

Научная статья

<https://doi.org/10.31862/1819-463X-2026-1-45-53>

УДК 316.77:001.8

5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика

МЕДИАОБРАЗ А. С. ПУШКИНА ЭПОХИ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ: ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

Я. В. Солдаткина

Московский педагогический государственный университет

Аннотация. В статье рассматривается современная медиаверсия «пушкинского мифа» – медиаобраз поэта, создаваемый аналоговыми и сетевыми медиапроектами. Как и любой медиаобраз, Пушкин эпохи социальных сетей обладает шаблонными и стереотипными чертами, передаваемыми аудиовизуальными средствами (бакенбарды, цилиндр). Сюжеты посвященных Пушкину нарративов ориентированы на знания, полученные в рамках школьной программы по литературе: Пушкин и декабристы, Пушкин на дуэли и т. д. Но современная медиакультура стремится приблизить Пушкина к массовой аудитории, а потому использует для рассказа о поэте наиболее актуальные и востребованные жанры: детективы, мелодрамы, мюзиклы, фанфикшн. В выводах показано, что медиаобраз Пушкина иллюстрирует ключевые медиаформаты и видоизменяется в соответствии с требованиями конкретной медиаплощадки. Таким образом, вокруг медиаобраза Пушкина на данном этапе развития медиaprостранства образуется разветвленный трансмедийный текст.

Ключевые слова: медиаобраз, социальные сети, медиатекст, медиакультура, медиaprостранство, фанфикшн

Для цитирования: Солдаткина Я. В. Медиаобраз А. С. Пушкина эпохи социальных сетей: основные тенденции развития // Наука и школа. 2026. № 1. С. 45–53. <https://doi.org/10.31862/1819-463X-2026-1-45-53>.

© Солдаткина Я. В., 2026



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

THE MEDIA IMAGE OF ALEXANDER PUSHKIN IN THE AGE OF SOCIAL MEDIA:
MAIN DEVELOPMENT TRENDS**Ya. V. Soldatkina**

Moscow Pedagogical State University

Abstract. *The article examines the contemporary media version of the “Pushkin myth” – the media image of the poet created by analog and network media projects. Like any media image, Pushkin of the era of social networks has standard and stereotypical features conveyed by audiovisual means (sideburns, top hat). The narratives dedicated to Pushkin are focused on the knowledge acquired within the framework of the school literature program: Pushkin and the Decembrists, Pushkin at the duel etc. However, contemporary media culture seeks to bring Pushkin closer to the mass audience, and therefore uses the most relevant and popular genres to tell the story of the poet: detective stories, melodramas, musicals, and fan fiction. The findings demonstrate that the media image of Pushkin illustrates key media formats and adapts to the requirements of specific media platforms. As a result, an extensive transmedia text is formed around the media image of Pushkin at this stage of media development.*

Keywords: *media image, social networks, media text, media culture, media space, fan fiction*

Cite as: Soldatkina Ya. V. The Media Image of Alexander Pushkin in the Age of Social Media: Main Development Trends. *Nauka i shkola*. 2026, No. 1, pp. 45–53. <https://doi.org/10.31862/1819-463X-2026-1-45-53>.

Личность и творческая судьба А. С. Пушкина, ключевые особенности его биографии, с одной стороны, широко известны как в рамках школьной программы, так и благодаря их научной, научно-популярной и художественной интерпретации (литературные тексты, театральные и кинопостановки, портреты, скульптуры, сувенирная продукция и т. д.), но, с другой стороны, у каждого поколения, каждой эпохи складывается свое собственное представление о Пушкине, его адаптированный образ, откликающийся на сиюминутные запросы аудитории, подсвечивающий наиболее проблемные и востребованные злободневные культурные темы, гипертрофированно выделяющие в фигуре реального Пушкина созвучные текущим обстоятельствам характеристики за счет игнорирования менее узнаваемых и актуальных черт. Как ни парадоксально, но каждое новое обращение к образу Пушкина подчеркивает нестабильность, вариативность и изменчивость этого образа в зависимости от социокультурной повестки, одновременно позволяя рассматривать Пушкина, в соответствии с заголовком юбилейной статьи писателя А. П. Платонова, как «нашего товарища» – как маркер наиболее ярких и значимых литературных и культурных тенденций. Например, для времени написания платоновской статьи таковыми являлись, в частности, противопоставление рабочих «товарищей» и «интеллигенции», которое разрешается Платоновым в пользу товарищей, к каковым он в итоге причисляет и Пушкина, а также задача построения социализма, решаемая при участии пушкинского гения: «Разве не повеселел бы часто грустивший Пушкин, если бы узнал, что смысл его поэзии – универсальная, мудрая и мужественная человечность – совпадает с целью социализма, осуществленного на его же, Пушкина, родине. <...>

Живи Пушкин сейчас, его творчество стало бы источником всемирного социалистического воодушевления...» [1, с. 84].

Отечественная гуманитаристика применительно к описанию феномена рецепции фигуры Пушкина в художественных текстах, преимущественно литературных, оперирует понятием «пушкинский миф», разработанным в работах М. В. Загидуллиной [2], Т. Г. Шереметовой [3] на материале русской литературы преимущественно XX в. За век изображение Пушкина в русской словесности прошло путь от биографического дискурса (роман Ю. Н. Тынянова «Пушкин» (1932–1943)) до пародийного высмеивания «пушкина-идола», сохраняющего, тем не менее, такие ключевые метки, как курчавость, стихотворчество и неудавшаяся семейная жизнь (антиутопия Т.Н. Толстой «Кысь» (1986–2000)). Отметим, что еще во второй половине прошлого века постепенное распространение идей и поэтики постмодернизма порождает один из самых известных, скандальных и полемических текстов, посвященных осмыслению массового пушкинского мифа, – «Прогулки с Пушкиным» Абрама Терца (1966–1968), где поэт предстает в подчеркнуто сниженном и даже окарикатуренном виде, что продиктовано не стремлением нивелировать значение Пушкина и его творчества, но как раз протестом против повседневного потребительского использования пушкинского мифа, против профанации поэта. Но, как отмечает Д. В. Туманов в статье «Виртуализация образа А. С. Пушкина в традициях постмодерна» [4], обращение к образу Пушкина в современной медиасреде во многом подчиняется постмодернистской визуальной и аксиологической парадигме с ее игровыми и интерактивными траекториями, что подтверждает высказанную выше мысль о прямом влиянии конкретного культурного ландшафта, конкретных общественных установок и даже интеллектуально-эстетической моды на поколенческую, сиюминутную трактовку и оценку образа Пушкина, в гораздо большей степени характеризующую саму эпоху, чем историческое Пушкина.

Бурное технологическое развитие начала XXI в., взрывное распространение сетевых электронных коммуникаций, доступность мобильного интернета приводит к существенной медиатизации культурного наследия и культурных объектов, функционирующих во все пополняемом поле медиакультуры, в число имманентных задач которой входит как «репрезентация в медиа различных культурных феноменов, уточнение их социокультурных функций», так и «сохранение и ретрансляция эстетических и аксиологических смыслов» [5, с. 291]. Как совершенно справедливо указывают исследователи медиакультуры и медиаобразования И.А. Купцова и Т.Н. Владимирова, современные медиаканалы передают не только новейший контент, но и классические тексты и образы, как минимум, реактуализируя их, а как максимум – переосмысляя для создания на их основе новых культурных единиц: «Средства массовой коммуникации являются распространителями образов как современной, так и классической культуры; они оказывают влияние на творческий процесс, наделяя его новыми свойствами, достигая аудитории путем предоставления материалов в различных медиаформатах; что придает им целый ряд новых этических и эстетических качеств. [6, с. 115]. В соответствии с этими наблюдениями мы можем констатировать, что пушкинский миф в современном медиапространстве получил новое медиаизмерение, отразившись как в аналоговых визуальных проектах (кино, сериалы, анимация: [7; 8]), так и в серийных публикациях в социальных сетях, выстраивающих вокруг фигуры Пушкина медианарративы, поддерживающие темы, вызывающие отклик у массовой аудитории (личная жизнь Пушкина, его страсть к карточной игре, письма Пушкина периода болдинского карантина и т. д.: [9]).

Фактически на данный момент мы можем говорить о складывании медиавариации пушкинского мифа – феномена медиаобраза А. С. Пушкина, соединяющего в себе в самых причудливых комбинациях действительные исторические факты и детали с новейшими домыслами и фантазиями на тему, подчас удивительными с точки зрения логики, но иллюстрирующими ведущие тенденции переработки культурной информации в современной медиасреде, эволюционировавшими по сравнению с досетевым периодом [10]. Под медиаобразом мы имеем в виду не исключительно медиалингвистический аспект (см., напр., [11]), но, вслед за В. В. Барабашем, относим его к новейшим цифровым инструментам, представляющим информацию о субъекте в стереотипизированном, утрированном и эмоционально-выразительном виде, зачастую обладающим манипулятивным эффектом и тем самым конструирующим текущую виртуальную медиареальность и программируемую ею медиаментальность [12]. Наиболее наглядно и компактно текущий визуализированный медиаобраз Пушкина отражен в наборе из 24 стикеров «Пушкин наше всё» для мессенджера Телеграм, выпущенных в январе 2024 г. (последнее обновление в июне 2025): стереотипное стилизованное креолизованное изображение поэта акцентирует такие его внешние черты, как черные кудри и бакенбарды, и дополняется расхожими цитатами из его произведений («я к вам пишу – чего же боле?», «спокойно, Маша, я Дубровский»), а также общепринятыми для стикеров краткими медиафразами-реакциями, близкими по семантике пушкинской эпохе: «я вас любил», «снимаю шляпу», «все на бал» и т. д. Более интересна серия стикеров «Пушкин» того же юбилейного для поэта 2024 г., использующая нестандартные игровые языковые идеи (стикеры «О!Негин», «Бак ин барды», «Саша, ты Пушка» обыгрывают русские и англоязычные слова и конструкции, придавая картинке юмористическую многозначность), но именно в силу своей креативности по количеству скачиваний значительно уступающая первой – более понятной и в силу этого массовой. Исходя из такого элемента новейшей медиакультуры, как стикер, медиаобраз Пушкина узнаваемо связан как с его внешностью, в которой утрированно подчеркнуты кудри и бакенбарды поэта, известные по его портретам, так и с расхожими цитатами из его произведений, причем и облик поэта, и подробности его творческой и личной биографии для сетевого общения, которое и обслуживают стикеры, всего лишь – «строительный материал» для новых медиапродуктов. И хотя стикеры, как и мемы, относятся к минимальным единицам современного сетевого медиатекста, они в концентрированной форме сублимируют основные подходы к созданию и развитию пушкинского медиаобраза, которые характерны для более развернутых художественных и сетевых медиатекстов последних лет.

В современной медиакультуре огромной популярностью пользуются нарративы, отвечающие принципам фанфикшна. Прежде под фанфикшном понималось творчество непрофессиональных писателей («фикрайтеров»), возникающее на базе уже известных произведений и кинофраншиз, в котором фанаты предлагали собственные версии сюжетов, продолжали побочные сюжетные линии, смешивали различные эпохи и вымышленные вселенные, добавляли в художественный текст реальных исторических персонажей. Из нишевого явления и субкультуры фанфикшн постепенно становится продуманной медиаиндустрией [13], поскольку свойственное ему вольное обращение с первоисточником, разработанная система переосмыслений классических и современных текстов и исторических событий открывает простор для креатива [14]. Данная тенденция способствует пополнению пушкинского мифа медиаисториями, напрямую использующими приемы фанфикшна.

Наиболее показательным примером может служить разветвленный медиатекст под общим названием «Пушкин – Дюма», доказывающий или же опровергающий конспирологическую теорию о том, что на самом деле Пушкин не погиб на дуэли, а тайно эмигрировал во Францию и там превратился в популярного писателя Александра Дюма. Он включает в себя медиаматериалы¹ и даже расследовательские издания на портале Литрес, публикующем в том числе и непрофессиональных авторов², доказательная версия возникновения этого сюжета представлена в «Московской правде»³. Достоверность версии не выдерживает никакой критики, но с точки зрения медиакультуры подобный миф апеллирует сразу к нескольким темам, показательным для массового сознания и свойственным фанфикшну: во-первых, применение формулы «герои не умирают», характерной для нарративов о всех значимых для аудитории персонажах (Юрий Гагарин, Виктор Цой, Майкл Джексон, Александр I, семья Николая II и т. д.); во-вторых, формирование «альтернативной реальности» с использованием ряда действительных исторических деталей (споры вокруг романа Дюма о декабристах «Учитель фехтования»); в-третьих, стереотипное восприятие внешности Пушкина, которое облегчает узнавание поэта в черных кудрях А. Дюма-отца. По сути, значимый для медиасреды процесс фанфиксации прошлого в фигуре Пушкина находит одного из своих принципиальных героев, пополняя таким образом медиаобраз поэта.

Та же склонность к фанфикшну, объясняемая широкой востребованностью креативной переработки реальной отечественной истории, определяет сюжет фантастического фильма для подростков «Спасти Пушкина» (2017), в котором Пушкин чудесным образом попадает в современность к московским лицеистам, сталкивающимся с двойной проблемой: вернуть поэта обратно, причем так, чтобы избежать дуэли. Очевидно, что в данном случае перед кинопродуктом стоит задача привлечь внимание ювентильной аудитории – основных поклонников фанфикшна. Иной жанрово-стилевой ход выбрали создатели фильма «18–14» (2007) с той же подростковой адресацией, рассказывая о лицейских годах Пушкина с помощью кровавой детективной истории, распутывать которую приходится будущему поэту со своими друзьями. Разница в десятилетие подчеркивает эволюцию медиатрендов в аспекте усиления влияния фанфикшна.

Не менее проявленной и устойчивой оказывается установка на «осовременивание» Пушкина: встраивание его медиаобраза в актуальные популярные форматы (детективы, скринлайф-сериалы в соцсетях) иногда вместе с одновременным перемещением поэта в текущую эпоху. Так, в сериале 2021 г. «Сказки Пушкина. Для взрослых» в новелле «Петушок» в разворачивающемся в будущем сюжете сказки «Золотой петушок» петушком называется нейросеть, а Пушкин попадает в распространенную для современной медиакультуры сценарную коллизию «автор – герой собственных произведений» (на ней построен знаменитый проект конца 2010-х «Гоголь. Трилогия»): имя Александра Пушкина носит в новелле принципиальный блогер-разоблачитель, имеющий характерную «афрорусскую»

¹ *Кораблева В.* Африканские корни, кудри и роман о декабристах: откуда появился миф, что Пушкин и Дюма – это один человек. 26.07.2024. URL: <https://www.techinsider.ru/popmem/1652413-afrikanskie-korni-kudri-i-roman-o-dekabristah-otkuda-poyavilsya-mif-chto-pushkin-i-dyuma-eto-odin-chelovek/> (дата обращения: 09.09.2025).

² *Стародубов С.С.* Пушкин и Дюма – один человек? Реальность или заблуждение. URL: <https://www.litres.ru/book/sergey-sergeevich-st/pushkin-i-duma-odin-chelovek-realnost-ili-zabluzhdeni-67597967/> (дата обращения: 09.09.2025).

³ *Богданов Б.* Пушкин и Дюма – одно лицо? 12.07.2019. URL: <https://mospravda.ru/2019/07/12/117873/?ysclid=lb0hidau5f524997136> (дата обращения: 09.09.2025).

внешность, усиливающую стереотипные черты пушкинского медиаобраза. Как видим, в данном случае творческой деятельности Пушкину подбирают приемлемую для современного менталитета профессию, стремясь таким способом «оживить» поэта, сделать его более понятным и узнаваемым для уже не подростковой, но скорее молодежной аудитории.

Квинтэссенцией рассмотренных процессов в медиасфере можно назвать фильм «Пророк. История Александра Пушкина» (2025). В жанровом отношении режиссер Феликс Умаров в своем дебюте в полном метре ориентировался на приемы киномузыкального типа «Ла-ла-лэнда»: массовые танцы с песнями, песенные соло и дуэты, подборка которых отдельно опубликована на Яндекс.Музыке, что способствует повышению популярности проекта. Для Пушкина его исполнитель актер Юра Борисов подобрал аналогии с современной рок-культурой: «...какой живой рок-рольщик!»⁴, а в музыкальном плане саундтрек Райана Оттера ориентирован на ритмы рэпа, что в комплексе развивает достаточно типичную для медиаобраза Пушкина модель «Пушкин – рэпер», довольно часто обыгрываемую в современной медиасреде⁵ и способствующую более эмоциональному, «узнаваемому» восприятию Пушкина как «нашего современника». Стилистика фильма заставляет вспомнить о принятых в коротких сетевых роликах-рилсах монтажных приемах, о «клиповом мышлении» в прямом значении этого слова, поскольку песенные фрагменты действительно визуальны аранжированы как клипы с нарезкой кадров, специфическими ракурсами и т. д. Присутствуют в фильме и элементы откровенного фанфикшна (эпизод игры в теннис Пушкина с Николаем I), и стереотипные эмблемы типа «старухи с треснувшим корытом», белого зайца, по легенде преградившего Пушкину путь в Петербург накануне восстания декабристов (пропагандирован книгой А. Г. Битова «Вычитание зайца» с иллюстрациями Резо Габриадзе, стилизуемыми пушкинские рисунки), «страшного Третьего отделения» и т. д. Сам облик Борисова-Пушкина, не очень похожего внешне на портреты поэта, создается в том числе за счет бакенбард, уже упомянутых в качестве клишированной внешней детали, составляющей пушкинский медиаобраз. Цитируемые в фильме пушкинские стихи и обстоятельства биографии практически полностью исчерпываются школьной программой. Тем самым фактически фильм суммирует ключевые траектории интерпретации медиаобраза Пушкина, сложившиеся в современной сетевой среде и призванные адаптировать историческую фигуру поэта для цифрового поколения с помощью востребованных форматов.

В отличие от кинофильма телесериал «Натали и Александр» (2025), предназначенный для показа по центральным телеканалам и рассчитанный на женскую аудиторию, поскольку излагает события «глазами Натальи Гончаровой», ориентируется на каноны мелодрамы, что редуцирует часть медиаобраза Пушкина, связанную с его творчеством, оставляя из характерных примет все те же бакенбарды, но сосредотачиваясь на любовной трагедии. Такая интерпретация достаточно логично вписывается в заявленный телесериальный дискурс с его сложившимися жанровыми паттернами.

Отдельно отметим, что театральные и киноверсии «Евгения Онегина» последних лет избегают образа Пушкина, хотя текст романа предоставляет возможность ввести

⁴ Белик О. «Стараюсь отказываться от ролей, в которых необходима темнота». Юра Борисов – о свете Пушкина, кружке Зины Пронченко и медальке от жены. 28.02.2025. URL: <https://www.kinopoisk.ru/media/article/4010780/?ysclid=mf4dljjde840874271> (дата обращения: 09.09.2025).

⁵ Александра Пушкина назвали первым в мире гангста-рэпером. 06.06.2017. URL: <https://lenta.ru/news/2017/06/06/pushkinrap/?ysclid=mf53tdqzm438693723> (дата обращения: 09.09.2025).

поэта в качестве повествователя («Онегин» Сарика Андреасяна (2024), «Евгений Онегин» Егора Перегудова в Театре имени В. Маяковского (2025)). Представляется, что подобное решение диктуется в том числе тем диссонансом, который возникает между современным медиаобразом Пушкина, каким он сложился в эпоху социальных сетей, и собственно текстами самого Пушкина, в частности, его авторской самопрезентацией в романе в стихах. Этот содержательный конфликт наглядно демонстрирует разницу между медиаобразом Пушкина и художественным воплощением поэта, смоделированным им самим в рамках творческой самомифологизации. На наш взгляд, разница обусловлена теми художественными и коммерческими задачами, которыми продиктовано возникновение и функционирование этих образов.

Обобщая вышесказанное, выделим ряд основных тенденций развития медиаобраза Пушкина в медиасреде 2010–2020-х гг. Прежде всего, медиаобраз существенно отличается от исторического портрета поэта, хотя и сохраняет с ним внешние и творческо-биографические связи. Расхождения продиктованы в огромной степени установкой на осовременивание образа и личности Пушкина, начало которого было положено еще в 1930-х гг., в частности, А. П. Платоновым, но которое с тех пор все активнее расширяется. На данный момент наиболее распространенным медиашаблоном для Пушкина является образ поэта песенной культуры – рокера или рэпера (второе предпочтительнее с учетом эфиопских корней Пушкина).

При этом конкретная интерпретация медиаПушкина зависит от характера той медиаплощадки, на которой предполагается размещение продукта: в стикерах представлен шаблонный «узнаваемый» Пушкин, осложненный игровыми коннотациями и ироническими цитатами, необходимыми для создания повышенного эмоционального фона медиатекста стикеров; в сетевых скринлайф-сериалах его образ вписан в эстетику рилсов и прямых трансляций; в сетевой медиапублицистике наиболее популярны истории в русле фанфикшна (сюжет «Пушкин – Дюма» в аспекте его доказательности или опровержения). В визуальных аналоговых искусствах вариативность медиаобраза Пушкина обеспечивается четкой жанровой соотносительностью: взгляд на поэта меняется в зависимости от избираемого популярного жанра массовой культуры (детектива, мелодрамы, мюзикла). Обращение к наиболее расхожим паттернам при конструировании нарративов о Пушкине (Пушкин-лицеист, Пушкин – «пророк», Пушкин – обманутый муж) отражает не только свойственный сетевой эпохе курс на упрощение и адаптацию культуры и истории для современного общества потребления, но в большей мере стремление популяризировать Пушкина как «наше всё» – как образ, суммирующий творческие достижения Золотого века русской литературы, как ее символ, значимый и уместный и в современном медиaprостранстве. Можно сказать, что фигура А. С. Пушкина порождает разветвленный трансмедийный текст, каждая конкретная реализация которого определяется жанрово-стилевыми и медиахарактеристиками канала распространения, а объединяющим фактором, влияющим на его общую семантику, становится медиаобраз поэта, отражающий наиболее продуктивные тенденции и медиастратегии новейшего этапа медиакультуры.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Платонов А. П. Пушкин – наш товарищ // Платонов А. П. Фабрика литературы: Литературная критика, публицистика. М.: Время, 2011. С. 69–84.
2. Загидулина М. В. Пушкинский миф в конце XX века. Челябинск: Челябинский гос. ун-т. 2001. 243 с.
3. Шереметова Т. Г. Пушкинский миф: функционирование в современной литературе // Вестн. Бурятского гос. ун-та. 2010. № 10. С. 201–207.

4. Туманов Д. В. Виртуализация образа А. С. Пушкина в традициях постмодерна // Учен. зап. Казанского ун-та. Сер.: Гуманитарная наука. 2013. Т. 155, кн. 6. С. 153–161.
5. Славина В. А., Солдаткина Я. В. Медиакультура как феномен информационной эпохи // Вестник РУДН. Сер.: Литературоведение, журналистика. 2021. № 2. С. 286–293.
6. Купцова И. А., Владимирова Т. Н. Текст массовой коммуникации в современном медиакультурном пространстве // *Litera*. 2024. № 9. С. 111–117. DOI: <https://doi.org/10.25136/2409-8698.2024.9.70742>.
7. Мотеюнайте И. В. Визуальные знаки пушкинской эпохи в русской анимации рубежа XX–XXI вв. // Эпоха как сюжет: Статьи и материалы. Тверь: Альфа Пресс, 2024. С. 239–246.
8. Савкина И. Л. Пушкин – мем (образ поэта в телесериалах и кино 2016–2017 годов) // Филологические науки. Научные доклады высшей школы. 2018. № 2. С. 94–102.
9. Солдаткина Я. В. Литература в сети интернет и основные направления развития медиакультуры: доцифровой текст и его сетевые трансформации // Наука и школа. 2021. № 1. С. 29–38. DOI: <https://doi.org/10.31862/1819-463X-2021-1-29-38>.
10. Кодола Н. В., Золотарев С. В. Медиаобразы исторических и культурных деятелей в газете «Педагогический университет» (на примере Н. Кооля) // Медийные процессы в современном гуманитарном пространстве: подходы к изучению, эволюция, перспективы: материалы VIII науч.-практ. конф. М., 2023. С. 142–146.
11. Галинская Т. Н. Понятие медиаобраза и проблема его реконструкции в современной лингвистике // Вестн. Оренбургского гос. ун-та. 2013. № 11. С. 91–94.
12. Барабаш В. В., Сезонов Т. В. Особенности воздействия медиаобраза на аудиторию женских глянцевого журналов // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2015. № 8. С. 207–211.
13. Чукуров А. Ю. Культурный феномен фанфикшн: художественный текст как услуга // Общество. Среда. Развитие. 2024. № 4. С. 40–45. DOI: https://doi.org/10.53115/19975996_2024_04_040_045.
14. Солдаткина Я. В. Принципы адаптации истории в современной медиакультуре: от стилизации к фанфику // Медийные процессы в современном гуманитарном пространстве: подходы к изучению, эволюция, перспективы: материалы VIII науч.-практ. конф. М.: МПГУ, 2023. С. 15–23.

REFERENCES

1. Platonov A. P. Pushkin – nash tovarishch. In: Platonov A. P. *Fabrika literatury: Literaturnaya kritika, publitsistika*. Moscow: Vremya, 2011. Pp. 69–84.
2. Zagidullina M. V. *Pushkinskiy mif v kontse XX veka*. Chelyabinsk: Chelyabinskiy gos. un-t. 2001. 243 p.
3. Sheremetova T. G. Pushkinskiy mif: funktsionirovaniye v sovremennoy literature. *Vestn. Buryatskogo gos. un-ta*. 2010, No. 10, pp. 201–207.
4. Tumanov D. V. Virtualizatsiya obraza A. S. Pushkina v traditsiyakh postmoderna. *Uchen. zap. Kazanskogo un-ta. Ser.: Gumanitarnaya nauka*. 2013, Vol. 155, Iss. 6, pp. 153–161.
5. Slavina V. A., Soldatkina Ya. V. Mediakultura kak fenomen informatsionnoy epokhi. *Vestnik RUDN. Ser.: Literaturovedeniye, zhurnalistika*. 2021, No. 2, pp. 286–293.
6. Kuptsova I. A., Vladimirova T. N. Tekst massovoy kommunikatsii v sovremennom mediakulturnom prostranstve. *Litera*. 2024, No. 9, pp. 111–117. DOI: <https://doi.org/10.25136/2409-8698.2024.9.70742>.
7. Moteyunayte I. V. *Vizualnyye znaki pushkinskoy epokhi v russkoy animatsii rubezha XX–XXI vv. Epokha kak syuzhet: Statyi i materialy*. Tver: Alfa Press, 2024. Pp. 239–246.
8. Savkina I. L. Pushkin – mem (obraz poeta v teleserialakh i kino 2016–2017 godov). *Filologicheskiye nauki. Nauchnyye doklady vysshey shkoly*. 2018, No. 2, pp. 94–102.

9. Soldatkina Ya. V. Literatura v seti internet i osnovnyye napravleniya razvitiya mediakultury: dotsifrovoy tekst i yego setevyye transformatsii. *Nauka i shkola*. 2021, No. 1, pp. 29–38. DOI: <https://doi.org/10.31862/1819-463X-2021-1-29-38>.
10. Kodola N. V., Zolotarev S. V. Mediaobrazy istoricheskikh i kulturnykh deyatel'ey v gazete "Pedagogicheskiy universitet" (na primere N. Koolya). In: Mediyunnye protsessy v sovremennom gumanitarnom prostranstve: podkhody k izucheniyu, evolyutsiya, perspektivy. *Proceedings of the VIII scientific-practical conference*. Moscow, 2023. Pp. 142–146.
11. Galinskaya T. N. Ponyatiye mediaobraz a i problema yego rekonstruktsii v sovremennoy lingvistike. *Vestn. Orenburgskogo gos. un-ta*. 2013, No. 11, pp. 91–94.
12. Barabash V. V., Sezonov T. V. Osobennosti vozdeystviya mediaobraz a na auditoriyu zhenskikh glyantsevnykh zhurnalov. *Gumanitarnyye, sotsialno-ekonomicheskiye i obshchestvennyye nauki*. 2015, No. 8, pp. 207–211.
13. Chukurov A. Yu. Kulturnyy fenomen fanfikshn: khudozhestvennyy tekst kak uslug a. *Obshchestvo. Sreda. Razvitiye*. 2024, No. 4, pp. 40–45. DOI: https://doi.org/10.53115/19975996_2024_04_040_045.
14. Soldatkina Ya. V. Printsipy adaptatsii istorii v sovremennoy mediakulture: ot stilizatsii k fanfiku. In: Mediyunnye protsessy v sovremennom gumanitarnom prostranstve: podkhody k izucheniyu, evolyutsiya, perspektivy. *Proceedings of the VIII scientific-practical conference*. Moscow: MPGU, 2023. Pp. 15–23.

Солдаткина Янина Викторовна, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры русской литературы XX–XXI веков Института филологии, Московский педагогический государственный университет

Soldatkina Yanina V., ScD in Philology, Full Professor, Professor, Russian Literature of XX–XXI Centuries Department, Institute of Philology, Moscow Pedagogical State University

e-mail: yav.soldatkina@mpgu.su

Статья поступила в редакцию 23.09.2025; принята к публикации 20.10.2025
The article was submitted 23.09.2025; accepted for publication 20.10.2025