Как цитировать: *Коломиец В. П.* Медиакоммуникации: три логики социального взаимодействия в гибридном медиапространстве // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2026. № 3. С. 91–116. DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.3.2026.91116

Viktor P. Kolomiets, Doctor of Sociology, Professor, Head of the Department of Sociology of Mass Communications, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; e-mail: vikkolomiets@yandex.ru, ORCID 0000-0003-1978-1081

MEDIA COMMUNICATIONS: THREE LOGICS OF SOCIAL INTERACTION IN THE HYBRID MEDIA SPACE

This article develops a conceptual framework for understanding media communications as a hybrid socio-technical environment rather than a single process of mediated information transfer. Building on the Russian debate on the institutionalization of "Media Communications" as an educational field, the paper argues that many curricula implicitly reproduce a journalism-centered model focused on content production. To overcome this reduction, the article distinguishes two professional lenses: the informant, whose normative task is accurate public reporting within centralized communication, and the social architect, whose task is to design communicative orders – visibility regimes, circulation pathways, norms of interaction, and trust infrastructures. The proposed typology outlines three

co-existing interaction logics in hybrid media space: 1) centralized broadcasting (one-to-many), 2) networked distribution (many-to-many), and 3) personal dialogic communication (one-to-one / one-to-few), characterized by perpetual connectivity and blurred public/private boundaries. The paper emphasizes the growing importance of the distribution logic shaped by platforms and algorithmic visibility. The conclusion formulates educational implications: media communication programs should prioritize competencies for designing and governing transitions between interaction logics, training communicators as social architects rather than merely advanced content creators.

***Key words**: media communications, journalist, communicator, hybrid media space, mode of communication, social architecture, communicative logics.*

To cite this article: Kolomiets V. P. (2026) Mediakommunikatsii: tri logiki sotsial'nogo vzaimodejstviya v gibridnom mediaprostranstve [Media communications: three logics of social interaction in the hybrid media space]. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika 3*: 91–116. DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.3.2026.9116

DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.3.2026.9116

Постановка проблемы

Нынешний подход к подготовке бакалавров и магистров по направлению «Медиакоммуникации» постоянно возвращает преподавателей к «нулевой отметке» теории. Что именно мы называем медиакоммуникацией, где пролегают границы между медиакоммуникациями и журналистикой, связями с общественностью, рекламой, а также чем медиа отличаются от СМИ? Такая ситуация – симптом этапа становления. Направление подготовки уже несколько лет действует как образовательная и профессиональная реальность, но ее понятийный аппарат еще не сформирован (Кривоносов, 2021; Ахмадулин, 2024). Особенно это проявилось после появления в 2021 г. новой научной специальности 5.9.9 «Медиакоммуникации и журналистика», которая институционально закрепила область исследований, но одновременно выявила недостаточную концептуальную определенность ключевых понятий и профессиональных результатов.

Ситуация осложняется тем, что повседневная практика применения цифровых технологий теми, кто приходит обучаться коммуникационным профессиям (журналистике, рекламе, *PR,* медиакоммуникации), меняется быстрее, чем научный язык успевает закреплять ее в устойчивых категориях. Разрыв между «скоростью практик» и «скоростью теории» хорошо виден в аудитории, заполненной двадцатилетними студентами. Характерный пример:

повседневное использование студентами инструментов искусственного интеллекта в учебном процессе стало массовым, но научное знание, которое можно транслировать как дисциплинарную норму, еще не сформировалось. В результате преподаватель вынужден конструировать язык описания и критерии профессиональной корректности «на ходу», осуществляя первичную теоретизацию параллельно с процессом обучения. Такая же ситуация сложилась и вокруг подготовки специалистов по направлению «Медиакоммуникации».

Проблемность становления исследовательского и образовательного поля фиксируется в отечественных работах, посвященных институционализации медиакоммуникаций. Так, А. Д. Кривоносов подчеркивает ограниченность корпуса серьезных исследований и отмечает, что в методическом и профессиональном дискурсе медиакоммуникации нередко «принимаются как данное», не имеют ясной трактовки и операционализации (2021: 18).

На этом фоне показателен и другой симптом неопределенности – то, как образовательные программы по медиакоммуникации описывают результаты обучения. Анализ, выполненный молодыми исследователями по материалам сайтов 28 программ российских вузов по направлению подготовки «Медиакоммуникации», показывает ориентацию преимущественно на практические навыки создания медиапродуктов и медиапроектов в цифровой среде, т. е. медиакоммуникатор мыслится как создатель и распространитель контента в новых форматах (Конкина, Храпова, Штифанова, 2025: 87–89). Однако расширение журналистского инструментария за счет платформ и мультимедийных практик не отвечает на ключевой вопрос: чем отличается медиакоммуникатор от журналиста, если обе роли описываются через производство контента?

Учитывая, что подготовка специалистов по направлениям «Медиакоммуникации» и «Журналистика» обычно реализуется в одном и том же месте одними и теми же преподавателями, вопрос о различиях и пересечениях журналистики и медиакоммуникаций остается центральным. Е. В. Ахмадулин, размышляя, являются ли журналистика и медиакоммуникации эволюцией одной системы или двумя различными системами, подчеркивает институциональную жесткость журналистики как системы массовой информации и указывает на менее контролируемый характер коммуникации, ориентированной на межличностные и групповые взаимодействия (2024: 203). В статье автора настоящей работы также предлагалась

артикуляция исследовательских пространств журналистики и медиакоммуникаций, показывающая, что их механическое смешение ведет либо к редукции медиакоммуникаций до массинформационных процессов, либо к размыванию специфики журналистики как общественного института (Коломиец, 2024: 18–26).

Задача, однако, состоит не в противопоставлении профессий, а в уточнении набора профессиональных компетенций. Ключ к их разграничению, на наш взгляд, лежит в различении двух профессиональных фигур – информатора (журналист) и социального архитектора (медиакоммуникатор). Метафора здесь не декоративна, она работает как способ удержать в фокусе то, что в учебных планах часто распадается на разрозненные элементы – курсы о контенте, платформах, аудитории, метриках и т. д.

Априори можно утверждать, что информатор ориентирован на корректное и ответственное информирование. Его профессиональный объект – сообщение о реальности. Критерии качества – доказательность, точность, ясность, своевременность и общественная значимость. Объектом социального архитектора выступает коммуникативный порядок, то есть социальные отношения, нормы взаимодействия и доверия, а также границы публичного и приватного. Если информатор задается вопросом, как сообщить так, чтобы было понято и не искажено, то социальный архитектор вынужден спрашивать, каким станет общественное взаимодействие, если определенная интерпретация, норма или конфигурация связей закрепится и будет воспроизводиться. В этом смысле медиакоммуникатор работает не только с данными и контентом, но и с социальной тканью, с тем, как общество соединяется, координируется и закрепляет значимости, сформулированные в сообщениях информатора.

Зафиксировав различия между журналистом и медиакоммуникатором, сформулируем ряд других исходных утверждений. В нашем исследовании медиакоммуникации (обращаем внимание на множественное число) выступают как гибридная среда опосредованных коммуникаций. Внутри этой среды сосуществуют разные формы взаимодействия: институциональная публичность, сетевое распределение и персональные (диалоговые) коммуникации, которые не сводятся к единой трансляционной или какой-либо иной модели. Они являются носителями различных «коммуникационных порядков», или «режимов коммуникации».

Для теоретического описания медиакоммуникаций как среды и прояснения профессиональных компетенций требуется внутренняя структуризация гибридного медиапространства. Для журналистов такое структурирование предложила Е. Л. Вартанова, положив в основу «не индустриальный, а контентно-функциональный принцип выделения» (2022: 10). Это позволило выделить: 1) институционализированных субъектов (традиционные СМИ), 2) неинституционализированных субъектов (новые профессионалы – блогеры, инфлюенсеры), 3) аудиторию (ее участие в распространении, интерпретации и оценке информации). Данный подход фиксирует важный методологический поворот: цифровая среда вынуждает описывать медиа не только как индустрию, но и как систему функций и контентных режимов (Вартанова, 2024: 3–30). Однако если предметом анализа становится не журналистская деятельность, а медиакоммуникации как гибридная среда, то ключевой становится другая перспектива: не кто производит контент и не какой контент производится, а какие формы взаимодействия становятся возможными и устойчивыми. Именно поэтому далее предлагается типология трех логик медиакоммуникационного взаимодействия, позволяющая сопоставлять сегменты по их онтологии, социальной логике и профессиональным следствиям.

Цель нашего исследования – предложить теоретико-концептуальную модель медиакоммуникаций как гибридной среды, описать три логики социального взаимодействия, выделить их онтологические и социальные различия и показать профессионально-образовательные последствия для подготовки специалистов по направлению «Медиакоммуникации».

Медиакоммуникации как гибридная среда: три оси анализа

Как мы зафиксировали ранее, в данной статье медиакоммуникации трактуются не как единичный процесс передачи сообщения посредством медиа и не как сумма каналов/платформ, а как гибридная коммуникационная среда, внутри которой сосуществуют разные формы опосредованного социального взаимодействия (коммуникационные порядки). Для нас принципиально подчеркнуть, что в этой оптике коммуникация не «транспорт» для информации, а механизм, который производит и удерживает социальные отношения, нормы и доверие. В этом смысле мы продолжаем исследовательскую линию, где коммуникация

рассматривается как условие социальности, а не как надстройка над ней.

Ю. Хабермас подчеркивал, что коммуникация выступает универсальным условием социальных отношений (2005: 16). Н. Луман радикализирует эту позицию: коммуникация – «строительный материал» социальных систем; если есть коммуникация, есть общество, если коммуникации нет – нет и социальной системы, коммуникация выполняет функцию «социального эквивалента согласия» (2011: 86). Более прагматичной и методически удобной для анализа организаций выглядит позиция Джеймса Р. Тейлора, который утверждал, что организация не столько «имеет» коммуникацию, сколько возникает из коммуникационных практик, которые ее конструируют и поддерживают (Taylor, 2011). Эти акценты важны потому, что позволяют нам перейти от описания медиакоммуникаций как функционирования «сообщений» к описанию медиакоммуникаций как коммуникативных порядков, то есть устойчивых форм взаимодействия, в которых закрепляются легитимность, авторитет, доверие, границы допустимого и ответственность.

Наряду со столь широкой трактовкой коммуникации и ее фундаментальной роли в обществе важной теоретической предпосылкой нашего исследования является концепт «медиатизация», описывающий проникновение медиа во все «поры» социальной жизни и участие медиакоммуникации в формировании социальной ткани современности (Hepp, Hjarvard, Lundby, 2015; Hepp, Krotz, 2014; Гуреева, 2018; Киртиклис, 2017; Ливингстон, 2017). Следовательно, медиакоммуникации следует рассматривать как сферу опосредованных практик, в которой меняются участие и ответственность акторов и вместе с этим меняются задачи коммуникатора как профессионального специалиста.

Концепт «гибридность» в данной работе заимствован у Э. Чедвика, который в книге «Гибридная медиасистема: политика и власть» анализирует проявления власти и легитимации в медиасистеме, где устойчиво смешиваются различные типы медиа и логики влияния (Chadwick, 2017). К концепту гибридности обращаются и отечественные исследователи. В частности, Е. Л. Вартанова отмечает, что даже «на уровне анализа функций мы видим отражение дискуссий о проблемах гибридизации содержания для медиасреды журналистикой, специалистами по рекламе и связям с общественностью как смежными медиакоммуникационными

полями» (2024: 27). На гибридизацию коммуникации обращают внимание и исследователи взаимодействия человека и искусственного интеллекта (Шилова, Плетнева, 2025). В нашем случае гибридность означает, что в одном и том же обществе (и часто вокруг одного события) действуют различные коммуникативные порядки: институциональная публичность, включая целенаправленную работу СМИ и иные формы институциональных высказываний, сетевая циркуляция на платформах и персональные/групповые диалоговые коммуникации. Эти порядки не сводятся друг к другу и не описываются одной универсальной моделью, поскольку различаются по тому, как устроена коммуникационная реальность, какие социальные отношения она производит и какой профессиональной позиции и компетенций требует от медиакоммуникатора.

Чтобы различать сегменты и не сводить медиакоммуникации к одной доминирующей модели (трансляции и производству контента), далее предлагается аналитическая рамка из трех осей, позволяющая описывать каждый сегмент как особую форму социального взаимодействия.

Первая ось фиксирует онтологию сегмента. Что является базовой единицей коммуникации и как организованы условия доступа и ответственности? Опираясь на эти маркеры онтологии, можно выделить три принципиально различных сегмента медиакоммуникации: 1) коммуникация как институционально оформленный акт предъявления реальности (публикация/официальное сообщение); 2) коммуникация как циркуляция и переупаковка сообщения в Сети (репост, рекомендация, меметизация, «жизнь» темы в метриках и алгоритмах); 3) коммуникация как контекстная реплика в диалоге, смысл которой зависит от адресата, отношений и ситуации. Онтологический анализ важен потому, что в гибридной среде «медиа» – это не только техническое посредничество, но и набор социально-технических условий, задающих форму видимости, темп коммуникации, распределение ролей и тип ответственности (Вартанова, 2020).

Вторая ось описывает социальную логику. Какой тип социальной связи формирует сегмент, какие формы власти и легитимации в нем возможны, как возникают согласование или конфликт, доверие или настороженность, интеграция или поляризация? Здесь анализ смещается от вопроса, какую информацию передают, к вопросу, какие отношения и порядки взаимодействия закрепляются. В разрезе выделенных сегментов социальная логика централизованной коммуникации связана с институциональной публич-

ностью, повесткой дня и символическим порядком; сетевая – с распределенной видимостью и множественностью центров влияния; диалоговая – с контекстом, доверием и нормами общения.

Третья ось задает профессиональную проекцию: какую роль играет профессиональный коммуникатор (выпускник направления подготовки «Медиакоммуникации») в каждом сегменте и какие компетенции обеспечивают решение коммуникационных задач социального института, организаций, компании, фирмы, в которой работает специалист? В трансляционной логике ключевыми становятся институциональная ответственность, стандарты производства, управление повесткой и репутацией; в распределительной – проектирование циркуляции, работа с платформенной логикой, сообществами и метриками; в диалоговой – фасилитация, модерация, поддержание доверия и деэскалация.

Предлагаемая далее модель трех логик социального взаимодействия (трансляционной, распределительной и диалоговой) понимается как идеально-типическая конструкция. Она не претендует на исчерпывающее описание всех форм коммуникации и не вводится как жесткая классификация эмпирических практик. Это аналитический конструкт. Его задача – дать импульс различения, позволяющий увидеть, что в гибридной среде сосуществуют разные коммуникативные порядки, описать их по единым основаниям (онтология/социальная логика/профессиональная проекция) и показать, что специфические для медиакоммуникаторов профессиональные проблемы возникают прежде всего на стыках и переходах между логиками.

Переходя от общей рамки к анализу сегментов, мы будем рассматривать каждую логику как особый коммуникативный порядок, со своей онтологией, типом социальной связности и набором профессиональных задач. Такой ход позволяет увидеть, как меняется роль медиакоммуникатора – от обеспечения институционально ответственной публичности к проектированию сетевой циркуляции и далее к поддержанию диалоговых форм доверия. С трансляционной логики централизованной медиакоммуникации мы и начнем.

Централизованная (массовая) медиакоммуникация: трансляционная логика

Централизованная медиакоммуникация в рамках настоящего исследования понимается как институционально организованный сегмент публичности, работающий по трансляционной модели.

Сообщение производится в профессиональной среде и предъявляется как завершенный акт публикации/выпуска для массовой аудитории. Этот сегмент хорошо описан в литературе (McQuail, 1987; Назаров, 2004; Киселев, 2011; Ворошилов, 2017 и др.), поэтому далее мы фиксируем прежде всего те его характеристики, которые важны для понимания переходов в гибридной среде, то есть то, что происходит после выпуска, когда публикация начинает жить вне институциональных представлений.

Онтологическое ядро сегмента – выпуск (публикация) как институциональный акт с закрепленным авторством. Здесь медиа задают не только техническое посредничество, но и организационно-правовой режим публичности. Доступ к публичной трансляции распределен неравномерно и оформлен процедурами продюсирования, отбора и редактуры. В этом смысле справедливо замечание П. Бурдье о том, что, например, условия телевизионной коммуникации – внешнее задание темы, регламентация формата и, прежде всего, ограничение времени – структурно сужают диапазон возможного высказывания (2002: 27). Для нас это важно не как «критика телевидения» (что является целью Бурдье), а как указание на механизм: форматная сжатость институционального высказывания повышает его пригодность к извлечению фрагментов и дальнейшей переупаковке, то есть заранее готовит материал к функционированию в распределительной (сетевой) среде. Может показаться, что данный тезис носит весьма сомнительный характер, однако в плотно насыщенном тексте, как правило, слова выполняют роль категорий, которые легко изымаются из текста, что и позволяет использовать его фрагменты как в сетевой, так и в межличностной коммуникациях.

Например, редакционный сюжет или пресс-брифинг почти неизбежно распадается на переносимые элементы: заголовок, короткий фрагмент, одна цифра, одна реплика, а то и просто мем. Именно эти элементы и оказываются «единицами дальнейшей жизни» в Сети. В результате институт отвечает за целое (выпуск), а аудитория в гибридной среде встречается прежде всего с частями и часто судит об институте по тому, какая часть стала видимой и в каком контексте она циркулирует. То есть общественные институты и бизнес-структуры должны постоянно мониторить и фиксировать возникающие противоречия, а профессиональная деятельность коммуникатора – работать с этими противоречиями, не допуская их перехода в конфликт. Это одна из ниш для тех, кто обучается профессии коммуникатора.

Социальная логика централизованной медиакоммуникации предполагает интеграцию социальной жизни на основе разделяемых ценностей. Можно сказать, что массовая коммуникация «создает» общество, в котором мы живем. Отсюда следует ключевая функция сегмента. Здесь производится «официально видимое» и тем самым задается повестка и рамки интерпретации с опорой на институциональный статус и профессиональные стандарты (стратегический ритуал) журналистики. Однако в гибридной среде процедурная легитимность становится лишь исходной точкой. Институционально предъявленные смыслы сразу попадают в конкурирующие режимы признания, сетевую циркуляцию и межличностные диалоги, где действуют иные механизмы легитимации.

Профессиональная проекция трансляционного сегмента определяется тем, что здесь действует институциональная публичность как режим процедурной ответственности. Сообщения предъявляются аудитории в форме выпуска/публикации, а качество и легитимность поддерживаются стандартами и закрепленным авторством. Внутри этой институциональной онтологии для нас принципиально важно выделить две профессиональные позиции, представленные нами ранее: журналист, понимаемый широко как информатор, и коммуникатор – как социальный архитектор.

Журналист-информатор производит публичную информацию и проверяемое знание. Его профессиональный объект – общественно значимая информация, предъявляемая в режиме доказательности; его критерии качества – точность, верифицируемость, прозрачность источников, контекст и ответственность за фактологическую корректность. Соответственно, ядро подготовки журналиста для работы в данном сегменте составляют следующие компетенции: «наблюдение за событиями, отбор значимых фактов, анализ фактов, презентационная и аналитическая обработка фактов (подготовка журналистского материала), предоставление журналистского материала аудитории (публикация), мониторинг реакции аудитории на публикацию, коррекция информационно-коммуникационной политики (личной и/или издания) на основе анализа реакции аудитории» (Коханова, Калмыков, 2009: 163).

Коммуникатор как социальный архитектор в этом же сегменте работает с иным объектом – с условиями институциональной публичности, ее воспроизводства. Критерии качества работы коммуникатора, которая, скорее, носит менеджериальный продюсерский характер, – организационная и правовая корректность

публичной позиции, согласованность действий и высказываний компании, фирмы, на которой работает коммуникатор, а также управляемость публичности в ситуации неизбежных переходов информации в сетевое и межличностное пространство. Поэтому ядро подготовки коммуникатора для работы в сегменте массовой коммуникации образуют компетенции проектирования медийной стратегии компании, организации, института; построения инфраструктуры (упаковка данных и контекста для публичного предъявления, фиксация границ конфиденциальности); управления траекториями после публикации (работа с уточнениями и ошибками, учет фрагментации и цитируемости уже на этапе выпуска). Обе эти ролевые структуры (журналиста и коммуникатора) реализуются в режиме партнерства, взаимности и согласованности.

Таким образом, препарируя целенаправленную (массовую) коммуникацию через ее содержание (онтологию), социальный эффект (социальность) и профессиональные требования, мы можем в качестве исследовательского вывода утверждать, что специфика централизованной медиакоммуникации определяется институциональной формой публичности и процедурой ответственности, но ее современный эффект все чаще задается управляемостью (или неуправляемостью) переходов в Сеть и диалог. Иначе говоря, «выпуск» остается ядром институционального сегмента, но в гибридной медиасреде он все чаще оказывается первым звеном траектории, а не ее последним словом.

Децентрализованная (сетевая) медиакоммуникация: распределительная логика

Мы используем термины «децентрализованная/сетевая медиакоммуникация» и «распределительная логика», имея в виду, что первая описывает характеристику медиасреды и распределение ее субъектов, а вторая – характеристику логики (механизм производства значимости через циркуляцию).

Распределительная логика описывает такой тип медиакоммуникации, в котором общественная значимость и социальный эффект сообщения задаются не столько фактом институциональной публикации, сколько траекторией ее циркуляции в Сети. Если для трансляционной логики ключевым является акт вещания «один – многим», то для сетевой медиакоммуникации решающим становится режим «многие – многим»: множественность источников,

ретрансляторов и интерпретаторов, а также возможность непрерывного перераспределения внимания между версиями, темами и фреймами. Такая постановка вопроса согласуется с подходами, описывающими современную медиасреду как смешение различных режимов влияния и легитимации, где «значимость» все чаще производится не только институтами, но и инфраструктурами распределения видимости (Фукс, 2025: 74–77).

Онтологическая специфика распределительной логики состоит в том, что медиасреда выступает не как «канал», а как инфраструктура, задающая условия того, что и как может стать заметным, обсуждаемым и реплицируемым (придающая видимость сообщению). В децентрализованной медиакоммуникации основной технологией, в которой реализуется распределительная логика, выступает «цифровая платформа». Однако платформа здесь важна не как место размещения контента, а как архитектура доступа, форматов участия, правил распространения и метрик успеха, то есть как совокупность условий, влияющих на закрепление одних смысловых конструкций и маргинализацию других. Ведущее место платформы в распределительной медиакоммуникации позволяет использовать ее как исследовательскую линзу современной медиасреды (Тышецкая, 2023).

Для распределительной логики принципиальны три взаимосвязанных онтологических признака.

Во-первых, в сетевой медиакоммуникации сообщение и его фрагменты легко отделяются от исходного контекста и продолжают существовать в виде цитат, нарезок, мемов и вторичных публикаций. Поэтому аналитической единицей становится сообщение не как завершенное творение журналиста, а как объект, пригодный к повторному использованию и переупаковке. Например, после выхода развернутого материала в Сети становится видимым не он, а один переносимый фрагмент – название, цифра или краткая цитата. В распределительной системе (циркуляции) она живет как самостоятельное высказывание и начинает производить эффект без исходных оговорок и контекста производства. Задача журналиста – заранее собрать доказательность так, чтобы ключевые смысловые «якоря» (источник, границы вывода, проверяемая формулировка) сохранялись даже в цитате; задача коммуникатора – управлять тем, где и как этот фрагмент закрепится, и не допустить его превращения в токсичную единицу.

Во-вторых, в децентрализованной медиакоммуникации распределение внимания зависит не только от решений участников Сети (акторов), но и от инфраструктурных механизмов ранжирования, рекомендаций и связанных с ними данных. Это делает «значимость сообщения» частично производной от непрозрачных правил, не принадлежащих ни автору, ни аудитории. Например, два сообщения сопоставимой фактологической силы получают разные траектории. Одно остается в «нулевой видимости», другое попадает в рекомендации и становится массовым поводом для переупаковок. В распределительной логике значимость частично производится инфраструктурой ранжирования, поэтому конкуренция разворачивается не только за содержание, но и за режим показа.

В-третьих, принципиально важным в онтологии сетевой медиакоммуникации, является то, что метрики реакции становятся не только измерителями, но и ориентирами действия. Просмотры, репосты и реакции подсказывают, что считать важным, успешным или достойным участия, и тем самым входят в ткань коммуникации, влияя как на интерпретации, так и на поведенческие реакции. Материал, получивший в первые минуты высокий отклик, начинает копироваться и повторяться уже не потому, что он хорош, а потому, что он активизирует внимание. Авторы и паблики подстраивают заголовки и акценты под формат реакции, и метрика превращается в норму. В результате меняется не только распространение, но и структура высказывания, смысл собирается под «кликабельность», а не под объяснение.

Социальная логика децентрализованной медиакоммуникации связана с иной формой социальной связанности. На месте аудитории как массы оказываются сообщества и сетевые публичности: объединения по интересам, идентичностям и практикам, а также временные «сборки» вокруг темы. Участник Сети является не только получателем сообщения, но и потенциальным соавтором и распространителем. Он усиливает одни интерпретации, ослабляет другие и добавляет собственные рамки и оценки. Отсюда возникает конкурирующий режим легитимации. Если в трансляционной логике легитимность привязана к институту и процедуре, то в распределительной она часто смещается к видимости и сетевому подтверждению. То, что интенсивно циркулирует и получает реакции, переживается как значимое. Это не отменяет институциональных

критериев доказательности, но создает напряжение между двумя способами «делать важным» – через процедурную публичность и через сетевую циркуляцию.

Поэтому смыслопроизводство в сетевой коммуникации чаще носит характер коллективной переработки, а не авторского закрепления интерпретации. Смысл возникает и изменяется в последовательности переупаковок, столкновений фреймов, полемик и меметизации; он быстрее «отлипает» от первоначального авторства и нередко превращается в маркер принадлежности («свой/чужой»), что повышает поляризационный потенциал среды. При этом децентрализация производства высказываний не означает автоматической демократизации. Власть не исчезает, а меняет форму – от прямого вещания к управлению видимостью, допустимостью и «успешностью через инфраструктуру участия» (Кастельс, 2016).

Профессиональная проекция децентрализованной медиакоммуникации особенно ясно показывает ограниченность модели, где медиакоммуникатор мыслится только как «создатель продукта». Предмет труда медиакоммуникатора смещается к условиям циркуляции: контекстам распространения, режимам видимости, нормам участия и динамике сообществ, а также к управлению рисками переходов от институциональной трансляции к сетевой переработке и от сетевой публичности к диалогам. Поэтому профессиональные роли, которые закрепляются в этом сегменте за коммуникатором (комьюнити-менеджмент, модерация, стратегии распространения, аналитика внимания), отражают не смену названий, а смену объекта управления. Журналист работает прежде всего с аргументированностью, доказательностью, а коммуникатор – с алгоритмической видимостью, метриками и архитектурой участия.

Таким образом, распределительная логика уточняет исходный тезис исследования о медиакоммуникаторе как социальном архитекторе. В сетевой медиакоммуникации социальная архитектура проявляется не в производстве еще одного сообщения, а в проектировании условий циркуляции и участия, при которых смыслы закрепляются или трансформируются, а социальные связи укрепляются либо разрушаются. Отсюда следует и образовательное следствие: приоритетом подготовки становится не только расширение инструментов создания контента, но и формирование компетенций работы с инфраструктурой видимости, нормами участия и ответственностью за сетевые эффекты.

Персональная (диалоговая) медиакоммуникация: логика доверия и контекста

Персональная (диалоговая) медиакоммуникация фиксирует такую логику взаимодействия, в которой ключевым становится не вещание и не сетевое распределение, а поддержание адресного контакта и координация действий и смыслов в режимах «один – один» и «один – несколько». Если в централизованной медиакоммуникации доминирует институциональная публичность, а в децентрализованной – инфраструктура циркуляции и видимости, то в диалоговой коммуникация разворачивается как отношение. При этом современные технологии позволяют как быстро включиться в отношения, так и «безболезненно» их разорвать. «Поведение, которое считалось бы грубым в контексте общения лицом к лицу (например, игнорирование кого-либо), может стать обычной стратегией в контексте онлайн-знакомств из-за относительной анонимности и простоты, обеспечиваемой опосредованными формами общения» (Якушина, 2023: 104). Результат диалоговой коммуникации зависит от доверия, контекстной уместности, взаимных ожиданий, норм близости и границ приватности.

Перечень функций, реализуемых персональной (диалоговой) медиакоммуникацией, которые фиксируют психологи, когда рассматривают межличностную коммуникацию, носит фундаментальный характер для развития личности и общества: средство объединения людей, управление их действиями, передача информации, регламентация поведения, выражение отношений к явлениям и процессам социальной жизни, развитие навыков взаимодействия в обществе, принятие норм и правил (Болотова, Жуков, 2015: 12). Все эти функции показывают, что в гибридном медиапространстве этот сегмент не является «остаточной» сферой межличностного общения. Именно здесь нередко решаются вопросы принятия и отторжения публичных и сетевых смыслов, формируются устойчивые установки и репутации источников, а видимое и обсуждаемое «приземляется» в повседневные практики.

Онтологическое ядро диалоговой медиакоммуникации задается тем, что высказывание здесь неотделимо от адресата и ситуации. Реплика имеет смысл не как автономный публичный объект, не как модульный циркулирующий объект, а как ход во взаимодействии, предполагающий конкретного другого, общий контекст, историю отношений и ожидание ответа. Поэтому аналитической

единицей становится не публикация и не пост, а эпизод взаимности, связка действий в диалоге: запрос и ответ, согласование и отказ, поддержка и возражение, уточнение и разрыв контакта (Гофман, 2026: 164–165). Важное место в диалоговой коммуникации занимает социальная семиотика, «отличающаяся мультимодальным характером и включающая помимо прочего такие паралингвистические знаки, как эмодзи, эмотиконы, мемы и др., которые выступают своего рода компенсаторным механизмом в новых реалиях коммуникативного взаимодействия» (Кольцова, Карташкова, 2022: 771). В этой логике коммуникация действительно производит социальное. Она не только сообщает, но и связывает, удерживает и разрывает.

Инфраструктурно диалоговая логика реализуется в мессенджерах, личной переписке, электронной почте, видеозвонках, а также в закрытых группах, однако определяется не «типом приложения», а способом коммуникации. Один и тот же сервис может поддерживать и сетевую циркуляцию, и диалоговую адресность. Различение задается тем, доминирует ли неопределенный круг возможных читателей или конкретный собеседник (малая группа), является ли общий контекст условием понимания, предполагается ли ограничение распространения и существует ли нормативное ожидание взаимности и ответа. При этом диалоговость не тождественна приватности. Адресный режим может реализовываться и в публичных пространствах, если сохраняются взаимность и ответственность в отношениях; приватность же выступает частным случаем, усиливающим контекстную зависимость.

Социальная логика диалоговой медиакоммуникации строится вокруг поддержания отношений. Здесь коммуникация поддерживает эмоциональные связи, помогает согласовывать действия и интерпретации в пределах малых групп. Основным ресурсом выступает доверие, а риском – его потеря. Диалоговая связность поддерживается также обязательствами взаимности (ожиданием ответа, соблюдением локальных норм), и нарушение этих ожиданий переживается как разрыв отношений, а не как нейтральное несогласие с информацией.

Признание смыслов и решений строится на репутации в отношениях, на признании «своего» источника, на опыте взаимодействия и на соответствии локальным ожиданиям. Многолетние эмпирические исследования Т. З. Адамьянц (2023) фиксируют взаимосвязь между качеством понимания интенции автора и виртуаль-

ными формами, посредством которых сознание «осваивает» воспринимаемое произведение, – от широко распространенных линейных до более редких многоуровневых. Смысл здесь чаще приобретает форму практического согласования: значимым становится не столько «что истинно вообще», сколько «что применимо здесь», «кому можно доверять», «как минимизировать риск» и «как сохранить отношения».

Профессиональная проекция диалоговой медиакоммуникации связана со смещением предмета труда от «сообщения как продукта» к условиям взаимодействия и управлению контекстом. В диалоговой логике результатом становится не охват и не публичный эффект как таковой, а устойчивость отношений и согласование смысла в малых группах. Кто кому доверяет, что считается допустимым, что принимается как «наше» и во что это превращается на уровне действий. Поэтому профессиональные позиции журналиста и коммуникатора здесь различаются не по каналу, а по объекту ответственности и критериям качества.

Журналист в диалоговом сегменте действует как информатор в режиме адресного запроса. Его задача – удерживать доказательность там, где смысл проверяется не «вообще», а в конкретном разговоре, через уточнения, сомнения, пересказы «для своих», попытки приложить факт к ситуации. В этом режиме особенно заметна работа журналиста за пределами создания контента – не только предъявить материал, но и поддержать проверяемость в общении, обозначить степень уверенности, объяснить основания, признать границы знания, исправить ошибку, не разрушив доверия к процедуре. Критерием качества становится не завершенность публикации, а устойчивость доверия к тому, как устроено знание.

Коммуникатор в диалоговом сегменте работает с иным объектом – с режимом доверия и порядком взаимодействия в малых группах. Здесь коммуникация легко соскальзывает из обсуждения смысла в спор статусов и ролей, а разногласие – в разрыв отношений, поэтому ключевой профессиональной задачей становится проектирование и поддержание норм включенности, правил реакции, границ приватности, допустимых способов несогласия и сценариев деэскалации. Если журналист отвечает за корректность факта и прозрачность оснований, то коммуникатор отвечает за то, чтобы разговор мог состояться как разговор, без разрушения взаимности, без вынесения контекстно-приватного в чужой

режим видимости и без токсичной эскалации. Связь журналистики и медиакоммуникаций в диалоговой логике проявляется не как конкуренция, а как разделение труда. Журналистика производит публично проверяемое знание, а коммуникатор дополняет институциональную публичность условиями, при которых публичное знание и сетевые обсуждения переводятся в режим согласования и устойчивых отношений, а не в режим разрыва и конфликтов.

Переходы между логиками как нормальный режим гибридной среды

В гибридном медиапространстве три логики социального взаимодействия сосуществуют не как изолированные секторы, а как взаимопроникающие режимы. Поэтому аналитически продуктивно смещать фокус с описания «чистых зон» на переходы между логиками. Именно переходы объясняют характерный парадокс современной медиасреды. Одна и та же тема одновременно присутствует в институциональной публичности, сетевой циркуляции и межличностных диалогах, а ее социальный эффект возникает не на одном уровне, а как результат сцепления режимов, как в механизме, где важнее не отдельные детали, а зубцы, которые входят в зацепление.

Гибридизация в данном контексте понимается как устойчивое смешение логик в рамках одного коммуникационного события. Институциональная публикация становится объектом сетевой переработки, затем «приземляется» в диалогах, где решается вопрос доверия и принятия смысла, и возвращается в публичность уже в иной нормированной или конфликтной форме. В условиях платформенной инфраструктуры и перманентной связности такой цикл является типовым, а не исключительным.

Особенно показательны для гибридизации пограничные территории между сетевой циркуляцией и диалогом. Именно здесь регулярно возникает эффект контекстного срыва. Высказывание, рассчитанное на конкретную адресность и нормы близости, извлекается из исходной ситуации и начинает циркулировать как сетевой объект, изменяя смысл, статус и последствия. Реплика преподавателя в «полузакрытом» чате курса, адресованная группе и произнесенная в логике педагогического взаимодействия (контекст, ирония, «свои» нормы), после скриншота становится сетевым объектом и начинает читаться как публичная позиция; далее

ее подхватывают внешние аудитории и она может «дойти» до институционального уровня (служебная проверка, официальные комментарии). Важно, что эффект возникает не из «искажения факта», а из смены режима существования высказывания и смены нормы интерпретации.

Для аналитического описания гибридности продуктивно выделить две типовые траектории переходов, различающиеся по направлению движения и по распределению профессиональной ответственности.

Первая траектория – сверху вниз. Институционально оформленная тема возникает в результате трансляции, затем становится объектом сетевой циркуляции и переработки и после этого «оседает» в диалогах, где решается вопрос принятия и доверия. На сетевом этапе тема ускоряется и трансформируется, упрощается через фрагментацию, переупаковывается в конкурирующие рамки, обретает эмоциональный тон и метрики значимости. На диалоговом этапе она закрепляется, подвижные версии превращаются в устойчивые интерпретации, которые определяют дальнейшее отношение к источнику и последующие реакции в публичном пространстве. В этой траектории журналист обеспечивает институционально проверяемую форму исходного знания и корректность публичного предъявления, а коммуникатор проектирует условия его циркуляции и «приземления» так, чтобы переупаковка не разрушала проверяемость и не превращала тему в токсичную виральность.

Вторая траектория – снизу вверх. Частная коммуникация (переписка, разговор в закрытой группе, адресная реплика) выходит за пределы исходного контекста и превращается в объект сетевой циркуляции, а при определенных условиях подхватывается институциональной публичностью через публикации, официальные реакции и правовые либо организационные решения. Эта траектория особенно конфликтогенна, поскольку часто запускается контекстным срывом и переживается участниками как смена правил игры. Высказывание оценивается в иной логике, чем та, в которой оно было произведено. Здесь журналист чаще оказывается в позиции публичной верификации и контекстуализации частного эпизода, тогда как коммуникатор отвечает за управление режимами приватности, нормами вынесения и процедурами восстановления доверия, когда частное становится публичным.

Общее для обеих траекторий состоит в том, что социальный эффект формируется на стыках. Следовательно, профессиональная деятельность в гибридной среде должна описываться как работа не только с сообщениями, но и с режимами перехода – с тем, как публичность перерабатывается Сетью, как сетевые форматы персонализируются и переходят в конфликты отношений, как диалоги становятся источником публичных кризисов и как восстанавливается доверие после срывов. В этой перспективе гибридизация выступает не побочным эффектом цифровизации, а структурным свойством современных медиакоммуникаций как среды.

Таким образом, подготовка специалистов по направлению «Медиакоммуникации» должна включать развитие компетенций проектирования коммуникативных порядков и управляемых переходов как центральной профессиональной задачи, а не как побочного «навыка работы в социальных сетях». Одновременно подготовка журналистов в условиях гибридной среды должна учитывать, что доказательность и ответственность становятся уязвимыми не только на этапе производства публикации, но и на этапе ее последующей циркуляции и «приземления» в межличностных диалогах.

Заключение

Проведенный анализ трех логик социального взаимодействия в гибридном медиапространстве позволяет перейти от общего тезиса о «социальном архитекторе» к конкретике профессиональных компетенций, которые должны формироваться у выпускников направления «Медиакоммуникации». Если профессиональная оптика журналиста-информатора сфокусирована на производстве проверяемого знания и институциональной публичности, то оптика медиакоммуникатора смещена к проектированию самих условий коммуникации.

Исходя из предложенной модели ядро подготовки специалиста по медиакоммуникациям составляют не столько навыки создания контента, сколько компетенции работы с коммуникативными порядками и управления переходами между ними. Выпускник направления «Медиакоммуникации» должен уметь решать следующие профессиональные задачи.

Проектирование режимов публичности и инфраструктуры проверяемости предполагает умение создавать условия, при которых

публичные данные и контекст остаются доступными для проверки, а риски конфликтной переинтерпретации на этапе выхода темы в сетевое пространство минимизируются.

В распределительной логике приоритетом становится не доставка контента, а проектирование его траектории, работа с алгоритмической видимостью, метриками внимания и нормами участия в сообществах. Компетенция медиакоммуникатора заключается в способности предвидеть переупаковку смыслов и проектировать условия, при которых ключевые положения доказательности сохраняются даже в условиях фрагментации и меметизации.

В опосредованной межличностной коммуникации задачей коммуникатора становятся отношения и контекст. Здесь требуются компетенции фасилитации и модерации, позволяющие удерживать взаимодействие в конструктивном русле, без соскальзывания в конфликт статусов. Основной становится способность проектировать нормы включенности, границы приватности и сценарии деэскалации, то есть те условия, при которых диалог сохраняет взаимность и доверие.

Поскольку социальный эффект в гибридной среде возникает на стыках коммуникации, центральной компетенцией становится способность диагностировать и проектировать эти переходы. Это включает: предвидение того, как институциональная публикация будет трансформироваться в Сети; предотвращение контекстных срывов при переносе высказываний из диалога в публичность; восстановление доверия и коммуникативных порядков, разрушенных в результате таких срывов.

Таким образом, образовательная модель медиакоммуникаций должна быть ориентирована на подготовку профессионала, работающего не с сообщением как конечным продуктом, а с социальной тканью, в которую это сообщение погружено. Выпускник призван стать архитектором коммуникативной реальности – проектировщиком связей, видимости и доверия, обеспечивающим устойчивость взаимодействия в условиях неизбежной гибридизации медиасреды.

Библиография

Адамьянц Т. З. Понимание в сфере социальной коммуникации как ментальная технология // Человек. 2023. Т. 34. № 1. С. 51–67. DOI: 10.31857/s023620070024827-6

Ахмадулин Е. В. Журналистика и медиакоммуникации: эволюция средств массовой информации или две системы? // Известия ЮФУ. Филологические науки. 2024. Т. 28. № 1. С. 194–204. DOI: 10.18522/1995-0640-2024-1-194-204

Болотова А. К., Жуков Ю. М. Психология коммуникаций. М.: ИД Высшей школы экономики, 2015.

Бурдье П. О телевидении и журналистике. М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», 2002.

Вартанова Е. Л. Развивая понимание медиа: от технологий к социальному пространству // Меди@льманах. 2020. № 5. С. 12–24. DOI: 10.30547/mediaalmanah.5.2020.1224

Вартанова Е. Л. К вопросу о последствиях цифровой трансформации медиасреды // Меди@льманах. 2022. № 2. С. 8–14. DOI: 10.30547/mediaalmanah.2.2022.814

Вартанова Е. Л. Функции журналистики: традиционные и актуальные подходы // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2024. № 6. С. 3–30. DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.6.2024.330

Ворошилов В. В. Теория и практика массовой информации: учебник. М.: КноРус, 2017.

Гофман Э. Формы разговора. М.: Изд-во книжного магазина «Циолковский», 2026.

Гуреева А. Н. Концептуализация процесса медиатизации в России и за рубежом // Меди@льманах. 2018. № 5. С. 24–31. DOI: 10.30547/media almanah.5.2018.2431

Кастельс М. Власть коммуникации. М.: ИД Высшей школы экономики, 2016.

Киртиклис К. Теория медиатизации как теория социальных изменений // Topos. 2017. № 1–2. С. 60–75.

Киселев А. Г. Теория и практика массовой информации: подготовка и создание медиатекстов. СПб.: Питер, 2011.

Коломиец В. П. Журналистика и медиакоммуникация: артикуляция исследовательских пространств // Меди@льманах. 2024. № 2. С. 18–26.

Кольцова Е. А., Карташкова Ф. И. Мультимодальный характер цифровой коммуникации: функционирование эмодзи в межличностном общении // Вестн. Росс. ун-та дружбы народов. Сер.: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2022. Т. 13. № 3. С. 769–783. DOI: 10.22363/2313-2299-2022-13-3-769-783

Конкина К. М., Храпова Д. М., Штифанова П. В. Концептуализация программы «Медиакоммуникации» на сайтах российских вузов: анализ с помощью математического моделирования // Информационное общество. 2025. № 6. С. 86–97.

Коханова Л. А., Калмыков А. А. Основы теории журналистики: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Журналистика». М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009.

Кривоносов А. Д. Медиакоммуникации: на пути к институализации? // Российская школа связей с общественностью – Альманах. 2021. Вып. 14. С. 13–28.

Ливингстон С. О медиации всего // Коммуникации. Медиа. Дизайн. 2017. Т. 2. № 2. С. 146–170. DOI: 10.17323/cmd.2017.7168

Луман Н. Общество общества. I–III. М.: Логос, 2011.

Назаров М. М. Массовая коммуникация и общество. М.: Аванти Плюс, 2004.

Тышецкая А. Ю. Цифровые платформы и современные медиакоммуникации: актуальные исследовательские подходы // Медиаскоп. 2023. Вып. 4. Режим доступа: http://www.mediascope.ru/2839 (дата обращения: 25.02.2025).

Фукс К. Основы критики социальных медиа: учеб. пособие. М.: ИД Высшей школы экономики, 2025.

Хабермас Ю. Модерн – незавершенный проект // Хабермас Ю. Политические работы. М.: Праксис, 2005. С. 7–31.

Шилова В. А., Плетнева М. А. Человек и системы искусственного интеллекта: формирование гибридной модели коммуникации // Гуманитарные науки. Вестн. Фин. ун-та. 2025. Т. 15. № 5. С. 6–16. DOI: 10.26794/2226-7867-2025-15-5-6-16

Якушина О. И. Современные цифровые средства коммуникации и их влияние на построение личных отношений // Теория и практика общественного развития. 2023. № 7. С. 97–106. DOI: 10.24158/tipor.2023.7.13

Chadwick A. (2017) *Hybrid media system: Politics and power. New York: Oxford University Press. 368 p.* DOI: 10.1093/oso/9780190696726.001.0001.

Hepp A., Hjarvard S., Lundby K. (2015) Mediatization: Theorizing the Interplay between Media, Culture and Society. *Media, Culture & Society* 37 (2): 314–324. DOI: 10.1177/0163443715573835.

Hepp A., Krotz F. (2014) Mediatized worlds – understanding everyday mediatization. In: Hepp A., Krotz F. (eds.) *Mediatized Worlds. Culture and Society in a Media Age*. Basingstoke: Palgrave. Pp. 1–15. DOI: 10.1057/9781137300355_1.

McQuail D. (1987) *Mass Communication Theory: an Introduction. London: Sage.*

Taylor J. R. (2011) Organization as an (Imbricated) Configuring of Transactions. *Organization Studies* 32 (9): 1273–1294. DOI: 10.1177/0170840611411396.

References

Adam'yants T. Z. (2023) Ponimanie v sfere sotsial'noj kommunikatsii kak mental'naya tekhnologiya [Understanding in the sphere of social communication as a mental technology]. *Chelovek* 34 (1): 51–67. DOI: 10.31857/s023620070024827-6. (In Russian)

Akhmadulin E. V. (2024) Zhurnalistika i mediakommunikatsii: evolyutsiya sredstv massovoj informatsii ili dve sistemy? [Journalism and media communications: the evolution of mass media or two systems?]. *Izvestiya YuFU. Filologicheskie nauki* 28 (1): 194–204. DOI: 10.18522/1995-0640-2024-1-194-204. (In Russian)

Bolotova A. K., Zhukov Yu. M. (2015) *Psikhologiya kommunikatsij* [Psychology of communications]. Moscow: Higher School of Economics Publ. (In Russian)

Bourdieu P. (2002) *O televidenii i zhurnalistike* [On television and journalism]. Moscow: Pragmatika kul'tury Publ. (In Russian)

Castells M. (2016) *Vlast' kommunikatsii* [Communication power]. Moscow: Higher School of Economics Publ. (In Russian)

Chadwick A. (2017) *Hybrid media system: Politics and power. New York: Oxford University Press. 368 p.* DOI: 10.1093/oso/9780190696726.001.0001.

Fuchs C. (2025) *Osnovy kritiki sotsial'nykh media: ucheb. posobie* [Foundations of social media critique: a textbook]. Moscow: Higher School of Economics Publ. (In Russian)

Goffman E. (2026) *Formy razgovora* [Forms of talk]. Moscow: Tsiolkovskij Publ. (In Russian)

Gureeva A. N. (2018) Kontseptualizatsiya protsessa mediatizatsii v Rossii i za rubezhom [Conceptualization of the mediatization process in Russia and abroad]. *Medi@l'manah* (5): 24–31. DOI: 10.30547/mediaalmanah.5.2018.2431. (In Russian)

Habermas J. (2005) Modern – nezavershyonnyj proekt [Modernity – an unfinished project]. In: Habermas J. *Politicheskie raboty* [Political writings]. Moscow: Praksis Publ. Pp. 7–31. (In Russian)

Hepp A., Hjarvard S., Lundby K. (2015) Mediatization: Theorizing the Interplay between Media, Culture and Society. *Media, Culture & Society* 37 (2): 314–324. DOI: 10.1177/0163443715573835.

Hepp A., Krotz F. (2014) Mediatized worlds – understanding everyday mediatization. In: Hepp A., Krotz F. (eds.) *Mediatized Worlds. Culture and Society in a Media Age*. Basingstoke: Palgrave. Pp. 1–15. DOI: 10.1057/9781137300355_1.

Kirtiklis K. (2017) Teoriya mediatizatsii kak teoriya sotsial'nykh izmenenij [Mediatization theory as a theory of social change]. *Topos* (1–2): 60–75. (In Russian)

Kiselyov A. G. (2011) *Teoriya i praktika massovoj informatsii: podgotovka i sozdanie mediatekstov* [Theory and practice of mass information: preparation and creation of media texts]. St. Petersburg. (In Russian)

Kokhanova L. A., Kalmykov A. A. (2009) *Osnovy teorii zhurnalistiki: ucheb. posobie* [Foundations of journalism theory: a textbook]. Moscow: YUNITI-DANA Publ. (In Russian)

Kolomiets V. P. (2024) Zhurnalistika i mediakommunikatsiya: artikulyatsiya issledovatel'skikh prostranstv [Journalism and media communication: the articulation of research spaces]. *Medi@l'manah* (2): 18–26. (In Russian)

Kol'tsova E. A., Kartashkova F. I. (2022) Mul'timodal'nyj kharakter tsifrovoj kommunikatsii: funktsionirovanie emodzi v mezhlichnostnom obshchenii [The multimodal nature of digital communication: the functioning of emoji in interpersonal communication]. *Vestnik Rossijskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Teoriya yazyka. Semiotika. Semantika* 13 (3): 769–783. DOI: 10.22363/2313-2299-2022-13-3-769-783. (In Russian)

Konkina K. M., Khrapova D. M., Shtifanova P. V. (2025) Kontseptualizatsiya programmy «Mediakommunikatsii» na sajtakh rossijskikh vuzov: analiz s pomoshch'yu matematicheskogo modelirovaniya [Conceptualization of the «Media Communications» program on Russian university websites: an analysis using mathematical modeling]. *Informatsionnoe obshchestvo* (6): 86–97. (In Russian)

Krivonosov A. D. (2021) Mediakommunikatsii: na puti k institualizatsii? [Media communications: on the path to institutionalization?]. *Rossijskaya shkola svyazej s obshchestvennost'yu – Al'manakh* (14): 13–28. (In Russian)

Livingstone S. (2017) O mediatsii vsego [On the mediation of everything]. *Kommunikatsii. Media. Dizajn* 2 (2): 146–170. DOI: 10.17323/cmd.2017.7168. (In Russian)

Luhmann N. (2011) *Obshchestvo obshchestva. I–III* [Society of society. I–III]. Moscow: Logos Publ. (In Russian)

McQuail D. (1987) *Mass Communication Theory: an Introduction. London: Sage.*

Nazarov M. M. (2004) *Massovaya kommunikatsiya i obshchestvo* [Mass communication and society]. Moscow: Avanti Plyus Publ. (In Russian)

Shilova V. A., Pletneva M. A. (2025) Chelovek i sistemy iskusstvennogo intellekta: formirovanie gibridnoj modeli kommunikatsii [Humans and artificial intelligence systems: the formation of a hybrid communication model]. *Gumanitarnye nauki. Vestnik Finansovogo universiteta* 15 (5): 6–16. DOI: 10.26794/2226-7867-2025-15-5-6-16. (In Russian)

Taylor J. R. (2011) Organization as an (Imbricated) Configuring of Transactions. *Organization Studies* 32 (9): 1273–1294. DOI: 10.1177/01708 40611411396.

Tyshetskaya A. Yu. (2023) Tsifrovye platformy i sovremennye mediakommunikatsii: aktual'nye issledovatel'skie podkhody [Digital platforms and contemporary media communications: current research approaches]. *Mediaskop* (4). Available at: http://www.mediascope.ru/2839 (accessed: 25.02.2025). (In Russian)

Vartanova E. L. (2020) Razvivaya ponimanie media: ot tekhnologij k sotsial'nomu prostranstvu [Developing an understanding of media: from technologies to social space]. *Medi@l'manah* (5): 12–24. DOI: 10.30547/ mediaalmanah.5.2020.1224. (In Russian)

Vartanova E. L. (2022) K voprosu o posledstviyakh tsifrovoj transformatsii mediasredy [On the consequences of the digital transformation of the media environment]. *Medi@l'manah* (2): 8–14. DOI: 10.30547/mediaalmanah.2.2022. 814. (In Russian)

Vartanova E. L. (2024) Funktsii zhurnalistiki: traditsionnye i aktual'nye podkhody [Functions of journalism: traditional and current approaches]. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika* (6): 3–30. DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.6.2024.330. (In Russian)

Voroshilov V. V. (2017) *Teoriya i praktika massovoj informatsii: uchebnik* [Theory and practice of mass information: a textbook]. Moscow: KnoRus Publ. (In Russian)

Yakushina O. I. (2023) Sovremennye tsifrovye sredstva kommunikatsii i ikh vliyanie na postroenie lichnykh otnoshenij [Modern digital means of communication and their impact on building personal relationships]. *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya* (7): 97–106. DOI: 10.24158/tipor.2023.7.13. (In Russian)

Поступила в редакцию
24.03.2026

ИСТОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

Курдин Юрий Александрович, кандидат филологических наук, доцент, заведующий сектором проектно-исследовательской деятельности Центральной городской библиотеки имени А. М. Горького, г. Арзамас, Россия; e-mail: yukurdin@mail.ru, ORCID 0000-0002-5652-487X

Панов Александр Ростиславович, доктор исторических наук, доцент, заведующий кафедрой истории, обществознания и права, Арзамасский филиал Нижегородского государственного университета имени Н. И. Лобачевского, г. Арзамас, Россия; e-mail: panov_alexandr@mail.ru, ORCID 0000-0001-5432-5239

Ширинянц Александр Андреевич, доктор политических наук, профессор, заведующий кафедрой истории социально-политических учений, факультет политологии МГУ имени М. В. Ломоносова, профессор кафедры сравнительной политологии, факультет гуманитарных и социальных наук Российского университета дружбы народов имени Патриса Лумумбы, г. Москва, Россия; e-mail: jants@yandex.ru, ORCID 0000-0002-6949-2256

АМЕРИКАНСКАЯ ГАЗЕТА “NEW YORK HERALD” О ПРИОБРЕТЕНИИ АЛЯСКИ

В статье на примере публикаций газеты «Нью-Йорк Геральд» (New York Herald) рассматривается реакция современников на соглашение 18 (30) марта 1867 г. Выбор издания с большой аудиторией и выраженной политической позицией объясняется его влиянием на общественное мнение США. В работе используются не только публикации, в которых договор 1867 г. оценивался постфактум, но и выходившие ранее, касавшиеся американских интересов на Аляске. В вопросе приобретения принадлежащих России американских земель издание занимало последовательную позицию, однозначно поддерживая сделку. Уже в ходе Крымской войны, по мнению редакции «Нью-Йорк Геральд», создалась подходящая ситуация для оформления уступки территорий. Тогда прогнозы не оправдались, но газета быстро отреагировала на новости о подписании договора в марте 1867 г., обосновывая целесообразность сделки не только расчетами геополитического характера, но и возможной экономической выгодой.

***Ключевые слова**: “New York Herald”, американская пресса, продажа Аляски, российско-американские отношения.*

Как цитировать: *Курдин Ю. А., Панов А. Р., Ширинянц А. А.* Американская газета New York Herald о приобретении Аляски // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2026. № 3. С. 117–136. DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.3.2026.117136

Yuriy A. Kurdin, PhD in Philology, Head of the Sector of Design and Research Activities of A. M. Gorky Central City Library, Arzamas, Nizhny Novgorod region, Russia; e-mail: yukurdin@mail.ru, ORCID 0000-0002-5652-487X

Aleksandr R. Panov, Doctor of Historical Science, Head of the Department of History, Social Sciences and Law of Arzamas branch of State University of Nizhny Novgorod, Arzamas, Nizhny Novgorod region, Russia; e-mail: panov_alexandr@mail.ru, ORCID 0000-0001-5432-5239

Aleksandr A. Shirinyants, Doctor of Political Science, Professor, Head of the Department of History of Social and Political Doctrines, Faculty of Political Science, Lomonosov Moscow State University; Professor of the Department of Comparative Political Science, Faculty of Humanities and Social Sciences, RUDN University, Moscow, Russia; e-mail: jants@yandex.ru, ORCID 0000-0002-6949-2256

AMERICAN NEWSPAPER NEW YORK HERALD ON THE ACQUISITION OF ALASKA

The Russian-American treaty of March 18 (30), 1867, remains a subject of scholarly debate, with one of the most important aspects of this issue being its contemporary reception. A study of newspaper publications allows for a better understanding of the perceived reasons for its conclusion and the anticipated consequences. New York Herald was chosen because its significant readership, combined with claims of independence in a political sense, ensured its influence on public opinion in the United States. On the issue of the acquisition of Alaska, the newspaper took a consistent position, unequivocally supporting the deal. The publication's publishing activity on this issue reveals two peaks: 1854, when the newspaper, acting as a "prophet of menace," attempted to push the government to immediate action; and late March–April 1867, when the editorial board transformed into a "triumphant" – the deal was presented as the logical culmination of years of anticipation and the fulfillment of a "predestination." The newspaper's publications clearly display dominant semantic themes. Geopolitical calculations occupy a central place, according to which the acquisition of Alaska would become an instrument for displacing Great Britain from the North American continent and establishing complete US hegemony there. Equally significant is the dominant ideological narrative, which views US expansion as the fulfillment of a higher destiny, the will of Providence, which cannot be restrained. Arguments based on economic benefits play a more supportive role and are usually used in the context of geopolitical and ideological discourse. The image of Russian Empire that is being created is also interesting: during the Crimean War, Russia is portrayed as a weak partner in need of American support, but in 1867 it acquires the features of a "wise" ally, voluntarily ceding territory.

***Key words**: New York Herald, American press, sale of Alaska, Russian-American relations.*

To cite this article: Kurdin Yu. A., Panov A. R., Shirinyants A. A. (2026) Amerikanskaya gazeta New York Herald o priobretenii Alyaski [American newspaper

New York Herald on the acquisition of Alaska]. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika 3*: 117–136. DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.3.2026.117136

DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.3.2026.117136

Постановка проблемы

Русско-американское соглашение о продаже Аляски до сих пор остается предметом активного научного обсуждения (Букарин, Минц, 2021: 101–107; Самылкин, 2017: 408–412), причем одним из наиболее важных аспектов проблемы является восприятие договора современниками. Помимо российского и американского правительств, у которых имелись свои мотивы и цели относительно территориальной сделки, интерес к ней проявляли и другие государства, а также общественность, которая не была в курсе закулисных интриг и потому полагалась на сведения, приводившиеся в средствах массовой информации. Изучение газетных публикаций, касающихся российско-американского договора 18 (30) марта[1] 1867 г., позволяет лучше понять, каковы были причины его заключения и ожидаемые последствия для США и России.

Реакция периодических изданий – прежде всего, российских и американских – на передачу Аляски уже неоднократно становилась темой специальных исследований. Так, сводный анализ оценки приобретения новых территорий в нескольких десятках американских газет представлен в статье Р. Уэлча, который оспаривает сложившееся мнение о негативном отношении к договору и показывает, что в действительности многие представители прессы либо поддержали его, либо, по крайней мере, не высказывались против (Welch, 1958: 492–493). В работе В. Х. Рейд используются разнообразные источники для выяснения точки зрения современников событий – в том числе даются ссылки на средства массовой информации, причем с цитированием ключевых фрагментов (Reid, 1940). Общий анализ материалов периодики с сопоставлением позиций отдельных газет был проведен отечественным американистом Н. Н. Болховитиновым: в его монографии, посвященной российско-американским отношениям во второй трети XIX в., выделены главы «Общественность США и ратификация договора 1867 г.» и «Русская печать и продажа Аляски» (1990). Есть публикации, где проблема рассматривается на примере отдельных газет, например американских изданий карикатурной направленности (Алентьева, 2023: 117–125), а также крупнейших российских газет

того времени – «Московских ведомостей» (Гринев, 2020: 21–31) и «Голоса» (Панов, 2025: 74–88).

Хронологические рамки нашего исследования охватывают период с 1854 г., когда появляются первые публикации о возможности уступки Русской Америки, до середины апреля 1867 г., когда американские газеты, включая «Нью-Йорк Геральд», оценивали плюсы и минусы заключенного договора. Из общего массива данных, насчитывающего более 4000 газетных номеров, выбирались публикации, отвечающие двум условиям: тематическая релевантность (прямое упоминание Русской Америки) и наличие оценочного суждения в эксплицитной или имплицитной форме (а не просто изложение фактов).

Место «Нью-Йорк Геральд» в американской прессе середины XIX в.

Среди американских периодических изданий середины XIX в. выделялась газета «Нью-Йорк Геральд», основанная в 1835 г. Дж. Г. Беннеттом и довольно быстро приобретшая известность. Фундаментальным этапом в истории американской журналистики считаются годы Гражданской войны (1861-1865), когда интерес к событиям привел к значительному увеличению газетных тиражей и росту значения периодической печати в жизни страны (Наквакина, 2006: 317). Особенно же преуспела на ниве новостной журналистики именно «Нью-Йорк Геральд», которая к середине 1860-х гг. стала ведущей ежедневной газетой в городе и стране: ее тираж весной 1865 г. достиг 131 000 экземпляров в день, что превысило совокупные тиражи всех других ежедневных изданий Нью-Йорка (Crouthamel, 1989: 151). К этому времени Дж. Г. Беннетт, бессменный (на протяжении трех десятилетий) редактор «Нью-Йорк Геральд», стал отходить от дел, передав основные обязанности по управлению газетой сыну, но вплоть до своей смерти, последовавшей в 1872 г., он продолжал определять издательскую политику, характерной особенностью которой было пристальное внимание к международным новостям в контексте национальных интересов США. Беннетт-старший поддерживал экспансионистские идеи, считая целью американской внешней политики приобретение полной гегемонии в Западном полушарии.

С учетом этих обстоятельств вполне объяснимо, что вопрос о приобретении Аляски получил на страницах «Нью-Йорк Геральд»

детальное освещение. Общий настрой газеты определяется исследователями как благосклонное отношение к договору (Welch, 1958: 487–488), но имеет смысл более тщательно проанализировать публикации, в которых высказывались оценочные суждения: значительная аудитория, демонстративная независимость газеты от каких бы то ни было политических партий обеспечивали «Нью-Йорк Геральд» заметное влияние на общественное мнение США. Также нужно отметить, что и за рубежом нью-йоркская газета была хорошо известна, часто цитировалась и воспринималась как «барометр» мнения американцев: к примеру, «Голос» неоднократно ссылался на нее, рассказывая российским читателям, как соглашение воспринимают в США (Панов, 2025: 79–80). К сожалению, авторство статей в газетных номерах тех лет не приводится, но с учетом важности темы Аляски и наличия явной последовательности в высказываниях можно полагать, что человеком, определявшим позицию издания, являлся редактор «Нью-Йорк Геральд» Дж. Г. Беннетт.

«Нью-Йорк Геральд» о перспективах приобретения американских владений России во время Крымской войны и после ее окончания

Слухи о возможном приобретении американских владений России начали возникать задолго до заключения договора 1867 г. Так, в 1854 г. редакция «Нью-Йорк Геральд» неоднократно рассуждала на эту тему и одна из заметок вышла под красноречивым названием «Предполагаемая продажа Русской Америки Соединенным Штатам», причем ей предшествовала обширная статья, заимствованная из франкоязычной газеты «Тихоокеанское эхо» (*L'Écho du Pacifique*), издававшейся в Сан-Франциско, в которой подробно рассказывалось об этих территориях[2]. Автор статьи полагает, что у России, оказавшейся в затруднительном положении в ходе Крымской войны, не остается иного выхода, чем продать владения США, чтобы те не были захвачены Великобританией[3]. Нью-йоркская газета безоговорочно высказывается в пользу немедленного согласия на покупку, заявляя, что имеющиеся у США средства не могут быть «использованы лучше, чем для освоения предложенной нам территории», и проводя аналогию с Луизианой, приобретенной у Франции[4]. В качестве предполагаемых выгод в ней упоминается возможность развития китобойного

промысла, но главным образом подчеркивается политическое значение соглашения, а именно – превращение американцев в «хозяев западного побережья Америки от Арктики до границ Мексики»[5], поскольку после включения Аляски в состав Соединенных Штатов Великобритании придется уступить свои владения, с обеих сторон окруженные американскими землями. Несколькими днями позднее «Нью-Йорк Геральд» возвращается к поднятой теме в рамках обсуждения российско-американской конвенции о морском нейтралитете, подписанной 22 июля 1854 г., и открыто критикует государственного секретаря В. Л. Марси. По мнению автора заметки, если бы на месте Марси был Б. Франклин, то первым пунктом любого договора с Россией, чьим американским владениям угрожает британский флот в Тихом океане, стала бы покупка Русской Америки[6].

9 августа 1854 г. «Нью-Йорк Геральд» привела материал из британской газеты «Вестник судоходства и торговли» (*Shipping and Mercantile Gazette*) об операциях на Тихом океане, в котором дается прогноз, что захват русских фортов в Америке не представляет каких-либо сложностей и вполне по силам паре военных судов Великобритании[7]. Несколькими днями позже, вновь со ссылкой на английскую прессу – на этот раз на статью в лондонской вечерней газете «Глобус» (*The Globe*), «Нью-Йорк Геральд» вновь поднимает тему о возможной атаке российских владений военно-морскими силами Великобритании[8]. Очевидно, что британские хвастливые заявления на страницах нью-йоркского издания должны побудить правительство к более решительным действиям, дабы не упустить Русскую Америку, которая может стать легкой добычей англичан.

Любопытно, что публикации «Нью-Йорк Геральд» вызвали определенный резонанс даже в Европе, о чем свидетельствует опубликованное 25 августа письмо, адресованное редактору лондонской газеты «Таймс» (*The Times*). Автором послания, датированного 8 августа, был А. К. Исбистер, хорошо знакомый с положением дел в Британской Северной Америке. В молодости Исбистер работал в Компании Гудзонова залива (КГЗ), но довольно быстро разочаровался и в 1840–1850-х гг., уже после переезда в Британию, превратился в ярого противника этой компании. Будучи метисом, он взялся защищать права местного населения Земли Руперта и доказал, что компания пренебрегала интересами индейцев. Результатом всего этого стало громкое парламентское расследование 1857 г. (подробнее см.: Cooper, 1988). Поводом для обращения

в редакцию «Таймс» стала помещенная в лондонской газете выдержка из «Нью-Йорк Геральд», согласно которой Россия, опасаясь потери своих американских владений, начала переговоры с США по поводу их продажи. Исбистер соглашается с выводами «Нью-Йорк Геральд» относительно экономических и политических выгод сделки для американцев и указывает, каким образом Великобритания может противодействовать российско-американским переговорам[9]. Он напоминает о наличии арендного договора, по которому Компания Гудзонова залива приобрела у Российско-Американской компании (РАК) права на материковое побережье Юго-Восточной Аляски. Соответственно, как пишет Исбистер, лучшие гавани в данный момент фактически находятся в ведении КГЗ, остальная же часть Русской Америки представляет весьма малую ценность. Автор письма заключает, что передача в аренду территорий невозможна без расторжения соглашения, и добавляет, что «любая попытка такого рода полностью оправдала бы наше стремление превратить временное приобретение желанного прибрежного участка в абсолютное владение»[10].

Редакция «Нью-Йорк Геральд» воздержалась от комментариев, ведь они были излишни: складывалось впечатление, что правоту американского издания подтверждают даже внешнеполитические соперники США. Видимость того, что прогнозы о британской угрозе северотихоокеанским владениям России сбываются, создавалась также информацией «Нью-Йорк Геральд» о нападении англо-французской эскадры на Петропавловск осенью 1854 г.[11]

Правда, позднее газета была вынуждена признать, что жителям Ново-Архангельска и окрестных земель английское вторжение не угрожает в силу заключенного между КГЗ и РАК соглашения, одобренного британским и российским правительствами: по условиям договоренности, территориальные владения обеих компаний приобретали нейтральный статус. Поэтому сообщение об эвакуации оттуда русского населения было названо ложным[12]. Этот договор в Великобритании был воспринят неоднозначно – высказывались мнения, что в данном случае выгоды частной компании перевесили национальные интересы: в «Нью-Йорк Геральд» была напечатана заметка из «Вестника судоходства и торговли», в которой давалась нелицеприятная оценка КГЗ и выражалось возмущение по поводу бездействия английских военно-морских сил в этом регионе, что, по словам автора, дискредитирует Британскую империю в глазах союзников[13]. Лондонская газета утверждает, что

США оказывают России помощь, желая купить российские территории, что могло бы произойти, если бы не отказ британского правительства признавать подобную сделку; упоминается, что британцы прямо уведомили правительство Соединенных Штатов о том, что они «намерены вступить во владение рассматриваемой территорией, и, следовательно, любая продажа будет недействительной»[14].

Таким образом, многие читатели, доверяющие газетным публикациям, могли воспринимать Аляску как территорию, которую России – в контексте Крымской войны – было явно не под силу сохранить, так что вопрос заключался лишь в том, кому она достанется: Великобритании или США. Однако следует признать, что оценки «Нью-Йорк Геральд» были более адекватными, чем суждения британских изданий. Газета не стала упорствовать в стремлении подтолкнуть собственное правительство к сделке, благоприятно отзываясь о России даже в контексте ее политики на Дальнем Востоке: спустя несколько месяцев после завершения Крымской войны издание в спокойном тоне, без каких-либо комментариев отмечает, что «российское правительство стало обращать внимание на свою американскую территорию»[15], организовав экспедицию, насчитывавшую 500 колонистов. Также газета не поддалась на провокационный тон британских публикаций, очевидной целью которых было вбить клин между США и Россией, выставив российскую политику в негативном свете. «Наши английские друзья», замечает «Нью-Йорк Геральд», заранее выражают сочувствие американцам, которые якобы вскоре на собственном опыте убедятся в агрессивной, экспансионистской политике России[16]. Нью-йоркская газета, напротив, усматривает угрозу со стороны Великобритании, с Россией же все пограничные трудности улажены договором 1824 г., и она не вызывала и не вызывает беспокойства у США[17].

Очередной всплеск интереса к Русской Америке был вызван речами У. Г. Сьюарда, который в 1860 г. претендовал на роль кандидата в президенты от республиканской партии, хотя в этом соперничестве все же уступил А. Линкольну, получив взамен пост государственного секретаря. Современными исследователями Сьюард оценивается как выдающийся идеолог американского экспансионизма той эпохи: центральной идеей его доктрины «предопределения судьбы» была убежденность в том, что Соединенным Штатам предписано свыше господствовать над Северо-

американским континентом и Западным полушарием (Монахов, 1980: 131–133). Его риторика положительно воспринималась Дж. Г. Беннеттом, общность взглядов сделала издателя твердым сторонником внешнеполитического курса Сьюарда, особенно в период после Гражданской войны (Crouthamel, 1989: 138). Показательно, что редакция «Нью-Йорк Геральд» назвала речь Сьюарда, с ее ключевыми идеями о приобретении Британской, Русской и Испанской Америк, а также об уничтожении рабства в США, программой «великого всеобъемлющего будущего республиканской партии, начертанного ее основателем и авторитетным апостолом»[18, 19]. На другой полосе этого же номера были размещены пояснения и комментарии редакции относительно слов сенатора о «возможной аннексии». В последующие дни газета продолжала знакомить своих читателей с предвыборными выступлениями Сьюарда, разделяя его оптимизм относительно увеличения территории Соединенных Штатов в недалеком будущем: тот рисовал в своих выступлениях грандиозные картины, заявляя, что «северная граница США должна быть перенесена на границу Русской Америки, а южная граница республики в конечном счете будет простираться до Панамского перешейка, а возможно, и до Магелланова пролива»[20].

Однако реализацию амбициозных внешнеполитических планов пришлось отложить из-за гражданской войны, развернувшейся после избрания Линкольна президентом. Тем не менее интерес к Аляске сохранялся и даже подогревался начинающейся золотой лихорадкой: в одном из номеров «Нью-Йорк Геральд» рассказывала о наплыве искателей приключений из Британской Колумбии, которые, не обращая внимания на протесты российских властей, угрожали захватить эти земли силой, если Россия добровольно их не уступит[21]. Также газета время от времени напоминала читателям о масштабном проекте строительства телеграфной линии, которая должна была связать Евразию с Америкой через Берингов пролив[22].

Русско-американское соглашение 18 (30) марта 1867 г. и его последствия в оценке «Нью-Йорк Геральд»

Окончание войны Севера и Юга позволило американскому правительству вернуться к более активной внешней политике, тем более что ее проводником оставался госсекретарь Сьюард, но идея приобретения Аляски, казалось, утратила злободневность, и вплоть

до марта 1867 г. упоминания в «Нью-Йорк Геральд» о Русской Америке преимущественно были связаны с проектом межконтинентального телеграфа.

Газета в общем позитивно отзывалась о России и перспективах развития российско-американских отношений: «Россия в Старом Свете во многом похожа на Соединенные Штаты в Новом. Демократическая Америка <...> и деспотическая Россия <...> бесспорно, являются самыми растущими нациями современного мира <...> Интересно наблюдать, как два гиганта сближаются»[23].

Подписание 30 марта 1867 г. русско-американского договора стало сюрпризом как для российской прессы, так и для нью-йоркской газеты. На следующий день газета «Нью-Йорк Геральд» вышла со статьей «Важный договор – уступка Русской Америки Соединенным Штатам». Характерно, что сама редакция называла это соглашение «предполагаемым» (*proposed*) и не скрывала, что известие о нем стало неожиданным[24]. Впрочем, газета сразу заявила о важном значении сделки как с коммерческой, так и с политической точки зрения: стоимость в 7 млн долларов определяется как «чисто номинальная», поскольку приобретаемые ценности в виде рыболовства и торговли пушниной значительно превышают эту сумму. Также соглашение рассматривается как «свидетельство тесных и дружественных отношений, существующих между двумя великими державами, и проявление согласия российского правительства с политикой, которая отказывает европейским монархиям в праве создавать королевства и доминионы на американском континенте»[25]. Хотя вторая часть этой формулировки, конечно, мало соответствовала намерениям России, автор статьи без тени смущения идет еще дальше в своих рассуждениях: теперь потребуется лишь «аннексия или поглощение Британской Колумбии и острова Ванкувер, чтобы все тихоокеанское побережье к северу от Мексики стало нашим собственным; и так или иначе этот результат, несомненно, будет достигнут»[26]. Великобритании же рекомендуется «благоразумно» последовать российскому примеру и удалиться с континента, где ее установления неуместны. В конце статьи отмечается, что новое приобретение значимо и с учетом развития торговых связей США с Китаем и Японией.

На другой полосе приводятся более подробные сведения о заключении договора. Важность сделки для США, восторженно пишет автор, трудно переоценить: ее сумма по сравнению с размером и ценностью территории представляется настолько малой, что

ее следует рассматривать скорее как уступку со стороны России, чем как продажу[27]. Правда, автор заметки опасается враждебных мер со стороны Великобритании. Чтобы читатели имели лучшее представление о приобретаемых землях, ниже приводится описание Русской Америки[28], включая сведения о ее освоении и природных условиях, а также о британских владениях, предваряемое замечанием, что покупка российских территорий – это шаг на пути к полному «исправлению» северо-западной границы[29].

В следующем номере нью-йоркская газета ожидаемо продолжала анализировать ситуацию, оперируя более детальными данными и прилагая подробную карту Русской Америки[30]. Автор пытается понять мотивацию российской стороны. С экономической точки зрения товары, которые поступали с Аляски в Россию, – жир, клыки и шкуры морских животных, а также меха – представляют собой сомнительную ценность: «весьма скудная сельскохозяйственная, производственная и коммерческая экспозиция»[31]. С политической же стороны сделка оценивается как крайне выгодная, причем автор мыслит геополитическими категориями: на его взгляд, русский царь «деликатно» намекает Англии и Франции на то, что им нечего делать на этом континенте, так что для США становится достижима и аннексия Канады[32]. Россию же в большей степени волнует восточный вопрос, чреватый столкновением с Великобританией и Францией, в связи с этим Российская империя стремится к тесной дружбе с США.

Позиция «Нью-Йорк Геральд» в этом вопросе впоследствии не претерпевала существенных изменений, газета лишь дополняла собственную аргументацию в пользу внешнеполитического курса Сьюарда, а также высказывалась о внешней реакции на сделку. Так, она сообщила, что лондонские газеты и английские политики выражают сожаление по поводу передачи Русской Америки Соединенным Штатам[33]. Впрочем, почти сразу пришло известие о том, что герцог Бэкингем, который на тот момент занимал должность государственного секретаря колоний, заявил в парламенте о «безразличии» Великобритании к передаче российских владений США[34].

Деятельность госсекретаря Сьюарда получила высокую оценку на страницах «Нью-Йорк Геральд»: сделка с Россией признавалась «выдающимся достижением», «решительным успехом», затмившим прежние неудачи Сьюарда[35]. Единственное, что беспокоило редакцию, – возможность отклонения договора в Конгрессе, но и эти

опасения оказались беспочвенными, поскольку сенаторы отнеслись к данному вопросу благосклонно[36].

Любопытно, что нью-йоркское издание сообщает о «единодушном» одобрении сделки в прессе[37], хотя в реальности единодушия не наблюдалось. Так, по подсчетам Р. Э. Нейнхерца, примерно треть американских периодических изданий того времени во главе с «Нью-Йорк трибюн» (*New York Tribune*) отрицательно отнеслись к договору, выразив сомнение в полезности приобретаемых территорий, заявляя о завышенной их стоимости и необходимости крупных расходов на обеспечение контроля над этими землями. Антиэкспансионистский настрой изданий отражал взгляды политической оппозиции администрации Джонсона вообще и госсекретарю Сьюарду в частности (Neunherz, 1975: 179). «Нью-Йорк Геральд» тут же отметает доводы о дороговизне цены и отдаленности перспектив получения дохода и дает слово сторонникам сделки: генералам М. К. Мигсу, Г. У. Халлеку, командору Дж. Роджерсу и эсквайру Ч. Ф. Флетчеру. Послание М. К. Мигса отличается высокопарностью стиля: генерал не только подчеркивает значение рыболовного промысла, но и видит в Русской Америке «питомник моряков», который породит «расу отважных искателей приключений», способных повторить в Тихом океане деяния древних скандинавов, выражает уверенность, что договор «увенчает наше поколение славой и благодарностью от будущих поколений»[38]. Другой генерал, Г. У. Халлек, тоже не сомневается в ценности приобретения и полагает, что отказ от договора вызовет недовольство большинства. Дж. Роджерс рационально рассуждает, что участок побережья, обладающий ценными ресурсами, приобретен за сумму, величина которой сопоставима со стоимостью участка земли под почтовое отделение в Нью-Йорке[39]. Ч. Ф. Флетчер от имени нации выражает благодарность Сьюарду за договор, принесший США огромные рыбопромысловые угодья. Разнородная стилистика этих писем и различие используемых авторами доводов должны были создать видимость всеобщего одобрения сделки.

Значительный интерес представляет статья в номере от 7 апреля, в которой речь идет не столько о Русской Америке, вопрос которой уже кажется решенным, сколько о том, какое влияние это окажет на большую политику. Прежде всего автор рассуждает о том, что воплощение идеи «Америка для американцев» не может не повлечь обострения отношений США с Великобританией из-за

канадских земель. Что же касается восточного вопроса, то расстановка сил такова, что Франция будет противодействовать России, и их столкновение неизбежно, тогда как присоединение Британской империи к антироссийской коалиции напрямую зависит от американского фактора: «В силах Соединенных Штатов серьезно отвлечь внимание Англии и тем самым вмешаться в политические процессы в Европе»[40]. В отношении России демонстрируется дружеский настрой, хотя выражаются серьезные сомнения в целесообразности ее грандиозных замыслов: «Когда российская власть будет перенесена из Санкт-Петербурга в Константинополь, вершина величия России будет достигнута, и с этого момента ее дальнейший прогресс будет прогрессом упадка. Продвигаясь на юг, она оставит позади источники своей силы и величия»[41].

На фоне славословий в адрес Сьюарда особняком стоит едкая заметка, размещенная в «Нью-Йорк Геральд» 9 апреля и высмеивающая «застольную дипломатию» госсекретаря, которая помогала ему воздействовать на сенаторов[42]. Однако газета отнюдь не призывает отказаться от сделки, хотя предупреждает о наличии сенаторов, не готовых платить семь миллионов долларов за бесполезную ледяную пустыню. Впрочем, голосование, проходившее в тот же день в Сенате, обнаружило абсолютное преобладание сторонников ратификации договора («против» высказались лишь два члена верхней палаты Конгресса). Очевидно, настрой этой публикации «Нью-Йорк Геральд» отражал неоднозначное отношение сенаторов к данному вопросу: известно, что некоторые из них сразу после сообщения о подписании соглашения заявили, что не будут голосовать за него, причем не потому, что имеют что-то против, а просто потому, что там стоит подпись Сьюарда. Однако позднее их протест быстро пошел на спад (Golder, 1920: 421).

10 апреля издание известило о благополучном исходе голосования в Сенате, отметив тех из выступавших, кто высказался в пользу ратификации, и разместило текст договора[43]. В качестве своеобразного комментария газета ответила на условный вопрос «Что предпримет в связи с этим Англия?» вполне однозначно: Великобритания ничего не будет делать, приняв вид полнейшего безразличия[44].

Предварительным подведением итогов стала довольно обширная статья в следующем номере «Нью-Йорк Геральд»: несмотря на еще предстоявшее обсуждение в Палате представителей вопроса о выделении денег, покупка Аляски признается свершившимся фак-

том[45]. Автор статьи отмечает, что даже радикальные политики, всегда выступавшие против приобретения территорий, теперь стали «достаточно просвещенными и либеральными, чтобы не стоять на пути национального прогресса»[46]. Сумму сделки он называет «сущей безделицей» (*mere bagatelle*) и полагает, что обе стороны руководствовались соображениями более высокого порядка: для России было важно сохранение тесных дружеских отношений с США, американское же правительство использовало возможность для выполнения воли Провидения[47]. Аргументация в пользу приобретения обогащается разбором природных условий: климат в южной части Русской Америки признается относительно благоприятным для земледелия; дается перечень местных ресурсов – древесина, золото, медь, железо, олово, меха и разнообразные продукты морского промысла[48]. Далее говорится о перспективах развития – через северные тихоокеанские пути – торговых связей с Китаем, Японией и Индией, причем упоминается и торговля льдом. Отвечая узколобым людям, считающим, что у США и так достаточно территорий, журналист дает краткий обзор территориальных приобретений XIX в. и употребляет при этом термин *destiny*, заявляя, что «прогресс и растущую мощь великой, активной и амбициозной нации невозможно сдержать»[49]. Завершает же он свой опус в патетическом духе – согласием со Сьюардом относительно потенциальных пределов роста Соединенных Штатов до естественных границ, обозначенных тремя океанами и перешейком Центральной Америки, и еще раз говорит о «явном предначертании» (*manifest destiny*) своей страны.

Заключение

В целом газета «Нью-Йорк Геральд» занимала последовательную позицию в вопросе приобретения Аляски. Динамика публикационной активности издания показывает два пика: 1854 г., когда газета пыталась подтолкнуть правительство к немедленным действиям, используя риторику упускаемых возможностей, и конец марта – апрель 1867 г., когда сделка представлялась логическим завершением многолетних ожиданий и воплощением «предначертания». На протяжении 1855–1866 гг. русско-американская тема полностью не исчезала, однако находилась на периферии внимания, в ожидании подходящего момента для актуализации.

Отчетливо просматриваются смысловые доминанты – устойчивые тематико-оценочные комплексы, воспроизводящиеся в разных публикациях на протяжении всего периода. Центральное место занимают геополитические расчеты, согласно которым приобретение Аляски должно стать инструментом вытеснения Великобритании и установления на Североамериканском континенте гегемонии США. Не меньшее значение имеет и доминанта идеологического характера, трактующая экспансию США как выполнение некого высшего предначертания, воли Провидения, которую невозможно сдержать. Аргументация, связанная с экономическими выгодами, присутствует, но играет скорее вспомогательную роль: в чистом виде она не используется, и даже когда газета перечисляет приобретаемые материальные ресурсы, это делается в контексте геополитических и идеологических рассуждений. Что касается отношения газеты к Великобритании и России, то если Британская империя воспринимается однозначно недружелюбно, то Российская империя представлена более сложным образом. В ходе Крымской войны Россия рисуется слабым партнером, нуждающимся в американской поддержке, а в 1867 г. приобретает черты «мудрого» союзника, добровольно уступающего территории. Отмечается отсутствие угрозы интересам США со стороны России, которая занята своими проблемами, причем российская зацикленность на восточном вопросе неизменно вызывает скепсис у американских журналистов.

Примечания

[1] Далее даты указываются по григорианскому календарю, который использовался в США.

[2] The Russian Possessions in America(1854). *New York Herald*, 3 July. P. 2.

[3] Proposed Sale of Russian America to United States (1854). *New York Herald*, 25 July. P. 4.

[4] Ibid.

[5] Ibid.

[6] Marcy's Lost Exploit – The Russian Treaty (1854). *New York Herald*, 28 July. P. 4.

[7] Operations in the Pacific (1854). *New York Herald*, 9 August. P. 2.

[8] The Russian Pacific Squadron (1854). *New York Herald*, 20 August. P. 2.

[9] Isbister A. K. Russian Possessions in America. To the Editor of the Times (1854). *New York Herald*, 25 August. P. 2.

[10] Ibid.

[11] The Russian War – Sebastopol not yet Taken – Bombardment of Petropolovski (1854). *New York Herald*, 10 November. P. 4.

[12] Further Particulars from Sitka – The Place Not Evacuated – Statement of K. Kostromitkoff, the Russian Consul (1855). *New York Herald*, 25 August. P. 8.

[13] Operations of the Hudson Bay Company in the War (1856). *New York Herald*, 11 January. P. 2.

[14] Ibid.

[15] Troubles in Italy – Danish Sound Dues Paid Under Protest – The Russian American Possessions (1856). *New York Herald*, 3 July. P. 1.

[16] The Aggressive Policy of Russia, and the United States (1856). *New York Herald*, 16 July. P. 4.

[17] Ibid.

[18] Important Speech of Senator Seward (1860). *New York Herald*, 20 September. P. 3.

[19] The Great Republican Programme of Annexation for the Extinction of Southern Slavery (1860). *New York Herald*, 20 September. P. 6.

[20] Mr. Seward In Minnesota – An Epistle from St. Paul (1860). *New York Herald*, 26 September. P. 6.

[21] Our St. Petersburg Correspondence (1862). *New York Herald*, 27 October. P. 8.

[22] Например: The Collins Russian Overland Telegraph via Behring Straits (1864). *New York Herald*, 8 April. P. 5; News from British Columbia – The Russo-American Telegraph (1865). *New York Herald*, 5 April. P. 4. Подробнее о данном проекте: Семенцов, 2010: 27–32.

[23] Russia and the Eastern Question (1867). *New York Herald*, 3 March. P. 4. Нужно заметить, что такие оценки России и Соединенных Штатов не были оригинальными. Достаточно сослаться на русского изгнанника А. И. Герцена, который катастрофически разлагающемуся европейскому буржуазному обществу противопоставлял «деятельные края» – Америку и Россию (см.: Герцен А. И. Еще вариация на старую тему. (Письмо к.....) // Собр. соч.: В 30 тт. Т. XII. Произведения 1852–1857 годов / под ред. *В. А. Путинцева*. М.: Изд-во АН СССР. 1957. С. 427).

[24] An Important Treaty – Cession of Russian America to the United States (1867). *New York Herald*, 31 March. P. 6.

[25] Ibid.

[26] Ibid.

[27] Cession of Russian America by Treaty to the United States (1867). *New York Herald*, 31 March. P. 7.

[28] Russian America (1867). *New York Herald*, 31 March. P. 7.

[29] British Possessions (1867). *New York Herald*, 31 March. P. 7.

[30] Map of the Russian North American Territory Ceded to the United States (1867). *New York Herald*, 1 April. P. 8.

[31] The Cession of Russian America to the United States (1867). *New York Herald*, 1 April. P. 4.

[32] Ibid.

[33] The News. Europe (1867). *New York Herald*, 2 April. P. 6.

[34] The Cession of Russian America an “Indifferent” Matter (1867). *New York Herald*, 3 April. P. 7.

[35] The Russo-American Purchase – The Climax of Mr. Seward Foreign Policy (1867). *New York Herald*, 2 April. P. 6.

[36] The Treaties before the Senate (1867). *New York Herald*, 3 April. P. 7.

[37] California and the Russian-American Treaty (1867). *New York Herald*, 5 April. P. 7.

[38] Opinion as to the Value of the Russian America Purchase (1867). *New York Herald*, 6 April. P. 3.

[39] Ibid.

[40] The Cession of Russian America to the United States – The New European Difficulty (1867). *New York Herald*, 7 April. P. 6.

[41] Ibid.
[42] The Cession of Russian America – Mr. Seward's Dinner Diplomacy (1867). *New York Herald*, 9 April. P. 6.
[43] The Russo-American Treaty Ratified by the Senate (1867). *New York Herald*, 10 April. P. 3.
[44] Ibid.
[45] The Cession of Russian America to the United States (1867). *New York Herald*, 11 April. P. 6.
[46] Ibid.
[47] Ibid.
[48] Ibid.
[49] Ibid.

Библиография

Алентьева Т. В. Русско-американские отношения и продажа Аляски в отображении американских карикатуристов // Ученые записки. Электронный научный журнал Курск. гос. ун-та. 2023. № 3 (67). С. 117–125.

Болховитинов Н. Н. Русско-американские отношения и продажа Аляски (1834–1867). М.: Наука, 1990.

Букарин К. Е., Минц С. С. Особенности отечественной и зарубежной историографии концепта продажи Аляски // Advances in Science and Technology: Collected Papers XL International Scientific-Practical Conference (31 октября 2021 г.). М.: Актуальность.РФ, 2021. С. 101–107.

Гринев А. В. Российско-Американская компания и продажа Аляски на страницах газеты «Московские ведомости» // Клио. 2020. № 1 (157). С. 21–31.

Монахов В. М. Внешнеполитические воззрения У. Г. Сьюарда // Проблемы международных отношений в XIX–XX вв. Л.: Изд-во ЛГПИ, 1980. С. 131–133.

Наквакина Е. Н. Становление массовой печати США в период «позолоченного века» // Вестн. Белгород. ун-та потребительской кооперации. 2006. № 4 (19). С. 317–320.

Панов А. Р. Продажа Аляски в освещении газеты «Голос» // Вестн. Северо-Вост. гос. ун-та. История. 2025. Т. 6. № 2. С. 74–88.

Самылкин Н. О. Оценка продажи Аляски в отечественной историографии // Парадигмы университетской истории и перспективы университетологии (к 50-летию Чувашского государственного университета имени И. Н. Ульянова): VII Арсентьевские чтения (12–14 октября 2017 г.). Т. 1. Чебоксары: ИД «Среда», 2017. С. 408–412.

Семенцов О. Ю. Проект российско-американского межконтинентального телеграфа // Военно-исторический журнал. 2010. № 3. С. 27–32.

Cooper B. (1988) *Alexander Kennedy Isbister: A Respectable Critic of the Honorable Company*. Ottawa: Carleton University Press. 324 p.

Crouthamel J. L. (1989) *Bennett's New York Herald and the Rise of the Popular Press*. Syracuse: Syracuse University Press. 202 p. DOI: 10.2307/j.ctv64h7cg.

Golder F. A. (1920) The Purchase of Alaska. *The American Historical Review* 25 (3): 411–425. DOI: 10.2307/1836879.

Neunherz R. E. (1975) *The Purchase of Russian America: Reasons and Reactions*. PhD diss.: University of Washington.

Reid V. H. (1940) *The Purchase of Alaska: Contemporary Opinion*. Long Beach: Press-Telegram Printers. 134 p.

Welch R. E. (1958) American Public Opinion and the Purchase of Russian America. *American Slavic and East European Review* 17 (4): 481–494. DOI: 10.2307/3001132.

Notes

An Important Treaty – Cession of Russian America to the United States. *New York Herald*, 31 March 1867. P. 6.

British Possessions. *New York Herald*, 31 March 1867. P. 7.

California and the Russian-American Treaty. *New York Herald*, 5 April 1867. P. 7.

Cession of Russian America by Treaty to the United States. *New York Herald*, 31 March 1867. P. 7.

Further Particulars from Sitka – The Place Not Evacuated – Statement of K. Kostromitkoff, the Russian Consul. *New York Herald*, 25 August 1855. P. 8.

Important Speech of Senator Seward. *New York Herald*, 20 September 1860. P. 3.

Isbister A. K. Russian Possessions in America. To the Editor of the Times. *New York Herald*, 25 August 1854. P. 2.

Map of the Russian North American Territory Ceded to the United States. *New York Herald*, 1 April 1867. P. 8.

Marcy's Lost Exploit – The Russian Treaty. *New York Herald*, 28 July 1854. P. 4.

Mr. Seward In Minnesota – An Epistle from St. Paul. *New York Herald*, 26 September 1860. P. 6.

News from British Columbia – The Russo-American Telegraph. *New York Herald*, 5 April 1865. P. 4.

Operations in the Pacific. *New York Herald*, 9 August 1854. P. 2.

Operations of the Hudson Bay Company in the War. *New York Herald*, 11 January 1856. P. 2.

Opinion as to the Value of the Russian America Purchase. *New York Herald*, 6 April 1867. P. 3.

Our St. Petersburg Correspondence. *New York Herald*, 27 October 1862. P. 8.

Proposed Sale of Russian America to United States. *New York Herald*, 25 July 1854. P. 4.

Russia and the Eastern Question. *New York Herald*, 3 March 1867. P. 4.

Russian America. *New York Herald*, 31 March 1867. P. 7.

The Aggressive Policy of Russia, and the United States. *New York Herald*, 16 July 1856. P. 4.

The Cession of Russian America – Mr. Seward's Dinner Diplomacy. *New York Herald*, 9 April 1867. P. 6.

The Cession of Russian America an "Indifferent" Matter. *New York Herald*, 3 April 1867. P. 7.

The Cession of Russian America to the United States – The New European Difficulty. *New York Herald*, 7 April 1867. P. 6.

The Cession of Russian America to the United States. *New York Herald*, 1 April 1867. P. 4.

The Cession of Russian America to the United States. *New York Herald*, 11 April 1867. P. 6.

The Collins Russian Overland Telegraph via Behring Straits. *New York Herald*, 8 April 1864. P. 5.

The Great Republican Programme of Annexation for the Extinction of Southern Slavery. *New York Herald*, 20 September 1860. P. 6.

The News. Europe. *New York Herald*, 2 April 1867. P. 6.

The Russian Pacific Squadron. *New York Herald*, 20 August 1854. P. 2.

The Russian Possessions in America. *New York Herald*, 3 July 1854. P. 2.

The Russian War – Sebastopol not yet Taken – Bombardment of Petropolovski. *New York Herald*, 10 November 1854. P. 4.

The Russo-American Purchase – The Climax of Mr. Seward Foreign Policy. *New York Herald*, 2 April 1867. P. 6.

The Russo-American Treaty Ratified by the Senate. *New York Herald*, 10 April 1867. P. 3.

The Treaties before the Senate. *New York Herald*, 3 April 1867. P. 7.

Troubles in Italy – Danish Sound Dues Paid Under Protest – The Russian American Possessions. *New York Herald*, 3 July 1856. P. 1.

References

Alent'eva T. V. (2023) Russko-amerikanskie otnosheniya i prodazha Alyaski v otobrazhenii amerikanskikh karikaturistov [Russian-American relations and the sale of Alaska in the representation of American cartoonists]. *Uchenye zapiski. Elektronnyy nauchnyy zhurnal Kurskogo gosudarstvennogo universiteta* 3 (67): 117–125. (In Russian)

Bolkhovitinov N. N. (1990) *Russko-amerikanskie otnosheniya i prodazha Alyaski (1834–1867)* [Russian-American relations and the sale of Alaska (1834–1867)]. Moscow: Nauka Publ. (In Russian)

Bukarin K. E., Mints S. S. (2021) Osobennosti otechestvennoy i zarubezhnoy istoriografii kontsepta prodazhi Alyaski [Features of the Russian and foreign historiography of the Alaska sale concept]. In *Advances in Science and Technology: Collected Papers XL International Scientific-Practical Conference, Moskva, 31 oktyabrya 2021 goda*. Moscow: Aktual'nost'.RF Publ. Pp. 101–107. (In Russian)

Cooper B. (1988) *Alexander Kennedy Isbister: A Respectable Critic of the Honorable Company*. Ottawa: Carleton University Press.

Crouthamel J. L. (1989) *Bennett's New York Herald and the Rise of the Popular Press*. Syracuse: Syracuse University Press. 202 p. DOI: 10.2307/j.ctv64h7cg.

Golder F. A. (1920) The Purchase of Alaska. *The American Historical Review* 25 (3): 411–425. DOI: 10.2307/1836879.

Grinev A. V. (2020) Rossiysko-Amerikanskaya kompaniya i prodazha Alyaski na stranitsakh gazety «Moskovskie vedomosti» [The Russian-American Company and the sale of Alaska in the newspaper "Moskovskie Vedomosti"]. *Klio* 1 (157): 21–31. (In Russian)

Monakhov V. M. (1980) Vneshnepoliticheskie vozzreniya U. G. S'yuarda [Foreign policy views of W. H. Seward]. In *Problemy mezhdunarodnykh otnosheniy v XIX–XX vv.* Leningrad: LGPI Publ. Pp. 131–133. (In Russian)

Nakvakina E. N. (2006) Stanovlenie massovoy pechati SShA v period «pozolochennogo veka» [The emergence of the mass press in the United States during the "Gilded Age"]. *Vestnik Belgorodskogo universiteta potrebitel'skoy kooperatsii* 4 (19): 317–320. (In Russian)

Neunherz R. E. (1975) *The Purchase of Russian America: Reasons and Reactions*. PhD diss.: University of Washington.

Panov A. R. (2025) Prodazha Alyaski v osveshchenii gazety «Golos» [The sale of Alaska in the reporting of the newspaper "Golos"]. *Vestnik Severo-Vostochnogo gosudarstvennogo universiteta. Istoriya* 6 (2): 74–88. (In Russian)

Reid V. H. (1940) *The Purchase of Alaska: Contemporary Opinion*. Long Beach: Press-Telegram Printers.

Samylkin N. O. (2017) Otsenka prodazhi Alyaski v otechestvennoy istoriografii [Evaluation of the sale of Alaska in Russian historiography]. In *Paradigmy universitetskoy istorii i perspektivy universitetologii (k 50-letiyu Chuvashskogo gosudarstvennogo universiteta imeni I. N. Ul'yanova): VII Arsent'evskie chteniya, Cheboksary, 12–14 oktyabrya 2017 goda. T. 1.* Cheboksary: Sreda Publ. Pp. 408–412. (In Russian)

Sementsov O. Yu. (2010) Proekt rossiysko-amerikanskogo mezhkontinental'nogo telegrafa [The Russian-American intercontinental telegraph project]. *Voenno-istoricheskiy zhurnal* (3): 27–32. (In Russian)

Welch R. E. (1958) American Public Opinion and the Purchase of Russian America. *American Slavic and East European Review* 17 (4): 481–494. DOI: 10.2307/3001132.

Поступила в редакцию
20.01.2026

ЖУРНАЛИСТСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

Ли Янцзе, магистрант факультета журналистики, МГУ имени М. В. Ломоносова, г. Москва, Россия; e-mail: maxlili0220@gmail.com, ORCID 0009-0007-7158-2879

ИИ-АУТСОРСИНГ ЗНАНИЙ И ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ СТАНОВЛЕНИЕ ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ-ЖУРНАЛИСТОВ В МОСКОВСКИХ УНИВЕРСИТЕТАХ

В статье анализируется использование возможностей искусственного интеллекта в повседневной учебной практике иностранных студентов, обучающихся в Москве. На примере студентов факультетов журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова и РУДН рассматривается, каким образом цифровое посредничество помогает им преодолевать языковые трудности, готовиться к занятиям, изучать новостную повестку, выполнять институциональные требования. Эмпирическую основу составили включенное наблюдение, а также глубинные интервью со студентами МГУ и РУДН и с руководителями факультетов. Результаты показывают, что передача ИИ задач генерации идей, перевода и написания текстов стала распространенной стратегией преодоления языковой неуверенности и нехватки времени. Обеспечивая краткосрочную эффективность, эта практика ослабляет рефлексию и чувство профессиональной ответственности. Преподаватели подчеркивают важность критического отношения к полученным результатам, необходимость проверки фактов и развития дисциплины письма. Делается вывод, что цифровая грамотность в журналистике должна пониматься — и обучающими, и обучаемыми — как этическое обязательство по развитию самостоятельного мышления.

***Ключевые слова**: ИИ-аутсорсинг знаний, журналистское образование, иностранные студенты, авторство, профессиональное становление, цифровая грамотность, качественное исследование.*

Как цитировать: *Ли Я.* ИИ-аутсорсинг знаний и профессиональное становление иностранных студентов-журналистов в московских университетах // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2026. № 3. С. 137–159. DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.3.2026.137159

Yanze Li, Master's Student, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; e-mail: maxlili0220@gmail.com, ORCID 0009-0007-7158-2879

AI KNOWLEDGE OUTSOURCING AND PROFESSIONAL FORMATION AMONG JOURNALISM INTERNATIONAL STUDENTS IN MOSCOW UNIVERSITIES

This study explores how journalism international students in Moscow experience AI knowledge outsourcing in their everyday learning practices. Focusing on the Faculty of Journalism at Lomonosov Moscow State University, the research investigates how linguistic difficulty, institutional expectations, and digital mediation influence international students' approaches to news studying and classroom participation. Fieldwork was conducted over one academic year through classroom observation at Moscow State University and in-depth interviews with journalism international students from both Moscow State University and the Peoples' Friendship University of Russia. Additional interviews with senior faculty administrators provided an institutional view of how journalism training adapts to changing learning habits. The findings reveal that outsourcing ideas, translation, or drafting tasks has become a common strategy to manage linguistic insecurity and time pressure. While this practice offers short-term efficiency, it weakens reflection, authorship, and the sense of professional responsibility central to journalism education. Faculty respondents emphasised the importance of preserving critical judgment, verification, and writing discipline as core elements of professional formation. The study concludes that digital literacy in journalism should be understood as an ethical and pedagogical commitment to nurturing independent thinking within an increasingly mediated learning environment.

***Key words**: AI knowledge outsourcing, journalism education, international students, authorship, professional formation, digital literacy, qualitative research.*

To cite this article: Li Y. (2026) II-autsorsing znaniy i professional'noe stanovlenie inostrannykh studentov-zhurnalistov v moskovskikh universitetakh [AI knowledge outsourcing and professional formation among journalism international students in Moscow universities]. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika 3:* 137–159. DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.3.2026.137159

DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.3.2026.137159

Introduction

Artificial intelligence has transformed how university students complete academic and creative work, increasingly functioning as an assistant that organizes ideas, drafts text, and edits language. Beyond technical change, this shift reflects a broader transformation in learning practices: students may delegate aspects of intellectual effort to digital

systems, turning learning into a form of knowledge outsourcing (Yan, Greiff, Teuber, Gašević, 2024). This process has implications for authorship and responsibility, particularly in fields where writing shapes professional identity. In journalism education, these dynamics are especially visible. Writing, verification, and authorship are not only academic tasks but core elements of professional legitimacy. For international journalism students in Russia, this issue is further shaped by language, as proficiency in Russian and English functions as professional capital and a pathway to employment (Murafa, Hoc, Jingyu, 2025). While AI tools can ease linguistic barriers and support writing, their use may also influence how students engage with authorship and develop confidence in their own expression.

This study examines how journalism international students in Russia experience AI-mediated knowledge outsourcing in everyday learning practices. Focusing on students' use of AI for drafting, translation, and revision, it explores how such practices are shaped by linguistic challenges, institutional expectations, and peer dynamics. While students often describe AI as efficient and supportive, its sustained use may be associated with shifts in reflection, authorship, and perceived ownership of ideas (Shesterkina, Krasavina, 2021).

Existing research on automation in journalism education has primarily focused on curriculum reform, newsroom innovation, and professional ethics, while studies on AI in higher education often emphasize skills and responsibility frameworks. However, less attention has been paid to how AI-mediated writing practices shape students' engagement, confidence, and sense of authorship, particularly in multilingual contexts. This study addresses this gap by examining how knowledge outsourcing relates to professional formation in journalism education.

The study addresses two key questions:

1. What experiences and concerns do journalism international students associate with AI-mediated knowledge outsourcing?

2. How can journalism education respond to this challenge through new teaching ideas and curriculum design that rebuild students' sense of critical authorship?

In doing so, this research extends existing discussions of AI in education by foregrounding international students, non-native language environments, and the symbolic value of linguistic labor. It highlights the need to reconsider AI literacy frameworks not only as competency models but also as ethical and professional socialization processes within

global journalism education. By linking AI dependency to the moral economy of journalistic labor, the study contributes to broader debates on how algorithmic mediation reconfigures professional legitimacy in transnational education.

Literature Review

Technological Change, Writing, and Professional Formation in Journalism Education

The rapid spread of automation has reshaped global discussions on journalism education, yet technology is often treated as a neutral instrument rather than a force shaping professional identity. In Western scholarship, digital change is commonly framed as a response to newsroom transformation, emphasizing speed and competitiveness, while pedagogy remains largely skill-oriented. In Russia, similar developments occur within a distinct institutional context, where journalism education is discussed through modernization and industry alignment (Vartanova, Lukina, 2017; Barabash, Grabelnikov, Gegelova, Osipovskaya et al., 2019). Technological development is presented as a marker of national progress and digital competence (Pantserev, 2021), while classrooms continue to preserve linguistic and ethical traditions rooted in a humanistic educational model.

This tension reflects technological solutionism, where tools are expected to address linguistic and educational inequality. Recent studies, particularly in English as a Foreign Language contexts, describe generative AI and machine translation as scaffolding mechanisms that support revision and language management. Wang (2024) reports improved writing outcomes under AI-supported editing, while Kim, Yu, Detrick, Li (2025) show that students view generative AI as a multifunctional assistant for drafting, revision, and feedback. These findings suggest that AI-mediated writing functions as structured support rather than simple substitution.

However, emerging evidence indicates that digital assistance may also replace cognitive effort with imitation. In Russia, where writing is traditionally framed as an ethical and civic practice, this shift carries particular significance. Although multilingual journalism research addresses linguistic adaptation (Kudritskaya, Plastinina, Kushnina, Plekhanova et al., 2024), its implications for motivation and professional dignity remain underexplored.

Large-scale reviews note growing use of AI-assisted writing in language education. Though such tools boost learners' performance and motivation, research prioritises short-term gains over long-term identity development (Li, Tan, Wang, Lowell, 2025). Recent studies further indicate that automated writing tools reshape language learning practices (Oripova, 2025; Ivanova, Fedorova, Tilga, Artemova, 2025). As efficiency becomes an implicit measure of competence, understandings of authorship shift, redefining expectations of journalistic credibility. Against this background, the present study examines knowledge outsourcing and authorship in Russian journalism education.

The Formative and Ethical Dimensions of Journalism Education in the Age of AI

The formative and ethical dimensions of journalism education have long been framed as a balance between technical skills and intellectual development. Classical scholarship warns that overly instrumental approaches to learning may weaken judgment, responsibility, and public reasoning (Williams, Guglietti, Haney, 2018). This concern is particularly relevant in Russian journalism education, which traditionally combines professional training with a humanistic mission. Earlier discussions of digital production similarly cautioned that an excessive focus on tools may reduce education to operational competence, even as technological adaptation remains important for employability.

Recent research on AI-assisted writing extends this debate by highlighting its dual role. On the one hand, generative AI can function as a form of structured support, assisting with revision, feedback, and complex writing tasks (Wang, 2024; Kim, Yu, Detrick, Li, 2025). On the other hand, large-scale reviews emphasize that such support requires careful pedagogical guidance to avoid replacing reflective learning or weakening intellectual responsibility (Zhou, Li, Chai, Chiu, 2025; Li, Tan, Wang, Lowell, 2025). These perspectives suggest that the key challenge lies in how AI is integrated into professional training rather than in its use alone.

In Russian scholarship, these issues remain closely linked to journalism's professional mission and civic responsibility (Vartanova, Lukina, 2017). Recent studies focus on modernization and digital transformation (Barabash, Grabelnikov, Gegelova, Osipovskaya et al., 2019), reflecting broader institutional priorities, while questions of authorship and formative learning receive less explicit attention. At the

same time, recent work calls for renewed engagement with journalism's ethical foundations in the post-digital era (Stiekolshchykova, Ziniuk, Melnykova-Kurhanova, Yarova et al., 2025).

Professional dignity, grounded in authorship and accountability, remains a core value in journalism education. However, debates on automation tend to focus more on newsroom practices than on classroom learning. Institutional emphasis on innovation may obscure the formative dimensions of education[1], while algorithmic systems increasingly shape perceptions of credible writing and responsibility (Parratt-Fernández, Chaparro-Domínguez, Moreno-Gil, 2024). Against this backdrop, this study examines how journalism education can integrate technological change while sustaining its formative and ethical foundations.

Theoretical Framework

This study interprets the growing practice of knowledge outsourcing among journalism international students in Russia through the combined perspectives of digital capital and digital alienation. Digital capital explains unequal capacities to access and strategically employ AI tools, while digital alienation captures the subjective consequences of delegating cognitive and writing tasks to technological systems. Together, these concepts illuminate both the structural conditions and experiential outcomes of AI-mediated knowledge production in journalism education.

Ragnedda's research (2018) defines digital capital as a set of social, cultural, and technical resources shaping individuals' capacity to use and benefit from digital technologies. In the Russian educational context, international students often enter journalism programs with uneven digital capital. They face linguistic barriers, cultural adjustment, and varying levels of digital competence (Ragnedda, Ruiu, Gladkova, 2025). Their reliance on digital systems for writing or translation therefore reflects not only convenience but adaptation to unequal structural conditions (Li, Ling, Wang, Yin, 2026). In this sense, knowledge outsourcing can be understood as an adaptive strategy shaped by differences in digital capital, allowing students to meet institutional expectations while managing linguistic insecurity. However, such adaptation may also limit the accumulation of symbolic and linguistic capital necessary for long-term professional development.

The concept of digital alienation extends this analysis by addressing the experiential dimension of mediated learning. When technological

assistance reduces the effort required for expression, students may become distanced from the reflective processes through which meaning develops (Hassan, 2020). Digital alienation therefore describes the gradual separation between learners and the intellectual labour of writing, transforming writing from an exploratory activity into a managed task. Knowledge outsourcing, from this perspective, reflects the cumulative interaction of unequal digital capital and redistributed authorship on students' engagement with learning. By linking structural inequality, discursive responsibility, and experiential distancing, this framework highlights a central challenge for journalism education in Russia: sustaining reflective authorship within multilingual and technologically mediated environments.

Methodology

This study adopted a qualitative design combining classroom ethnography and semi-structured interviews to explore how journalism international students in Moscow experience the growing tendency of knowledge outsourcing in their writing and learning. Fieldwork was conducted between September 2024 and October 2025 at the Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, with supplementary data collected at the Peoples' Friendship University of Russia. This approach allowed the researcher to observe everyday classroom practices while also capturing students' personal reflections through in-depth conversations.

Research Design and Sampling

The primary study involved 23 international students representing diverse linguistic and cultural backgrounds and 3 senior lecturers, including participants from China, Vietnam, Indonesia, South Korea, and several African countries. Student participants were selected through purposive sampling based on four criteria: nationality, programme language (English or Russian), stage of study, and enrolment in journalism or communication-related programmes requiring intensive writing, with all students having first languages other than Russian or English. Such diversity allowed the study to capture contrasting patterns of language confidence, workload pressure, and institutional expectations in relation to writing behaviour.

Ten journalism courses were observed across one academic year, generating extensive field notes that documented classroom interaction,

task completion, and students' strategies for managing language-related challenges. Semi-structured interviews, lasting between forty and sixty minutes, were conducted with students to explore their experiences with translation practices, drafting support, and perceptions of authorship and professional development. Three senior lecturers were also interviewed to provide complementary perspectives on teaching expectations and assessment practices. In addition, two expert interviews were conducted with senior academic administrators to provide an institutional perspective on potential educational responses to the issues identified in the primary data.

Table 1

Semi-Structured Interview Guide Student Participants

No.	Interview Questions
1	Can you describe your typical process when completing a journalism writing assignment, from understanding the task to submitting the final version?
2	What kinds of language-related difficulties do you usually encounter when writing in Russian or English, and how do you manage these challenges?
3	When you use digital tools such as translation systems or AI-based writing support, what stages of writing do you rely on them for most frequently?
4	How do you decide whether to accept, modify, or reject suggestions generated by digital tools during writing?
5	In what ways has the use of digital writing tools influenced your confidence in your own language abilities and writing skills?
6	How do you understand the idea of authorship when part of your text is supported or generated through digital tools?
7	Have your writing habits or study routines changed over time as you have become more familiar with digital writing technologies? If so, how?
8	How do you think the use of digital tools affects your development as a future journalist or communication professional?

Data Collection and Researcher Reflexivity

The researcher, being a student at the Faculty of Journalism, had direct access to classrooms and peer communication. To maintain neutrality, a reflexive diary was kept throughout the study to record positional assumptions and interpretive decisions. Observations focused on how students approached journalistic writing tasks, revised or delegated parts of their work, and how teachers responded during workshops and feedback sessions. Interview data were recorded with consent, transcribed verbatim, and anonymised. Codes such as MSU-E5 or PFUR-R3 were used to protect participant identity while maintaining analytic clarity,

with E indicating English-teaching students and R Russian-teaching students. Quotations were included only after participants confirmed their accuracy and comfort with inclusion.

Expert Interviews

To add an institutional perspective, the researcher conducted formal interviews with two senior academic administrators from a Faculty of Journalism at a major Russian university. The interviews were semi-structured and explored the faculty's position on AI tools, curriculum adjustments, and evolving assessment practices. Both experts, who have extensive experience in international journalism education, discussed the linguistic and ethical challenges faced by non-native students and reflected on how AI use has reshaped teaching expectations. To preserve anonymity, they are referred to in this study as Expert A and Expert B. With the interviewees' permission, their views were included in the analysis. These insights complement student narratives by providing a systemic understanding of how journalism education in Russia responds to technological change and the growing role of AI-mediated learning.

Data Analysis

All materials – field notes, transcripts, and classroom records – were analysed thematically following Braun and Clarke's 6-stage approach (Terry, Hayfield, Clarke, Braun, 2017): familiarisation, coding, theme generation, theme review, naming, and interpretation. The process was iterative rather than mechanical. Initial codes were developed manually and then refined through repeated comparison across data sources until coherent categories emerged. Four main themes were identified: habitual outsourcing, professional identity, authorship dignity, and AI hallucination risks. To enhance analytic reliability, two academic peers independently reviewed a sample of coded transcripts and discussed thematic summaries. Minor differences were reconciled through discussion and revision until conceptual agreement was reached.

Ethical Considerations

To strengthen credibility, data triangulation was applied through classroom observations, interviews, and expert input. Member checking was conducted during follow-up meetings, where participants reviewed and clarified thematic summaries. All participants provided written consent, and confidentiality was strictly maintained through secure data storage and anonymisation of transcripts. Participation was voluntary,

with the option to withdraw at any stage. The researcher ensured ethical transparency and aimed to accurately represent participants' perspectives without overinterpretation.

Findings

Theme 1. From Assistance to Dependence: The Normalisation of AI-Mediated Writing

When the author entered the journalism programme in September 2024, AI tools were already widely used in the classroom, with nearly the entire cohort relying on them in daily writing tasks. At the initial stage, this practice appeared understandable, as international students were adjusting to a new academic environment and working in non-native languages. AI functioned as a supportive assistant, helping students grasp course content and meet writing requirements. However, this reliance did not appear to fade with improved language competence. Even after becoming familiar with the academic context, many continued to use AI as a primary writing aid. What began as temporary support during adaptation gradually developed into a stable writing habit extending to both classroom exercises and assessed coursework.

For students entering international education for the first time, language shame remained a strong emotional driver. Previously, translation tools were commonly used, but the emergence of AI provided a faster way to manage linguistic insecurity.

"I believe Chinese students share a common challenge: while excelling in reading and writing, they often struggle with spoken English. AI's rapid generation enables me to express my thoughts promptly." (MSU, E1)

Although universities emphasized independent thinking and academic literacy, students relied on AI largely because peers used it widely and because it offered efficiency and accuracy. Comparisons focused on speed rather than authorship. Those who attempted to write without AI often felt slower and less confident, framing reliance on AI as a rational response rather than an ethical concern.

"I also aspire to become someone who can independently complete academic tasks, but while my classmates finish in ten minutes, it takes me two hours – this frustrates me immensely." (MSU, R6)

"In class, the instructor asked us to answer questions. Most people found the answers after consulting AI, but I knew nothing – I felt so embarrassed. Since then, I've started relying on AI too." (MSU, E8)

Participants described changes in their writing behaviour associated with frequent AI use. Students spent less time struggling with expression and more time editing AI outputs, while linguistic risk-taking declined. Several students reported selecting suggested wording rather than searching for precise expressions themselves, making writing increasingly a process of selection rather than construction.

Importantly, students described this dependence not as loss but as relief. AI reduced anxiety related to grades and language exposure, yet some participants felt that responsibility became less clearly defined. Errors were attributed to the tool, while originality was less fully claimed as personal, and writing gradually felt less owned.

"AI is smarter than me and more creative than I am. The mistakes made by AI, I will surely make them too." (PFUR, E18)

In this sense, AI dependence became culturally normalized within the learning environment, reshaping everyday writing practices without formal policies or explicit debate and gradually redefining what it meant to "write" in journalism education.

Theme 2. Changing Perceptions of Writing Identity and Authorship

As reliance on AI-mediated writing became routine, many international students described a shift in how they related to their texts. Writing was less often experienced as a process of thinking through language and more as managing output. Students focused on surface quality rather than meaning, which reduced emotional and intellectual investment.

"AI is more logical than me. The things I write seem to have no value." (MSU, E10)

For non-native speakers, this shift carried particular significance. Writing had been central to their development as journalists and a source of confidence. With frequent AI use, this struggle became less visible. While writing became faster, some students described it as less personal.

"Sometimes I feel like all the news articles I write have the same vibe, just with different words." (MSU, E14)

This shift also influenced perceptions of authorship. Many students expressed uncertainty about whether their work could be fully considered their own, though this rarely appeared as explicit ethical conflict. Instead, it emerged as reduced engagement: students were less inclined to revise independently or defend stylistic choices, and lecturer feedback was sometimes experienced as less meaningful.

"Facing the teacher's praise for my news report, I seemed not to be as happy as before." (MSU, R3)

In journalism education, authorship is closely linked to professional identity. When writing becomes technologically mediated, some students reported difficulty recognising themselves as active authors, despite producing competent texts. This shift appeared gradual and shaped how students related to writing and professional development.

A frequency overview based on 26 interviews further illustrates these patterns. Most participants (n = 24) associated AI use with efficiency, followed by peer influence and language anxiety (n = 18 each), while study pressure and reduced creativity were mentioned less frequently. Although not statistical, this overview supports the thematic interpretation.

Table 2

High-Frequency Themes from Interviews

Reasons for AI Usage Frequency	Frequency (n)
Improving efficiency	24
Peer imitation	18
Language anxiety	18
Study pressure	12
Lack of creativity	10
Laziness	3

Theme 3. Students' Perceptions of Language Development and Career Anxiety

In everyday study life, language was central across lectures, readings, and writing tasks. For journalism international students, it functioned not only as a tool but also as a marker of competence. Russian was necessary for study and daily life, while English was linked to mobility and future employment, shaping how students imagined their professional roles.

As AI tools became integrated into writing practices, discussions about language shifted. Students spoke less about learning vocabulary or structure and more about completing tasks efficiently. Writing appeared faster but often more neutral. During observations, students asked fewer questions about expression and focused more on prompts and templates. When AI was unavailable, hesitation in starting writing became more visible.

"The thing I dread most right now is when the instructor asks me to write on the spot without any preparation." (MSU, R12)

This tension was also reflected in internship-related experiences. Students who had worked at Russia Today and other media outlets noted that language ability remained a key factor in recruitment, particularly the ability to work across languages independently.

"My HR manager mentioned that some positions favor international students due to their language proficiency. However, since the advent of AI, an increasing number of international students have demonstrated poor language organization skills without AI." (MSU, R16)

"AI can produce news quickly and efficiently. I fear being replaced by AI in the future. I even think this is no longer an advantage for journalism students – students from any major could become journalists someday." (PFUR, R20)

Several students expressed concern that frequent AI use might weaken this advantage. While AI improved fluency, some participants felt that it reduced opportunities to practice language independently.

Career-related concerns often followed. Students suggested that these changes might not be immediately visible but could emerge in professional contexts such as interviews or newsroom work. In this sense, AI use appeared to shape both learning practices and expectations about future careers.

Theme 4. AI Hallucinations and the Limits of Students' Critical Judgment

From the lecturers' perspective, concerns about AI use extended beyond students' writing habits. Several instructors noted that many international students showed limited familiarity with basic AI literacy practices, often treating AI-generated content as ready-made knowledge rather than material requiring verification. This was seen as particularly problematic in journalism education, where accuracy and source awareness are essential.

These risks were more evident in topics related to international affairs and political history. Lecturers observed that AI-generated responses could appear neutral and academic while lacking contextual depth, leading some students to accept simplified interpretations that were not always immediately detectable in written work.

"The use of AI to generate geopolitical knowledge remains controversial. One student labeled certain countries as authoritarian without carefully examining the evidence." (MSU Senior Lecturer, 1)

During assessment, lecturers reported typical signs associated with AI hallucination. Some students cited unverifiable sources or used

unfamiliar concepts not covered in class. When asked to explain these references, several appeared confident but demonstrated only partial understanding.

AI-generated texts were often described as fluent and well structured, creating an impression of competence. However, during seminars, some students struggled to explain ideas in their own words or justify their arguments, suggesting a gap between textual quality and conceptual understanding.

"AI illusions can lead students to overestimate their academic abilities. At the same time, they complicate our assessment of learning outcomes." (MSU Senior Lecturer, 3)

Overall, these patterns suggest that AI use may complicate both students' learning processes and lecturers' evaluation of knowledge, particularly when surface-level correctness obscures deeper understanding.

Once information saturation was reached and four thematic frameworks were identified, an interpretive model of AI adaptive reliance in journalism education was developed. The model outlines analytically inferred patterns associated with international students' engagement in AI-driven knowledge outsourcing, illustrating potential short- and longer-term influences observed across the data rather than fixed cause-and-effect outcomes.

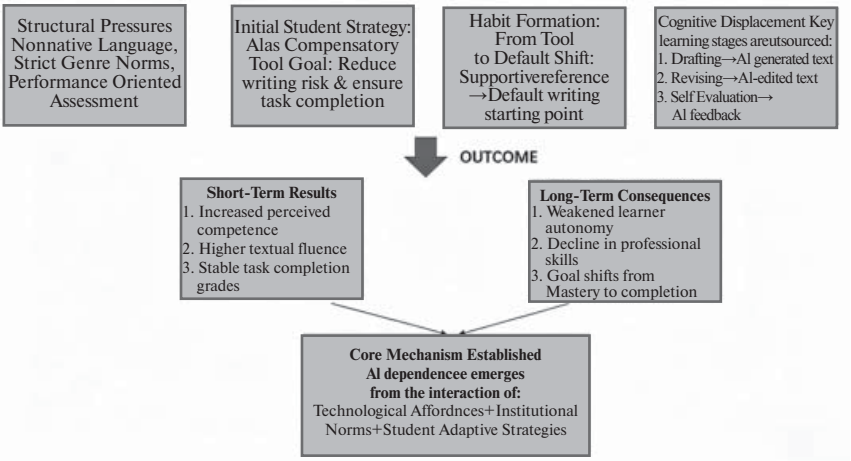


Figure 1. AI Adaptive Reliance Model

Expert Perspectives: Pedagogical Responsibility in the Age of AI

In the interviews with Expert A and Expert B, both senior academic administrators of the Faculty of Journalism at a major university, a shared conviction emerged: journalism education must neither resist nor romanticize artificial intelligence but reinterpret its moral and formative role within higher education. Their reflections reveal a paradigm shift from technical adaptation toward the cultivation of critical, ethically grounded, and self-reflective AI literacy.

Expert A underscored that AI literacy is inextricably linked to digital capital. Digital capital once confined to basic technological competence, but now demands a redefinition that includes AI literacy as moral literacy. In their view, the rapid expansion of AI in both academic and professional journalism necessitates that students develop a new form of "AI capital," encompassing not only functional knowledge but also ethical discernment and epistemic caution. "Everybody today should have a certain level of digital capital," they noted, "but the higher the level, the more important becomes one's awareness of how AI shapes our thinking and our choices." In their view, AI literacy must be inseparable from the intellectual discipline of verification, the same habit that underpins journalistic credibility.

This ethical imperative extends to pedagogy. Expert A warned that while AI can assist with language polishing, structural editing, or stylistic improvement, it should never replace human authorship. "Students must learn to be critical of what they receive from ChatGPT or DeepSeek," they emphasized, "because information that sounds authoritative may still be wrong." Their remarks illuminate an emerging institutional consensus: AI may be tolerated as a linguistic tool, but not as an epistemic substitute. Reflecting this stance, a media journal, where they serve as an editorial board member, has recently adopted a clear AI policy – permitting its use for grammar correction but prohibiting content generation. Such distinctions exemplify how journalism faculties are beginning to regulate not only AI usage but also its ethical boundaries.

Expert B's perspective complements this moral framing with a focus on curricular transformation. They argued that AI competence must be institutionalized within journalism education rather than left to informal experimentation. "It is always better to make AI our friend, not our enemy," they observed, urging that educators themselves become AI-literate to guide students effectively. Without structured AI training,

curricula risk becoming obsolete and misaligned with the labor market. Yet Expert B cautioned against equating modernization with automation: "What students need is not technical imitation, but intelligent application – learning how AI can strengthen, not replace, their analytical and creative capacities."

Both experts emphasized the centrality of critical thinking as the intellectual bridge between technological fluency and professional dignity. Expert A described critical reasoning as "the last line of defense that differentiates human journalists from machines." Similarly, Expert B linked critical thinking to employability: graduates capable of reflecting on how AI mediates their creative process will be better positioned to navigate uncertain professional futures. In this sense, AI literacy becomes not only a skill but a moral posture – a renewed commitment to intellectual independence within algorithmic environments.

Institutionally, some faculties of journalism have begun experimenting with integrative strategies that respond to these challenges. Expert B highlighted initiatives such as "Industrial Week," during which media professionals engage directly with students to discuss how automation reshapes newsroom practices. These encounters, they explained, "restore journalism's human dimension by showing students that creativity and ethical judgment remain irreplaceable." Such efforts align with Expert A's conviction that education should cultivate discernment rather than dependency.

Together, the two experts articulate a vision of journalism education that reclaims its formative mission amid technological transformation. Rather than viewing AI as an external threat, they interpret it as a mirror reflecting journalism's enduring ethical foundations – truthfulness, authorship, and responsibility. Their insights suggest that the future of journalism pedagogy in Russia will depend less on mastering new tools than on redefining what it means to think, write, and act humanly in a mediated world.

Discussion and Limitations

This discussion moves beyond description to interpret how AI-mediated writing becomes normalized in journalism education for international students in Russia. Rather than viewing AI knowledge outsourcing solely as a response to linguistic difficulty or individual strategy, the findings suggest it functions as an adaptation to institutional

contexts where fluency, accuracy, and timely completion operate as key indicators of academic performance. This interpretation aligns with studies describing AI as a scaffold supporting multilingual writing (Wang, 2024; Kim, Yu, Detrick, Li, 2025), yet extends prior work by showing how sustained reliance may gradually reposition writing from meaning construction toward a more procedural and efficiency-oriented task.

These changes have implications for authorship. While students remain formally responsible for their texts, the process of reasoning through language becomes partially mediated by technological systems. Similar to concerns raised in discussions of instrumental learning in journalism education (Williams, Guglietti, Haney, 2018), authorship may shift from an embodied practice of writing toward a more supervisory role involving selection, coordination, and verification. Responsibility is therefore not removed but reconfigured in ways that are less visible in everyday learning processes, raising questions about how professional accountability develops within AI-supported environments.

From a theoretical perspective, this study contributes by framing AI use as an educational mechanism rather than only a technological or ethical issue. The concept of AI knowledge outsourcing highlights how institutional expectations, linguistic demands, and technological affordances interact to reshape writing practices and redistribute cognitive effort. By situating these findings alongside existing debates on digital literacy and mediated learning (Zhou, Li, Chai, Chiu, 2025; Li, Tan, Wang, Lowell, 2025), the study extends current discussions of multilingual journalism education through an emphasis on authorship, responsibility, and long-term professional formation.

Several limitations should be acknowledged. The study is based on a small, context-specific sample of journalism international students from two leading Moscow universities, which limits the broader applicability of the findings to other regions or institutional settings in Russia. The qualitative design, relying on classroom observation and interviews, captures participants' experiences rather than measurable outcomes. In addition, the ethnographic approach is subject to "technical blindness," as it cannot fully account for all students' digital interactions with AI tools during writing processes. The study also focuses on a specific disciplinary context and does not systematically address wider institutional or policy-level factors.

Therefore, the findings should be understood as exploratory, aimed at problematising AI-mediated writing practices rather than offering generalisable conclusions. Future research could adopt comparative and multi-site approaches to examine these dynamics across diverse educational contexts.

Conclusion

This study addresses the first research question by examining the experiences and concerns of journalism international students in Moscow regarding AI-mediated knowledge outsourcing, as well as the underlying factors contributing to this practice. The findings suggest that reliance on AI-mediated writing is shaped not only by workload pressure and linguistic insecurity, but also by institutional expectations that reward speed and formal accuracy. What initially appeared as a practical response to multilingual academic demands gradually developed into patterns of delegated writing. This observation partly aligns with studies describing AI as a supportive scaffold (Wang, 2024; Kim, Yu, Detrick, Li, 2025), while extending prior research by noting that sustained dependence calls for careful pedagogical guidance to preserve reflective learning, and is associated with changes in how students describe their writing engagement (Zhou, Li, Chai, Chiu, 2025; Li, Tan, Wang, Lowell, 2025).

The second research question concerns how journalism education might respond to this challenge. Interviews with two experts indicate that pedagogical reflection in Russian journalism education increasingly focuses on balancing technological integration with intellectual discipline. Rather than rejecting digital tools, instructors emphasised maintaining writing as a site of reasoning, verification, and responsibility. This aligns with earlier literature warning against reducing professional training to operational competence (Williams, Guglietti, Haney, 2018)[1], while adding qualitative insight into multilingual classroom contexts.

Taken together, the findings suggest that digital literacy in journalism education is a multidimensional competence encompassing technical, linguistic, and ethical aspects. While previous studies recognise the supportive role of AI tools, the present study indicates that their longer-term influence depends on instructional design and assessment practices. Alternative interpretations remain possible, as patterns

described here may reflect adaptive strategies rather than stable skill decline.

In practical terms, the study highlights the need for curriculum models that support reflective writing while acknowledging mediated learning environments. Journalism education thus faces not only a technological challenge, but an educational one: how to sustain critical judgment, language development, and professional accountability.

Institutional Sensitivity Note

This study primarily involves students from Lomonosov Moscow State University and the Peoples' Friendship University of Russia, both recognized for their engagement in international and multilingual journalism education. The research does not evaluate either institution. Based on fully anonymized data, it examines students' adaptive learning in AI-mediated environments and aims to inform pedagogy, curriculum development, digital literacy, ethics, and professional formation.

Примечания

[1] Demmar K., Neff T. (2023) *Generative AI in journalism education: Mapping the state of an emerging space of concerns, opportunities, and strategies*. University of Leicester. Available at: https://hdl.handle.net/2381/24648093.v1 (accessed: 23.06.2026).

Библиография

Barabash V. V., Grabelnikov A. A., Gegelova N. S., Osipovskaya E. A., Rebrova A. D. (2019) Challenges for modernization of journalism education in Russian universities. In Education Environment for the Information Age. *European Proceedings of Social and Behavioural Sciences*. Vol. 69. Future Academy. Pp. 117–124. DOI: 10.15405/epsbs.2019.09.02.14

Hassan R. (2020) Digital alienation. In *The Condition of Digitality: A Post-Modern Marxism for the Practice of Digital Life*. London: University of Westminster Press, Pp. 159–189. DOI: 10.16997/book44.g

Ivanova A., Fedorova N., Tilga S., Artemova E. (2025) Voices of Freelance Professional Writers on AI: Limitations, Expectations, and Fears. *arXiv preprint* arXiv:2504.05008

Kim J., Yu S., Detrick R., Li N. (2025) Exploring students' perspectives on generative AI-assisted academic writing. *Education and Information Technologies* 30 (1): 1265–1300. DOI: 10.1007/s10639-024-12878-7

Kudritskaya M., Plastinina N., Kushnina L., Plekhanova Y., Matytcina M., Stepanova M. (2024) Balancing innovation with ethics: AI applications for enhancing language competence in academic writing and reading. In *2024 4th*

International Conference on Technology Enhanced Learning in Higher Education (TELE). IEEE. Pp. 380–385. DOI: 10.1109/tele62556.2024.10605668

Li B., Tan Y. L., Wang C., Lowell V. (2025) Two years of innovation: A systematic review of empirical generative AI research in language learning and teaching. *Computers and Education: Artificial Intelligence* 9: 100445. DOI: 10.1016/j.caeai.2025.100445

Li Y., Ling Y., Wang Z., Yin H. (2026) Digital divide, digital capital, and educational dropout risk: structural and psychological pathways of digital inequality. In *Proceedings of the 2026 International Conference on Big Data and Informatization Education*. ACM. Pp. 771–776. DOI: 10.1145/3806980.3807102

Murafa S. V., Hoc H. T., Jingyu X. (2025) Cross-cultural study of the potential applications of artificial intelligence in higher education (Russia, Vietnam, and China). In *Integration Strategies of Generative AI in Higher Education*. IGI Global. Pp. 229–246. DOI: 10.4018/979-8-3693-5518-3.ch011

Oripova N. (2025) AI and its influence on English language learning, communicative competence and journalism education. *Mezhdunarodnyi mul'tidistsiplinarnyi zhurnal issledovanii i razrabotok* 12 (3): 377–381.

Pantserev K. (2021) Media education in the age of AI and smart media. *Mediaobrazovanie* 17 (3): 507–514. DOI: 10.13187/me.2021.3.507

Parratt-Fernández S., Chaparro-Domínguez M.-Á., Moreno-Gil V. (2024) Journalistic AI codes of ethics: Analyzing academia's contributions to their development and improvement. *Profesional de la información* 33 (6): e330602. DOI: 10.3145/epi.2024.0602

Ragnedda M. (2018) Conceptualizing digital capital. *Telematics and Informatics* 35 (8): 2366–2375. DOI: 10.1016/j.tele.2018.10.006

Ragnedda M., Ruiu M. L., Gladkova A. (2025) Reframing digital capital in unequal contexts. *World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies* 3: 5–29.

Shesterkina L., Krasavina A. (2021) Journalism education in the era of social networks and artificial intelligence: Digital technologies and ethical values. *Proceedings of International Online Round Table*.

Stiekolshchykova V., Ziniuk A., Melnykova-Kurhanova O., Yarova A., Lobanov D., Soldatenko I. (2025) Personal factors shaping journalists' professionalism in today's military journalism. *Revista Romaneasca pentru Educatie Multidimensionala* 17 (2): 629–651. DOI: 10.18662/rrem/17.2/998

Terry G., Hayfield N., Clarke V., Braun V. (2017) Thematic analysis. In *The SAGE Handbook of Qualitative Research in Psychology*. London: SAGE. Pp. 17–37. DOI: 10.4135/9781526405555.n2

Vartanova E., Lukina M. (2017) Russian journalism education: Challenging media change and educational reform. *Journalism & Mass Communication Educator* 72 (3): 274–284. DOI: 10.1177/1077695817719137

Wang Y. (2024) Cognitive and sociocultural dynamics of self-regulated use of machine translation and generative AI tools in academic EFL writing. *System* 126: 103505. DOI: 10.1016/j.system.2024.103505

Williams A., Guglietti M. V., Haney S. (2018) Journalism students‘ professional identity in the making: Implications for education and practice. *Journalism* 19 (6): 820–836. DOI: 10.1177/1464884917692344

Yan L., Greiff S., Teuber Z., Ga evi D. (2024) Promises and challenges of generative artificial intelligence for human learning. *Nature Human Behaviour* 8 (10): 1839–1850. DOI: 10.1038/s41562-024-02004-5

Zhou X., Li Y., Chai C. S., Chiu T. K. F. (2025) Defining, enhancing, and assessing artificial intelligence literacy and competency in K-12 education from a systematic review. *Interactive Learning Environments* 33 (10): 5766–5788. DOI: 10.1080/10494820.2025.2487538

Notes

Demmar K., Neff T. (2023) *Generative AI in journalism education: Mapping the state of an emerging space of concerns, opportunities, and strategies*. University of Leicester. Available at: https://hdl.handle.net/2381/24648093.v1 (accessed: 23.06.2026).

References

Barabash V. V., Grabelnikov A. A., Gegelova N. S., Osipovskaya E. A., Rebrova A. D. (2019) Challenges for modernization of journalism education in Russian universities. In Education Environment for the Information Age. *European Proceedings of Social and Behavioural Sciences*. Vol. 69. Future Academy. Pp. 117–124. DOI: 10.15405/epsbs.2019.09.02.14

Hassan R. (2020) Digital alienation. In *The Condition of Digitality: A Post-Modern Marxism for the Practice of Digital Life*. London: University of Westminster Press, Pp. 159–189. DOI: 10.16997/book44.g

Ivanova A., Fedorova N., Tilga S., Artemova E. (2025) Voices of Freelance Professional Writers on AI: Limitations, Expectations, and Fears. *arXiv preprint* arXiv:2504.05008

Kim J., Yu S., Detrick R., Li N. (2025) Exploring students’ perspectives on generative AI-assisted academic writing. *Education and Information Technologies* 30 (1): 1265–1300. DOI: 10.1007/s10639-024-12878-7

Kudritskaya M., Plastinina N., Kushnina L., Plekhanova Y., Matytcina M., Stepanova M. (2024) Balancing innovation with ethics: AI applications for enhancing language competence in academic writing and reading. In *2024 4th International Conference on Technology Enhanced Learning in Higher Education (TELE)*. IEEE. Pp. 380–385. DOI: 10.1109/tele62556.2024.10605668

Li B., Tan Y. L., Wang C., Lowell V. (2025) Two years of innovation: A systematic review of empirical generative AI research in language learning and teaching. *Computers and Education: Artificial Intelligence* 9: 100445. DOI: 10.1016/j.caeai.2025.100445

Li Y., Ling Y., Wang Z., Yin H. (2026) Digital divide, digital capital, and educational dropout risk: structural and psychological pathways of digital inequality. In *Proceedings of the 2026 International Conference on Big Data and Informatization Education*. ACM. Pp. 771–776. DOI: 10.1145/3806980.3807102

Murafa S. V., Hoc H. T., Jingyu X. (2025) Cross-cultural study of the potential applications of artificial intelligence in higher education (Russia, Vietnam, and China). In *Integration Strategies of Generative AI in Higher Education*. IGI Global. Pp. 229–246. DOI: 10.4018/979-8-3693-5518-3.ch011

Oripova N. (2025) AI and its influence on English language learning, communicative competence and journalism education. *Mezhdunarodnyi mul'tidistsiplinarnyi zhurnal issledovanii i razrabotok* 12 (3): 377–381.

Pantserev K. (2021) Media education in the age of AI and smart media. *Mediaobrazovanie* 17 (3): 507–514. DOI: 10.13187/me.2021.3.507

Parratt-Fernández S., Chaparro-Domínguez M.-Á., Moreno-Gil V. (2024) Journalistic AI codes of ethics: Analyzing academia's contributions to their development and improvement. *Profesional de la información* 33 (6): e330602. DOI: 10.3145/epi.2024.0602

Ragnedda M. (2018) Conceptualizing digital capital. *Telematics and Informatics* 35 (8): 2366–2375. DOI: 10.1016/j.tele.2018.10.006

Ragnedda M., Ruiu M. L., Gladkova A. (2025) Reframing digital capital in unequal contexts. *World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies* 3: 5–29.

Shesterkina L., Krasavina A. (2021) Journalism education in the era of social networks and artificial intelligence: Digital technologies and ethical values. *Proceedings of International Online Round Table*.

Stiekolshchykova V., Ziniuk A., Melnykova-Kurhanova O., Yarova A., Lobanov D., Soldatenko I. (2025) Personal factors shaping journalists' professionalism in today's military journalism. *Revista Romaneasca pentru Educatie Multidimensionala* 17 (2): 629–651. DOI: 10.18662/rrem/17.2/998

Terry G., Hayfield N., Clarke V., Braun V. (2017) Thematic analysis. In *The SAGE Handbook of Qualitative Research in Psychology*. London: SAGE, Pp. 17–37. DOI: 10.4135/9781526405555.n2

Vartanova E., Lukina M. (2017) Russian journalism education: Challenging media change and educational reform. *Journalism & Mass Communication Educator* 72 (3): 274–284. DOI: 10.1177/1077695817719137

Wang Y. (2024) Cognitive and sociocultural dynamics of self-regulated use of machine translation and generative AI tools in academic EFL writing. *System* 126: 103505. DOI: 10.1016/j.system.2024.103505

Williams A., Guglietti M. V., Haney S. (2018) Journalism students' professional identity in the making: Implications for education and practice. *Journalism* 19 (6): 820–836. DOI: 10.1177/1464884917692344

Yan L., Greiff S., Teuber Z., Gašević D. (2024) Promises and challenges of generative artificial intelligence for human learning. *Nature Human Behaviour* 8 (10): 1839–1850. DOI: 10.1038/s41562-024-02004-5

Zhou X., Li Y., Chai C. S., Chiu T. K. F. (2025) Defining, enhancing, and assessing artificial intelligence literacy and competency in K-12 education from a systematic review. *Interactive Learning Environments* 33 (10): 5766–5788. DOI: 10.1080/10494820.2025.2487538

Поступила в редакцию
29.12.2025

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.