

УДК 004.738.5
ББК 83.3

DOI: 10.31862/1819-463X-2021-1-29-38

ЛИТЕРАТУРА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ МЕДИАКУЛЬТУРЫ: ДОЦИФРОВОЙ ТЕКСТ И ЕГО СЕТЕВЫЕ ТРАНСФОРМАЦИИ

Я. В. Солдаткина

Аннотация. В статье рассматривает литературный сегмент современной медиакультуры. Основное внимание уделено способам преобразования и формам использования литературных произведений доцифровой эпохи, в частности классической русской литературы, в современной сети Интернет. Сетевая среда активно осваивает литературное наследие, способствуя реализации таких функций медиакультуры, как образовательная и познавательная, коммуникационная, релаксационная, креативная. Для адаптации традиционного текста в медиaprостранстве применяются операции дигитализации, визуализации, творческой интерпретации и создания собственного контента с опорой на цитаты, мотивы или сюжеты литературной классики, перенесенные в современные цифровые и культурные условия. Медиакультура актуализирует доцифровой литературный текст, стирая границы между элитарной и массовой культурой, но при этом побуждая в массовой аудитории интерес к эстетическому освоению действительности.

Ключевые слова: медиакультура, литература и Интернет, дигитализация, визуализация, социальные сети, электронные библиотеки, Instagram-сериял.

LITERATURE ON THE INTERNET AND THE MAIN DIRECTIONS OF MEDIA CULTURE DEVELOPMENT: PRE-DIGITAL TEXT AND ITS NETWORK TRANSFORMATIONS

Ya. V. Soldatkina

Abstract. The article examines the literary segment of contemporary media culture. The centre of attention is the ways of transformation and forms of use of literary works of the pre-digital era, in particular, classic Russian literature, on the Internet. The network

© Солдаткина Я. В., 2021



Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International License
The content is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

environment actively develops literary heritage, contributing to the performance of such functions of media culture as educational and cognitive, communicational, relaxational and creative. To adapt the traditional text in the media space, digitalization, visualization, creative interpretation, and creation of their own content based on quotations, motifs or plots of literary classics transferred to contemporary digital and cultural conditions are used. Media culture actualizes the pre-digital literary text, blurring the boundaries between elite and mass culture, but at the same time encouraging the mass audience to take an interest in the aesthetic interpretation of reality.

Keywords: *media culture, literature and the Internet, digitalization, visualization, social networks, electronic libraries, Instagram-series.*

При современном состоянии развития общества мультимедийные каналы распространения информации по удобству, скорости и широте охвата аудитории существенно преобладают над традиционными печатными и аналоговыми. Сеть Интернет в этих условиях не только все более приобретает свойства информационного хранилища/информационного поля, передающего материалы по разнообразным траекториям, но и побуждает пользователей активно формировать собственный контент, предназначенный для демонстрации в медиапространстве и сгенерированный в соответствии с современными медиатенденциями. Более того, глобализация и медиатизация социума порождает мощное движение медиаконвертации доцифровых артефактов, в частности, дигитализацию (оцифровку) для размещения на сетевых ресурсах и платформах документальных и художественных текстов, резко увеличивающую их доступность и востребованность (например: [1; 2]). Ряд популярных сетевых проектов, работающих в жанре эдьютеймента («Полка» (<https://polka.academy/>), «Стихи почтой» (<https://nezarastet.ru/>), «Карта истории» (<https://kartaistorii.ru/>), «1917. Свободная история» (<https://project1917.ru/>), «1968. Digital» (<https://1968.digital/ru/>) и др.), строится по принципу переупаковки общеизвестного контента (литературных, исторических, критических, мемуарных текстов) для поколения потребителей сетевой культуры (подробнее см. [3]).

Интенсивность дигитализации художественного наследия человечества и цифровизации творческих процессов ставит перед правообладателями и исследователями вопросы атрибуции авторства цифровых копий, свободы их использования в новых произведениях искусства, новых медиатекстах, а также роли, функций и места этого цифрового контента в континууме семиосферы (Ю. М. Лотман), его включенности или, наоборот, противопоставленности сфере медиакультуры. Как указывает в своих трудах Н. Б. Кириллова, крупнейший специалист по изучению медиакультуры, «в традиционном понимании медиакультура объединяет все виды аудиовизуального творчества. Гипертрофированность аудиовизуальной информации в современной цивилизации констатировали Ж. Бодрийяр, П. Вирильо, Ф. Джеймисон. По их мнению, медиакультура – область культуры, связанная с трансляцией современными техническими способами записи и передачи изображения и звука (кино, телевидение, видео, системы мультимедиа) динамических образов, получивших широкое распространение» [4], что, с одной стороны, подчеркивает принадлежность к медиакультуре только динамических образов, каковыми дигитальные копии и создаваемые посредством их цитирования документальные и художественные медиатексты являются не всегда. Но, с другой стороны, самый фактор транслирования по медиаканалам культурной информации в ее визуализированном виде позволяет говорить если не

о включенности, то о близости переупакованных артефактов доцифровой эпохи к массиву медиакультуры.

С этой точки зрения согласимся с выводами Н. Б. Кирилловой о том, что в современную эпоху фиксируется принципиальное расширение сферы медиакультуры, которая, развиваясь и ежесекундно обновляясь, вбирает в себя огромные объемы дигитальных копий, их медиавариаций и примеров их постмодернистского цитирования, а также побуждает профессиональных медиадееателей и массовую аудиторию к созданию собственного медиаконтента разной степени креативности, базирующегося на тех или иных трансформациях и адаптациях доцифрового контента культурной тематики: «...медиакультура – это совокупность информационно-коммуникативных средств, выработанных человечеством в ходе культурно-исторического развития, способствующих формированию общественного сознания и социализации личности. Она включает в себя культуру передачи информации и культуру ее восприятия; может выступать в системной уровневой развитии личности, способной воспринимать, анализировать, оценивать тот или иной медиатекст, заниматься медиаторством, усваивать новые знания посредством медиа» [4; см. также 5].

Закономерности и современные тенденции генерирования и тиражирования медиакультурного контента мы проанализируем на примере особенностей репрезентации в русскоязычном сегменте сети Интернет художественной литературы в ее медиатизированном, дигитальном и творчески преобразованном виде. По нашим наблюдениям, литературный контент, изначально словесный, наиболее полно демонстрирует те трансформации, которые претерпевает доцифровое искусство в сфере медиакультуры.

Прежде всего, обратимся к самому популярному в современных технологических условиях приему ретрансляции литературного текста – к его разноформатной визуализации. Отметим, что установка на

потребление именно визуальной информации для сетевых пользователей во многом является определяющей (что подтверждается распространенностью социальных сетей, ориентированных на передачу специфически визуального контента: Instagram, YouTube, TikTok). Пользователи мобильных мессенджеров с легкостью заменяют буквенные послания стикерами и эмоджиками, кино- и телеэкранизации вытесняют литературный первоисточник. В эпоху карантинной самоизоляции обрела популярность инициатива по чтению вслух на камеру литературных произведений: многие филологи, артисты и бибблиофилы зачитывали в соцсетях любимые книги, а также стихи и прозу собственного сочинения, тем самым превращая словесный текст в аудиовизуальный динамический продукт и, по сути, переводя его из книжной сферы в сферу медиакультуры. Здесь обращает на себя внимание тот факт, что подобные опыты, попутно решая насущную для современного общества проблему продвижения чтения, представляя собой уже авторскую интерпретацию исходного текста, а зачастую даже новое самостоятельное художественное произведение, предназначенное для тиражирования в медиасреде. Безусловно, степень талантливости таких интерпретаций, их культурная ценность существенно разнятся в зависимости от личности, целей и возможностей интерпретаторов, но в целом отмечается все большая интенсивность медиатизации литературы именно посредством ее прочтения и «проигрывания» для размещения в социальных сетях, то есть переформатирования ее в соответствии с наиболее востребованными медиатрендами.

В середине 2010-х гг. предпочтение отдавалось видеоформатам, близким к телевизионным, в частности, именно в виде теле-трансляции в рамках Года литературы был проведен первый из масштабных марафонов чтения «Война и мир. Читаем роман» (декабрь 2015), в рамках которого эпопея Л. Н. Толстого была разбита на небольшие фрагменты, каждый из которых превратился

в короткое четкое видео, показанные затем ВГТРК на канале «Культура» и сейчас доступные в сети на медиаобразовательном портале «Война и мир.com» (http://voinaimir.com/book/#tom_1p_1c_1f_1_video). Среди чтецов встречались как медиаперсоны (артисты, политики, журналисты, спортсмены, космонавты), так и обычные зрители, но акция была рассчитана именно на аналоговые каналы распространения. Идею в следующем году продолжили «Google-чтения: «Мастер и Маргарита. И я там был», объявившие себя мультимедийным проектом [6] и выбравшие YouTube в качестве площадки для размещения контента, который транслировался в том числе и в формате 360°, актуальном для браузера Google Chrome и мобильного приложения YouTube.

К 2020 г. такого рода начинания уже целиком ориентированы на сетевые площадки, чему немало способствовала пандемия коронавируса, спровоцировавшая неконтролируемый рост онлайн-проектов, онлайн-общения, онлайн-обучения и т. д. Портал «Культура.рф» к ежегодному фестивалю «Библионочь» приурочивает открытие собственного аккаунта «Культурно» в социальной сети TikTok, где, по словам организаторов, «в рамках флешмоба #Ячитаю пользователи могут выкладывать видео с чтением отрывков из любимых книг или, воспользовавшись стикером, отрывком из произведения классика. Наиболее интересные видео, выложенные с хэштегами, будут собираться в специальном лендинге «Библионочи» в разделе «Интересное» [7]. Принцип видео с чтением отрывка остается неизменным, но в данном флешмобе упор сделан на активность самих пользователей. Им предлагается самостоятельно отбирать и творчески интерпретировать контент, поскольку именно оригинальность подачи становится для организаторов ключевым критерием отбора и сохранения видео и, таким образом, делает его значимой частью медиакультуры, достойной дальнейшего тиражирования.

Хотя в сетевой среде утвердилось мнение о равноправности любительского

(пользовательского) и профессионального контента, качество последнего, по крайней мере, в сфере презентации литературного текста, где не так существенна оперативность, значительно выше за счет использования соответствующих компетенций и опции подключения специалистов и спонсоров. «Карантинный» 2020-й вдохновил несколько творческих групп обратиться к опыту болдинского холерного карантина, описанного в письмах А. С. Пушкина. К модели фрагментированного видеочтения классики очень близок Instagram-проект «Пушкин 20.20» (https://www.instagram.com/pushkin_20.20/): в первом сезоне профессиональный артист и главный режиссер Краснодарского театра драмы Арсений Фогелев выступил в роли Александра Пушкина и прочитал отрывки из писем поэта 1830 г. Вместе с Фогелевым работала команда продюсеров, финансовую поддержку осуществлял «Ростелеком», что сказалось на общем эстетическом и познавательном характере продукта, который по праву занимает достойное место среди интерпретаций пушкинской биографии и творчества.

Но и отличия от предшествующих форматов более чем очевидные и, на наш взгляд, значимые. Сериал адаптирован именно под просмотр в соцсети Instagram: хотя видео «горизонтальные» (то есть для просмотра необходимо перевернуть мобильное устройство горизонтально, что не всегда удобно пользователю), но их длительность меньше минуты, что укладывается в разрешенный для прямого размещения на страничке Instagram хронометраж. В аккаунте видео поддерживаются постами «карантинно-литературной тематики», что позволяет пользователям оставлять комментарии и осуществлять интерактивный диалог с создателями. Но самой важной находкой сериала стала временная инверсия: реальный текст пушкинских писем зачитан в современной нам обстановке: на загородной даче, в личном автомобиле, по дороге в город, отчего рождается принципиальная рифма между обстоятельствами 1830 и

2020 г., а текст начинает звучать подчеркнуто актуально. Изначальная семантика писем обогащается современными контекстами, что превращает цитату в самоценное произведение, которое обращено уже не столько к пушкинской эпохе, сколько вписано в современную медиаповестку, не переставая при этом быть образцом медиатекста культурной тематики. Отметим, что медиаобразовательный потенциал проекта достаточно высок, а потому проект был продлен на второй сезон, который вышел в августе 2020 г. и был посвящен лицейским друзьям Пушкина, что, по задумке авторов, должно находить отклик у школьников, которые мыслятся целевой аудиторией этого Instagram-проекта [8]. Тем самым визуализация текста способствовала не только его «новому прочтению», но и существенному приращению его медиакультурных свойств, побуждая аудиторию к информационно-коммуникационной, релаксационной и познавательной деятельности.

Другой путь медиатизации литературного текста предлагают библиотечные ресурсы. Библиотека и в догугенбергову эпоху могла представлять собой, по мнению Ф. Барбье, информационно-коммуникационный и образовательный центр [9], но сейчас ее медиафункции многократно возросли [10]. Мы остановимся только на тех, что напрямую связаны с процессом сетевой адаптации нецифровых текстов, превращения их в медиатексты и элементы медиакультуры XXI в. С одной стороны, деятельностью по сетевому медиапродвижению собственных фондов активно занимаются библиотечные сайты традиционных библиотек самого разного уровня и подчинения. В рамках такого рода продвижения, ориентированного на актуализацию классического литературного текста в сети, упомянем проект библиотечного центра «Екатеринбург» «Черно-белый», построенный на цитатах из писательских дневников: «Предлагаем побыть в роли наблюдателей и подсмотреть за тем, как ощущали окружающий мир и самих себя *они* – гении пера, написавшие книги, определившие понятие

классика литературы, – а на деле такие же простые люди, как и мы с вами. **Черно-белый**, потому что мы берем ответственность поделить переживания писателей на: имеющие негативный оттенок – **черный** и позитивный – **белый**» [11]. Критерий настроения, по мнению создателей цитатника, наиболее близок современному сетевому пользователю, который зачастую приходит в сеть не за информацией, а за эмоциями и которому при этом льстит сравнение с «великими» (в проекте представлены дневники А. С. Пушкина, Л. Н. Толстого, Ф. Кафки). Удачная задумка, вне которой цитаты не затронули бы неподготовленного читателя, действительно позволяет сформировать личное отношение к писателю, проникнуться его переживаниями, сделать их частью современного медиaprостранства, в котором отменены иерархии, но востребованы чувства и сопоставления.

Тенденцию к дигитализации полнотекстовых версий доцифровых книг наиболее ярко иллюстрируют сетевые библиотеки, среди которых сосуществуют платные и бесплатные площадки. Библиотечная подписка-абонемент, которая давала доступ к книгоиздательским новинкам, была придумана еще в XIX в. в Великобритании (Mudie's Circulating Library), но в настоящее время подобные подписки позволяют охранять авторские и издательские права и пользуются спросом в медиасреде. Множество ресурсов медиакультурной тематики (кино, книги, музыка, лекции и т. д.) распространяются именно в рамках платной подписки, создавая при этом вокруг платформы собственное медиакмьюнити, чья медиаактивность модерируется менеджерами, продвигающими не только продаваемую культурную продукцию, но и саму медиакультурную деятельность по потреблению и зачастую созданию собственного контента. Наиболее показательна среди литературоориентированных медиаплощадок и бизнесов «интернет-магазин» – «библиотека электронных книг» ЛитРес (<https://www.litres.ru/>) и его проект ЛитРес: Самиздат (<https://www.litres.ru/tags/samizdat/>).

При этом ЛитРес зачастую предлагает потребителю не дигитальную копию книжного текста, но специально адаптированный для чтения в сети или с гаджетов электронный вариант – и здесь речь идет не об оцифровке, но об изначально электронной версии литературного текста, предназначенного именно для тиражирования в медиасфере и являющегося элементом медиакультуры.

Массив бесплатных сетевых библиотек пережил в нулевые рекордные сокращения из-за претензий правообладателей, на данный момент в русскоязычном сегменте активно функционирует знаменитая библиотека Мошкова (<http://lib.ru/>), содержащая электронные тексты и потому относимая к медиакультурной сфере, но все более масштабной становится оцифровка и обнародование архивов книг и периодики, когда дигитальная копия отражает не только текст как таковой, но целиком – издательскую версию, сохраняя все особенности формы (картинки, оформление, композицию и т. д.). В этом направлении работает Национальная электронная библиотека (<https://rusneb.ru/>), в каталогах которой можно найти как дореволюционные иллюстрированные издания (вплоть до Библии Гутенберга), так и редкие книги из труднодоступных библиотечных систем, например, по истории освоения Арктики. С одной стороны, файлы в расширении PDF, в которых традиционно сканируются издания, не очень удобны для чтения с мобильных устройств, но, с другой, такого рода дигитализация существенно увеличивает возможности ознакомиться с артефактом, заинтересоваться историей текста, эпохой его публикации, представляя собой, по сути, тоже одну из форм визуализации литературы, способствующей расширению коммуникационных каналов тиражирования и пополнению виртуального фонда медиакультуры. В целом как сайты традиционных библиотек, так и сетевые библиотеки могут быть аттестованы в качестве постоянно развивающихся и обновляемых сегментов медиакультуры, нацеленных на

актуализацию интереса и повышение степени доступности литературного контента для современной техноцентричной аудитории.

Промежуточное место между дигитализацией и динамической визуализацией литературного текста в сфере медиакультуры занимают, с нашей точки зрения, сетевые аккаунты в социальных сетях, публикующие цитаты из литературных произведений или писательских записей, позволяющие далее перепостить фразу, сопроводив ее комментарием, фотографией, мемом или как-то иначе ее дополнив и тем самым адаптировав для конкретного контекста и сиюминутных нужд. Операция «репоста» доступна любому пользователю, причем при большом количестве повторных репостов первичное авторство текста может быть утеряно (или восстановление его затруднено), текст – приписан другому автору (модный сетевой жанр «Цитаты великих» содержит большое количество фейковых цитат). В определенной степени сохранности авторства и знакомству с автором способствуют аккаунты, посвященные конкретной литературной персоне (твиттер Ф. М. Достоевского, <https://twitter.com/phildostoevsky>; три твиттера Иосифа Бродского https://twitter.com/joseph_brodsky, <https://twitter.com/ybrodsk>, https://twitter.com/brodsky_joseph; телеграм-каналы @BrodskyFM, @stoytolstoy и др.) и опосредованно выполняющие таким образом просветительские функции, органичные для медиакультуры.

Открытость медиакультуры, ее постоянная обновляемость, доступность материалов культурного характера и электронных инструментов, провоцирующих к созданию собственного контента разного уровня талантности, в определенной степени способствует возникновению любительских медиакультурных опытов, построенных на использовании и преобразовании уже имеющихся медиакультурных единиц, в частности, литературной тематики. Подчеркнем, что, с одной стороны, культура постмодернизма XX и рубежа XX–XXI вв. совпала с расцветом социальных сетей и

облегчила эстетическое обоснование повсеместного цитирования («интертекстуальности»), но, с другой, и до цифровой эры и влияния постмодернизма освоение массовой культурой достижений культуры элитарной, диалог масскульты с классикой и традицией представлялись естественной практикой, свидетельствующей о развитии культурного процесса.

Цифровая эпоха ускорила и во многом легализовала эту практику, породив несметное количество фанфикшн – непрофессиональных произведений, создаваемых по мотивам известных литературных текстов [12], которые являются, на наш взгляд, одной из принципиальных и уникальных форм бытования современной медиакультуры. Фанатские сообщества образуют собственные электронные библиотеки, которые представляют собой одновременно и информационное хранилище, и площадку для медиаобщения, и способ рецепции элитарной и массовой культуры, и творческий полигон. Самый известный русскоязычный ресурс «Книга фанфиков» (<https://ficbook.net/>) предлагает своим подписчикам и фанфики по различным франшизам (фэндомам), причем пользователь может заказать фанфик по собственной идее, и даже «ориджиналы» – оригинальные, самостоятельные произведения, что сближает площадку с порталами Стихи.ру (<https://stihi.ru/>) и Проза.ру (<https://proza.ru/>), публикующими литературные произведения непрофессиональных авторов (зачастую не лишённые черт вторичности, графомании и по этим признакам сближающиеся с фанфиками). В любом случае подобные порталы позволяют медиакультуре расширять свой креативный потенциал, попутно разрушая жесткие границы между текстом печатным и электронным, текстом законченным и в пределе бесконечным в руках фикрайтеров (авторов фанфиков), текстом профессиональным, художественным – и подражательным, адаптирующим достижения элитарной культуры.

Креативизация в области трансформации доцифровых текстов в медиакультур-

ной среде направлена, как мы видели, в сторону актуализации классики в новостной повестке, осовременивания литературных сюжетов, типажей в соответствии с сиюминутными запросами. Среди самых ярких примеров подобной креативизации, построенной по принципу фанфика, в котором известные литературные и культурные деятели XIX в. действуют в эпоху самоизоляции и социальных сетей, следует назвать еще один Instagram-сериал о Пушкине «Ай да Пушкин: i.DaPushkin» (<https://www.instagram.com/i.dapushkin/>). YouTube-канал «Театрал Online» характеризует проект следующим образом: «...актер театра и кино, сценарист, преподаватель Высшей школы сценических искусств Константина Райкина и автор курса “Психология для актера” Илья Кожухарь организовал некоммерческий арт-сериал iDaPushkin. Проект создан собственными силами: совместно с участниками проекта, артистами Екатериной Бессмертной, Дмитрием Чуриковым, Леонидом Семёновым, Ларисой Любимовой, Юлией Вергун, Екатериной Алексашиной и Баланом Васантом была придумана необычная фантазия. А что, если бы у Пушкина во время карантина в Болдино был мобильный телефон и великий писатель вел блог о еде?» [13].

Этот сериал не цитирует напрямую Пушкина, но очень умело вписывает отдельные элементы биографии поэта в современный цифровой быт: у «Пушкина» в айфоне есть голосовой помощник «Няня», социальные сети получают игровые русифицированные имена: WhatsApp – «Ну что же», «В Контакте – В альянсе», «TikTok» – Тук-тук». Друг «Пушкина» «Жора Дантес» вместе с любимой женщиной посещает психолога, «Гоголь» устраивает «рэп-баттл» между «Пушкиным» и «Лермонтовым», предлагая обоим воспользоваться услугой «мертвые души» – набрать себе подписчиков-ботов, а супруги «Плетневы» выполняют роль медиаменеджеров «поэта». Сериал записан в режиме вертикальных видео, предназначенных для просмотра на мобильных устройствах, каждый ролик длится несколько минут, что

заставляет команду использовать сервис IGTV и обыгрывать такие реалии современных технологий, как видеозвонки и голосовые сообщения, эмодзи, Zoom-конференции – вплоть до онлайн-казино, в котором «Пушкин» спускает целое состояние. Задумка и исполнение не лишены остроумия и элегантности, типаж продюсманы, сюжет уже двух сезонов держит зрителей в напряжении. Но при этом авторы не скрывают, что их «Пушкин» – образ массовой медиакультуры, эксплуатирующий расхожие штампы и шаблонные представления о героях пушкинской эпохи, имеющий мало общего с судьбой и характерами реальных прототипов. С другой стороны, назвать проект безвкусицей тоже было бы, по нашему мнению, несправедливо: он рассчитан на аудиторию, знакомую с историей женитьбы и дуэли Пушкина, хотя бы минимально сведущую в русской классической литературе, чтобы оценить юмор и находчивость авторов, их добрую улыбку по поводу вечных проблем любви, верности, женитьбы, дружбы, предательства. «I.DaPushkin» иллюстрирует основные механизмы медиакультуры: обработка доцифрового материала в соответствии с современными сетевыми формами с попутным преобразованием семантики исходного контента в сторону актуальной новостной или культурной повестки. По сути, в рамках медиакультуры происходит осмысленное обогащение массовой культуры с ее жанровыми кодами сериалов, мелодрам, с ее страстью к динамической визуализации –

посредством соприкосновения с культурой традиционной, состоявшейся вне цифровых форм.

Литературный текст все активнее осваивается современной медиакультурой следующими способами, отражающими основные направления ее развития и семантически-символического наполнения: с помощью динамической визуализации, предлагающей аудитории собственную исполнительскую интерпретацию текста; через расширение семиосферы за счет все более масштабной дигитализации художественных артефактов, становящихся «строительным материалом» для медиакультуры и ее цифрового искусства, побуждая пользователей к собственному творчеству в рамках тенденции к креативизации медиапространства, которая реализуется в сфере фанфикшена, создания повествований «по мотивам» с переносом действия в современность. Медиатизация литературного текста представляется нам процессом неизбежным, но при этом способствует популяризации подлинного творчества среди самых широких слоев сетевой аудитории и в какой-то степени, трансформируя и адаптируя, делает доцифровую культуру достоянием современности. С учетом того, что цифровая среда и ее формы подвержены постоянным изменениям, можно рискнуть утверждать, что сегодняшние сетевые медиакультурные вариации забудутся по мере появления новых технологий, но дигитальные копии и цифровые тексты сохранятся на длительный срок и будут по-прежнему востребованы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Десяева Н. Д., Рязанова В. А.* Концептуализация модели «СМК-музей»: постановка проблемы // Вестн. Российского ун-та дружбы народов. Сер.: Литературоведение, Журналистика. 2019. Т. 24, № 1. С. 93–102.
2. *Кубаев А. А., Курганская Л. М.* Мультимедийные технологии в библиотеке // Вестн. Белгородского технол. ун-та им. В. Г. Шухова. 2015. № 4. С. 256–262.
3. *Солдаткина Я. В.* Эдьютеймент в современных сетевых медиа: журналистские форматы и технологии // Наука и школа, 2020. № 1. С. 29–38.
4. *Кириллова Н. Б.* От медиакультуры к медиалогии // Культурологический журнал, 2011. № 4 (6). URL: http://cr-journal.ru/files/file/02_2012_12_16_17_1328516177.pdf (дата обращения: 11.01.2021).

5. Кириллова Н. Б. Эволюция медиакультуры как знаковой системы и ее роль в социализации личности // *Magister Dixit*, 2013. № 2. С.120–128.
6. Google-чтения «“Мастер и Маргарита”. Я там был». URL: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLpObgN0-VtFtOrwN-VYt9pNMeSmxWp4kc> (дата обращения: 11.01.2021).
7. Ежегодная Всероссийская акция «Библионочь-2020» состоится в онлайн-формате // *Культура. рф*. URL: <https://www.culture.ru/news/255711/ezhegodnaya-vserossiiskaya-akciya-bibliionoch-2020-sostoitsya-v-onlain-formate> (дата обращения: 11.01.2021).
8. В инстаграме стартовал второй сезон краснодарского сериала «Пушкин 20.20» // *Юга.ru*. URL: <https://www.yuga.ru/news/452417-v-instagrame-startoval-vtoroj-sezon-krasnodarskogo-seriala-pushkin-2020/> (дата обращения: 11.01.2021).
9. Барбье Ф. Европа Гутенберга. Книга и изобретение западного модерна (XIII–XVI вв.). М., 2018. 496 с.
10. Солдаткина Я. В. Библиотека как образовательный медиасентр: история и современные сетевые тенденции // *Ценностные ориентиры современной журналистики: сб. науч. ст. VI Всерос. науч.-практ. конф., посвящ. 80-летию Педагогического ин-та им. В. Г. Белинского ПГУ. Пенза, 2019. С. 190–196.*
11. Черно-белый Толстой // Библиотечный центр «Екатеринбург». URL: <https://events.bgekb.ru/bwtolstoi> (дата обращения: 11.01.2021).
12. Романенко К. Болконский не умрет // *Горький.Медиа*. URL: <https://gorky.media/context/bolkonskij-ne-umret/> (дата обращения: 11.01.2021).
13. iDaPushkin. Первая серия // *Театрал Online*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=3GBHLuKJwHo> (дата обращения: 11.01.2021).

REFERENCES

1. Desyaeva N. D., Ryazanova V. A. Kontseptualizatsiya modeli “SMK-muzej”: postanovka problem. *Vestn. Rossiyskogo un-ta druzhby narodov. Ser.: Literaturovedenie, Zhurnalistika*. 2019, Vol. 24, No. 1, pp. 93–102.
2. Kubaev A. A., Kurganskaya L. M. Multimediyne tekhnologii v biblioteke. *Vestn. Belgorodskogo tekhnol. un-ta im. V. G. Shukhova*. 2015, No. 4, pp. 256–262.
3. Soldatkina Ya. V. Edutainment v sovremennykh setevykh media: zhurnalistskie formaty i tekhnologii. *Nauka i shkola*. 2020, No. 1, pp. 29–38.
4. Kirillova N. B. Ot mediakultury k medialogii. *Kulturologicheskiy zhurnal*. 2011, No. 4 (6). Available at: http://cr-journal.ru/files/file/02_2012_12_16_17_1328516177.pdf (accessed: 11.01.2021).
5. Kirillova N. B. Evolyutsiya mediakultury kak znakovoy sistemy i eyo rol v sotsializatsii lichnosti. *Magister Dixit*. 2013, No. 2, pp.120–128.
6. Google-chteniya ““Master i Margarita’. Ya tam byl”. Available at: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLpObgN0-VtFtOrwN-VYt9pNMeSmxWp4kc> (accessed: 11.01.2021).
7. Ezhegodnaya Vserossiyskaya aktsiya “Bibliionoch-2020” sostoitsya v onlain-formate. Available at: <https://www.culture.ru/news/255711/ezhegodnaya-vserossiiskaya-akciya-bibliionoch-2020-sostoitsya-v-onlain-formate> (accessed: 11.01.2021).
8. V instagrame startoval vtoroy sezon krasnodarskogo seriala “Pushkin 20.20”. Available at: <https://www.yuga.ru/news/452417-v-instagrame-startoval-vtoroj-sezon-krasnodarskogo-seriala-pushkin-2020/> (accessed: 11.01.2021).
9. Barbye F. *Evropa Gutenberga. Kniga i izobretenie zapadnogo moderna (XIII–XVI vv.)*. Moscow, 2018. 496 p.
10. Soldatkina Ya. V. Biblioteka kak obrazovatelnyy mediatsentr: istoriya i sovremennye setevye tendentsii. Tsennostnye orientiry sovremennoy zhurnalistiki. *Proceedigs of VI All-Russian science-practical conference in honor of 80th anniversary of Belinsky PGU*. Penza, 2019, pp. 190–196.
11. Cherno-belyy Tolstoy. In: *Bibliotekhnyy tsentr “Ekatereburg”*. Available at: <https://events.bgekb.ru/bwtolstoi> (accessed: 11.01.2021).

12. Romanenko K. Bolkonskiy ne umret. *Available at:* <https://gorky.media/context/bolkonskij-ne-umret/> (accessed: 11.01.2021).
13. iDaPushkin. Pervaya seriya. *Available at:* <https://www.youtube.com/watch?v=3GBHLuKJwHo> (accessed: 11.01.2021).

Солдаткина Янина Викторовна, доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры журналистики и медиакоммуникаций Института журналистики, коммуникаций и медиаобразования, Московский педагогический государственный университет

e-mail: yav.soldatkina@mpgu.su

Soldatkina Yanina V., ScD in Philology, Associate Professor, Professor, Journalism and Media Communications Department, Institute of Journalism, Communications and Media Education, Moscow Pedagogical State University

e-mail: yav.soldatkina@mpgu.su

Статья поступила в редакцию 13.01.2021

The article was received on 13.01.2021