

ГИБРИДНЫЙ НАРРАТИВ КАК ИНСТРУМЕНТ КОНСТРУИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО ЗНАЧИМЫХ ТРЕНДОВ (НА ПРИМЕРЕ ИНТЕРНЕТ-ИЗДАНИЯ LENTA.RU)

HYBRID NARRATIVE AS AN INSTRUMENT FOR SHAPING SOCIAL TRENDS: THE CASE OF LENTA.RU

**A. Lapko
S. Aynulova**

Summary: The article examines the hybrid narrative as a tool for constructing and representing socially significant trends in digital media. Using the special project “Fresh Russian” by the online publication Lenta.ru as a case study, the analysis focuses on a hybrid narrative structure. Central to this investigation is the mechanism that combines the macrostructure of “Petals” with the microstructure of the “Hero’s Journey”, further complicated by “concentric circles” that explain social dynamics and “fractals” that replicate plot elements across different levels within the narrative. It is argued that this approach transforms personal stories into an instrument for examining socially significant trends.

A content analysis reveals that the storytelling in the “Fresh Russian” project serves to construct a new cultural identity through a dialogue with heritage and the theme of conscious entrepreneurship. Consequently, the hybrid narrative fulfills not only an informational but also a meaning-making function.

Keywords: storytelling, narrative, hybrid narrative, multimedia narrative, storytelling principle, special project, online media, Lenta.ru.

Лапко Анастасия Валерьевна

старший преподаватель, Тихоокеанский
государственный университет
reddaktor@mail.ru

Айнулова Светлана Евгеньевна

Тихоокеанский государственный университет
aynulova04@inbox.ru

Аннотация: Статья посвящена исследованию гибридного нарратива как инструмента конструирования и репрезентации социально значимых трендов в цифровых СМИ. На примере спецпроекта «Свежий русский» интернет-издания Lenta.ru анализируется гибридная повествовательная структура. В центре внимания находится механизм сочетания макроструктуры «Лепестков» с микроструктурой «Путешествия героя», усложненные «концентрическими кругами», объясняющими социальную динамику, и «фракталами», воспроизводящими сюжетные ходы на разных уровнях внутри повествования. Доказывается, что данный подход трансформирует частные истории в инструмент исследования ключевых общественных тенденций.

Содержательный анализ выявляет, что сторителлинг в проекте «Свежий русский» служит конструированию новой культурной идентичности через диалог с наследием и тему осознанного предпринимательства. В результате гибридный нарратив реализует не только информационную, но и смыслообразующую функцию.

Ключевые слова: сторителлинг, нарратив, гибридный нарратив, мультимедийный нарратив, принцип повествования, спецпроект, интернет-СМИ, Lenta.ru.

Введение

В условиях цифровой трансформации медиа нарратив перестал быть просто способом изложения событий, а превратился в инструмент осмысления сложных социальных явлений. Гибридный нарратив, объединяющий классические линейные структуры и нелинейные цифровые форматы, позволяет не только привлекать внимание аудитории, но и конструировать новые социальные тренды. В специальных проектах ведущих интернет-изданий такая гибридизация становится стратегией трансформации частных историй в масштабное исследование актуальных социокультурных процессов.

Несмотря на растущий интерес к цифровому сторителлингу, конкретные механизмы гибридизации нарративных моделей и их роль в конструировании социальных трендов в практике российских медиа остаются недостаточно изученными. Поэтому целью данной статьи является выявление и анализ гибридных нарративных моделей как инструмента конструирования соци-

ально значимых трендов. В центре внимания находится механизм комбинации и взаимодействия различных сторителлинговых структур, а также их содержательное наполнение.

Материалы и методы исследований

Материалом для анализа стал специальный проект «Свежий русский» интернет-издания Lenta.ru, которое является одним из наиболее последовательных СМИ, реализующих принципы сложного сторителлинга.

Исследование базируется на выявлении и анализе механизмов гибридизации нарративных структур и их роли в конструировании социально значимых смыслов и трендов.

Результаты и обсуждения

Характерной чертой современной интернет-журналистики является нарративизация публикаций, которая

коснулась практически всех медийных жанров, и использование сторителлинга для отражения общественно значимых событий и объяснения сложных концептов. Качественный нарратив, построенный в соответствии с законами сторителлинга, в условиях дефицита внимания аудитории имеет большой потенциал для его привлечения. По мнению А.С. Сумской, срабатывает психологический фактор, поскольку истории выразительны, они увлекают, вызывают эмоциональные переживания, потому способны влиять на действия, поступки и убеждения аудитории [18]. В.С. Варакин называет журналистику «социальной системой сторителлинга», где последний является инструментом порождения и представления смыслов социальной действительности, способом понимания обществом самого себя [2].

В сетевых СМИ наиболее распространенным форматом работы журналиста является цифровой сторителлинг, в котором словесное искусство построения нарратива сочетается с современными мультимедийными техниками передачи истории. Он является все той же историей со своим героем, сюжетом, выстроенной драматургией, но от традиционного его отличает мультимедийный «обвес» [17]. Он позволяет разбить медиатекст на смысловые блоки, структурировать материал, избавить его от монотонности, разнообразить информацию, сделать ее подачу более эффективной и объемной. Потребитель информации переходит на новый уровень вовлеченности, выстраивая свой маршрут освоения материала. Следовательно, сам режиссирует свою навигацию и находит грани личностного измерения истории. Это достигается благодаря свойствам мультимедийного нарратива, где сам нарратив обеспечивает структуру повествования, журналистика – законы содержания, а мультимедиа – форму истории [11].

Цифровой сторителлинг стал одной из ключевых стратегий создания контента в сетевой среде, демонстрирующей эволюцию структурных моделей и раскрывающей внутреннюю логику развития нарратива – от следования классическим канонам к экспериментальным гибридным формам.

Изначально цифровые нарративы часто опирались на унаследованные классические линейные структуры, еще не предлагающие аутентичного ответа на вызовы нелинейности. Преобладали трехактная модель Аристотеля [1] или «Путешествие героя» («Мономиф») Дж. Кэмпбелла [12] и К. Воглера [7], где различные компоненты служили иллюстрацией единой, предопределенной сюжетной линии. Эти модели обеспечивали ясность и драматургическую целостность, но в них отсутствовали интерактивность и многовариантность, характерные для цифровой среды.

Разрывом с классической парадигмой стало фор-

мирование нелинейных и интерактивных структурных моделей. Гипертекстовые конструкции, ветвящиеся сюжеты, управляемые выбором пользователя, сместили фокус с авторского монолога на диалог с аудиторией. Повествовательная структура перестала быть фиксированным маршрутом и превратилась в сеть потенциальных путей. Например, модель «Лепестков», где несколько независимых историй («лепестков»), связанных общей темой, персонажем, событием или концепцией («центр» цветка), начинаются и заканчиваются в одной центральной точке, или модель «Мозаичного повествования», где история собирается пользователем из различных фрагментов [20; 10]. Появились и гибридные структурные модели, сочетающие линейность и нелинейность, авторский контроль и участие пользователя.

Эволюция от линейных канонов к гибридным экспериментам является живым процессом, который можно наблюдать в современных мультимедийных спецпроектах, демонстрирующих, как структурные решения влияют на восприятие информации и вовлеченность аудитории.

В спецпроектах интернет-издания Lenta.ru классические техники сторителлинга редко используются в «чистом» виде из-за мультимедийной и интерактивной природы контента. Они адаптируются, фрагментируются и комбинируются для создания сложного, нелинейного опыта.

Спецпроект «Свежий русский» [16] представляет масштабное исследование современного российского предпринимательства в сфере креативных индустрий и ремесленного производства. Его уникальность заключается не только в тематике, но и в сложной сторителлинговой модели, которая превращает бизнес-истории в многослойный культурный, социальный и экзистенциальный нарратив. Серия материалов служит рамкой для более глубокого нарратива – поиска и обретения национальной и личной идентичности через возрождение и переосмысление культурного кода России.

Анализ нарративных моделей, использованных в проекте, позволяет выявить ключевые тенденции в развитии мультимедийного сторителлинга в цифровых СМИ.

В проекте используется гибридная сторителлинговая модель, сочетающая структуру «Лепестков» и классического «Путешествия героя».

Модель «Лепестков» применяется на макроуровне каждого материала, где представлено несколько самодостаточных историй (от трех до пяти), которые раскрывают разные границы центральной темы.

Например, в материале «Россияне бросают работу в офисе, чтобы делать невероятно красивую посуду. Как

керамика помогает им обрести счастье?» [19] – это создание новой локальной идентичности через ремесло. Здесь каждая история героини усложняет предыдущую и реализует глубинную нарративную структуру повествования – от личного хобби к социальной миссии. Все персонажи представляют собой воплощение отдельного архетипа: «хранитель мифов» Ольга Емельянова («Лукоморье») возрождает сказочные образы через керамику; в истории «освобожденного творца» Юлии Никулиной (Julinka) показан переход от корпоративной несвободы к «нескучной» керамике для «внутреннего ребенка»; «социальный инноватор» Наталья Ионова («Маленький фарфоровый завод») формирует локальную идентичность через промышленный дизайн (авангард в «текстильном крае»).

Нарратив выстраивается по принципу расширяющегося воздействия, формируя «концентрические круги» сторителлинговой модели: внутренний – личное преобразование, средний – влияние на локальную экономику и культуру, внешний – вклад в национальную идентичность и туризм. Так создается измеримый социальный эффект: от остановки оттока молодежи до создания туристических кластеров. Это не просто «истории успеха», а кейс социального предпринимательства, где вклад каждого персонажа становится инструментом территориального развития. Нарратив балансирует между индивидуальным и коллективным, традиционным и инновационным, локальным и национальным, экономическим и экзистенциальным, что превращает материал о ремесленниках в глубокое исследование о поиске смысла и идентичности в современной России.

Модель «Лепестков», усложненная «концентрическими кругами», позволяет читателю выстроить индивидуальную траекторию восприятия, выбирая наиболее близкую ему историю, а в сумме – получить панорамную картину явления. Такой подход обеспечивает широту охвата и демонстрирует, что описываемый феномен – не единичные случаи, а устойчивый тренд.

На микроуровне, внутри каждого «лепестка», используется модель «Путешествие героя». Повествование выстроено по канонической схеме трансформации. Эта структура придает личным историям драматургическую глубину, эмоциональную напряженность и формирует вдохновляющий нарратив, с которым читатель может себя идентифицировать. Например, в материале о возрождении и трансформации российского ювелирного искусства через призму индивидуального творчества и предпринимательства [8] показана история Андрея Стрельника (Strelnik Jewelry): обычный мир – менеджер, не видевший себя в ювелирном деле; призыв к приключению – случайная находка диоптаза; помощники – отец как носитель традиционного мастерства, жена Юлия – соавтор идей; испытания – создание первого дизайна,

освоение производства, поиск своего стиля; награда – первый крупный заказ, создание успешного бренда; возвращение с эликсиром – свобода творчества, управление бизнесом, экспорт в Китай.

Аналогичная структура прослеживается в историях Марии Черных (от реставратора к создателю бренда) и Архипа Щепина (от детского увлечения к участию в профессиональных выставках).

В ряде историй повествовательная модель усложняется «фракталами» – вложенными нарративами. В частности, в упоминаемом выше материале о современном ювелирном искусстве – это общая история ювелирного дела в России (от XIX века до современности); личная история эксперта по ювелирному искусству Елены Веселой как пример потребительского опыта в СССР; краткие упоминания других брендов (Himere, Moonswon, Fjord), которые добавляют контекст и показывают масштаб явления.

Такая гибридность обеспечивает панорамный обзор явлений, позволяет добиться глубины и эмоционального погружения, создает динамику и многогранность, что является признаком качественного мультимедийного спецпроекта.

Содержательный анализ всех историй позволяет выявить единую сверхзадачу спецпроекта – не просто проинформировать о новых брендах, а превратить рассказ о современном бизнесе в размышление о преемственности, традициях и модернизации, зафиксировать процесс формирования новой культурной и экономической российской идентичности, рождающейся на стыке личного творчества и диалога с наследием.

Тематическое и нарративное единство здесь движется от товаров к смыслам. Это достигается через трансформацию роли предмета, который перестает быть просто объектом потребления. Керамика, одежда, обувь, украшения, мебель, вещи для дома, косметика, парфюмерия, товары для животных становятся артефактами, носителями личной и коллективной памяти, инструментом терапии, способом самоидентификации и выражения культурного кода. Так, неваляшка бренда Asiknova Ceramics в материале о декоре [13] предстает как символ личной травмы (выгорание, перелом), терапевтический инструмент и философский символ, олицетворяющий стойкость и несгибаемость, а чепчик бренда tête bonnet [6] – как связующее звено между поколениями (семейная сага с мастерицами-родственницами) и ироничный модный аксессуар («ирония к себе»).

Все истории выстроены по принципу концентрических кругов, где центральной оппозицией является «личное – коллективное». Они начинаются с личной драмы или поиска отдельного человека (кризис, выгорание,

экзистенциальная неудовлетворенность) и через этап предпринимательства выводят на уровень решения общезначимых проблем: создание локальной идентичности, остановка оттока молодежи, возрождение территорий, терапия коллективных травм, формирование осознанной потребительской культуры. Для усиления посыла нарратив подкрепляется и другими антиномиями и драматургическими контрастами. Например, антиномия «столица и провинция», подчеркивающая аутентичность и связь; «глобальное и локальное», где массовый рынок с безликой продукцией противопоставлен камерным брендам с историей; «наука и природа», демонстрирующая, что натуральность – это не про «бабушкины рецепты», а про научный подход к традиционным ингредиентам; «прошлое и настоящее» – старинные орнаменты в современных флаконах, мифологические сюжеты в актуальном минималистичном дизайне [4].

Сквозным нарративом проекта является тема «русскости», переосмысленной не как этнографический стиль, а как живая традиция, диалог с наследием, формирующая социокультурный контекст. Она придает нарративу аналитичность и глубину, выводя его за рамки простого обзора брендов. Герои активно конструируют новую эстетику, опираясь на фольклор (возрождение сказочных образов через керамику [19]), советское наследие («гобелены с оленями» на корсетах, юбка «Мурзилка», линейка «Советский рейв» Александры Пустыревой [15]), неваляшки Ирины Веселовой, сохранение советского модернизма Дмитрием Майоровым [13]), локальные природные образы (ароматическое присвоение территории и формирование новой «ароматной идентичности» [5]) и ремесленные техники (погружение читателя в производственные процессы как прием драматургии [3]). Это отражает тренд на глокализацию – усиление локальной идентичности в условиях глобализации, вписывание российских практик в общемировой контекст.

Сторителлинг в «Свежем русском» отличается высоким вниманием к языку, который работает на создание конкретных образов и эмоционального отклика. Активно используется «тактильный сторителлинг», описывающий физические ощущения от материалов, чтобы сделать процесс осязаемым («глина была одним из первых материалов, который покорила человеку» [19], «янтарь четыре дня крутится в барабане» [8], «светильник полностью испекся» [13]). На тактильность и визуализацию работают и атмосферные детали – главный инструмент создания доверия и аутентичности, в которых слышны голоса героев и чувствуется происходящее («взъерошенная челка», «черная безразмерная футболка», «счастливый мальчишка в машине с кольцом-поездом» – портрет Архипа Щепина [8], «когда я получил свой первый стул, меня распирало о счастье» – Евгений Аверкин, «Аня поглаживает воображаемый брус» – Анна Панихина [9], «лесная женщина с косметикой из диких трав» –

Анна Крассова [4]). В качестве эмоциональных якорей выступают метафоры: «дорожка к русской душе», «запах рая», «кровь, в которой растворен дух авантюризма» [4], «валенки заворожили мир», «волан начал свой полет», «прыжок в эйфорию» [3]. В материале о парфюмерии [5] используется эффект синестезии, где запахи связываются с визуальными образами, звуками и воспоминаниями, наделяющие обыденные явления поэтическим и философским смыслом через их ароматическое воплощение: «ярко-желтые цветы в мутной воде» (зрение и обоняние), «запах первой капли, распускающихся листьев и свежей травы» (звук, тактильность и обоняние, «дымный, древесный, напоминающий баню или осеннее чаепитие в лесу» (обоняние, тактильность и визуальный образ).

Ирония и самоирония выполняют характерологическую функцию, обеспечивая психологическую достоверность и эмоциональную привлекательность персонажей («В жизни Ольги не было никакой сказочной волшебной палочки», «Надеялась, что обойдемся игрушками», – улыбается она» [19], «Кто же виноват, что собакам лишь бы перекусить», «шутка превратилась в нечто большее» [14]). Прямая речь героев часто содержит афористичные высказывания, которые становятся цитатами-манифестами, смысловыми центрами историй («Я хочу менять моду и ценности» [15], «Делаю только то, что хочется» [8]). Это формирует не просто портрет предпринимателя, а портрет идеолога.

В спецпроекте «Свежий русский» наблюдается эволюция нарративных моделей от классических линейных схем к сложным гибридным конструкциям. Доминирующей стратегией становится сочетание макроструктуры «Лепестков», обеспечивающей тематическую широту и нелинейную навигацию, с микроструктурой «Путешествия героя» внутри каждого элемента. Нарратив «упаковывается» в жизненные сюжеты, что придает историям драматургическую цельность и эмоциональную глубину. Усложнение этой модели «концентрическими кругами» и «фракталами» превращает проект в глубокое исследование о поиске смысла и идентичности в современной России, обеспечивая единство структуры на всех уровнях и создавая целостный и мощный нарратив.

Содержательный анализ подтверждает, что принципы сторителлинга применяются на глубоком концептуальном уровне. История выстраивается не вокруг товара или услуги, а вокруг поиска идентичности, преодоления кризиса и социальной миссии. Каждая вещь становится артефактом личной биографии, носителем исторического кода, инструментом экономического возрождения и символом национальной идентичности. Через мини-истории конструируется метанарратив о «новой русскости», основанной на диалоге с наследием, глокализации через «возвращение к корням» и осмысленном предпринимательстве, аутентичном, осознанном, укорененном в

культуре, но открытым для инноваций. Проект выполняет не только информационную, но и смыслообразующую функцию, фиксируя зарождение актуальных социокультурных кодов. Таким образом, Lenta.ru использует техники сторителлинга не как жесткие схемы, а как гибкий

инструментарий, элементы которого интегрируются в мультимедийную среду для создания максимально вовлекающего и информационно насыщенного опыта. Сторителлинг работает на уровне ценностей и эмоций, а не просто фактов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аристотель. Поэтика. Риторика / Аристотель; вступ. ст. и коммент. С.Ю. Трохачева; пер. с древнегреч. В. Аппельрота, Н. Платоновой. Санкт-Петербург: Азбука-классика, 2007. 346, [2] с.
2. Варакин В.С. Сторителлинг как инструмент информационного моделирования социальной действительности // Социальная миссия журналистики: реалии и прогнозы: мат-лы межвуз. науч.-практ. конф. / сост., отв. ред. О.В. Третьякова. Архангельск, 2014. С. 92–99.
3. Васильева Д. «Мы решили дарить эйфорию». Кто в России делает самую удобную обувь и возрождает любовь к валенкам? / Свежий русский // Lenta.ru. 2024. 21 окт. URL: <https://lenta.ru/articles/2024/10/21/shoes/> (дата обращения: 10.10.2025).
4. Васильева Д. Молодые россияне посвящают жизнь тому, чтобы сделать уникальную косметику. Как они совершают прорыв на рынке? / Свежий русский // Lenta.ru. 2024. 2 сент. URL: <https://lenta.ru/articles/2024/09/02/cosmetic/> (дата обращения: 10.10.2025).
5. Васильева Д. Они решают, чем пахнет Россия. Как в стране выросло новое поколение парфюмеров и что их вдохновляет? / Свежий русский // Lenta.ru. 2024. 23 сент. URL: <https://lenta.ru/articles/2024/09/23/parfum/> (дата обращения: 10.10.2025).
6. Васильева Д. Русская традиция возвращается в моду. Как чепчики и золотная вышивка стали новым трендом, а чокеры заменяют нечокеры? / Свежий русский // Lenta.ru. 2024. 30 сент. URL: <https://lenta.ru/articles/2024/09/30/accessories/> (дата обращения: 10.10.2025).
7. Воглер К. Путешествие писателя. Мифологические структуры в литературе и кино / Пер. с англ. Москва: Альпина нон-фикшн, 2019. 608 с. URL: https://nonfiction.ru/media/fragments/puteshestvie_pisatelya_poket.pdf (дата обращения: 01.10.2025).
8. Гузаирова А. «Я делаю только то, что мне хочется». Российские ювелиры создают уникальные украшения. Как они завоевывают сердца россиян? / Свежий русский // Lenta.ru. 2024. 30 сент. URL: <https://lenta.ru/articles/2024/10/30/jewellery/> (дата обращения: 10.10.2025).
9. Гузаирова А. В России делают мебель, которая выглядит как произведение искусства. Кто ее создает и как хобби превращается в бизнес / Свежий русский // Lenta.ru. 2024. 9 сент. URL: <https://lenta.ru/articles/2024/09/09/mebel/> (дата обращения: 10.10.2025).
10. Дженкинс Г. Конвергентная культура. Столкновение старых и новых медиа / Пер. с англ. А. Гасилина. Москва: Рипол-классик, 2019. URL: <https://flibusta-su/book/116851-konvergentnaya-kultura-stolknovenie-staryih-i-novyih-media/read/> (дата обращения: 10.10.2025).
11. Качанов Д.Г. Мультимедийный журналистский нарратив: к определению понятия // Меди@льманах. 2021. № 3 (104). С. 20–29. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/multimediynyy-zhurnalistskiy-narrativ-k-opredeleniyu-ponyatiya> (дата обращения: 01.10.2025).
12. Кэмпбелл Д. Тысячеликий герой / Пер. с англ. О.Ю. Чекчурина. Санкт-Петербург: Питер, 2018. 347 с. URL: <https://www.litres.ru/book/dzhhozef-kempbell/tysyachelikiy-geroy-33848058/chitat-onlayn/> (дата обращения: 01.10.2025).
13. Новичкова Д. Мастера из России создают уникальные вещи для дома. Кто они и как посвятили жизнь тому, чтобы радовать людей? / Свежий русский // Lenta.ru. 2024. 16 сент. URL: <https://lenta.ru/articles/2024/09/16/decor/> (дата обращения: 10.10.2025).
14. Пономаренко М. «Я не получал таких эмоций 10 лет». Как россияне ради любви к животным бросают работу, чтобы делать для них одежду и корм / Свежий русский // Lenta.ru. 2024. 5 нояб. URL: <https://lenta.ru/articles/2024/11/05/pets/> (дата обращения: 10.10.2025).
15. Пономаренко М. «Я хочу менять моду и ценности». Кто в России делает уникальную одежду, в которой вы точно будете выглядеть не как все? / Свежий русский // Lenta.ru. 2024. 14 окт. URL: <https://lenta.ru/articles/2024/10/14/clothes/> (дата обращения: 10.10.2025).
16. Свежий русский // Lenta.ru. URL: <https://fresh.lenta.ru> (дата обращения: 10.10.2025).
17. Симакова С.И., Енбаева А.П., Исакова Т.Б. Мультимедийный сторителлинг – теоретическое осмысление // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. 2019. № 1. С. 222–230. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/multimediynyy-storitelling-teoreticheskoe-osmyslenie> (дата обращения: 31.09.2025).
18. Сумская А.С. Трансмедиа storytelling в маркетинговых PR-коммуникациях // Вестник Челябинского государственного университета. Сер. «Филологические науки». 2016. Вып. 104. № 13 (395). С. 117–124. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/transmedia-storytelling-v-marketingovyh-pr-kommunikatsiyah> (дата обращения: 31.09.2025).
19. Улитина Е. Россияне бросают работу в офисе, чтобы делать невероятно красивую посуду. Как керамика помогает им обрести счастье? / Свежий русский // Lenta.ru. 2024. 7 окт. URL: <https://lenta.ru/articles/2024/10/07/ceramics/> (дата обращения: 10.10.2025).
20. Miller C.H. Digital Storytelling: A Creator's Guide to Interactive Entertainment. Burlington, MA: Focal Press, 2014. URL: https://archive.org/details/digitalstorytell0000mill_u412/mode/2up (дата обращения: 10.10.2025).

© Лапко Анастасия Валерьевна (reddaktor@mail.ru), Айнулова Светлана Евгеньевна (aynulova04@inbox.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»