



Научно-исследовательский журнал «Филологический вестник / Philological Bulletin»

<https://fv-journal.ru>

2025, Том 4, № 4 / 2025, Vol. 4, Iss. 4 <https://fv-journal.ru/archives/category/publications>

Научная статья / Original article

Шифр научной специальности: 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки)

УДК 316.77

Влияние медиакоммуникаций на переосмысление классических произведений в контексте современных трендов: к постановке вопроса

¹ Шарифуллина С.В.,

¹ Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики

Аннотация: тенденция нашего времени состоит в том, что медиакоммуникации превращают классику в современный тренд. Одним из самых эффективных способов сделать классику современной и популярной является экранизация классических произведений. Социальные сети и блоги играют ключевую роль в продвижении классической литературы. Популярны мемы и цитаты: они быстро распространяются, определяя классику трендом среди молодежи. Онлайн-курсы и вебинары делают классику более доступной: электронные версии книг, подкасты и видеолекции позволяют изучать классику в удобном формате. В результате предпринимаемых усилий по популяризации классики медиакоммуникации, используя различные каналы и форматы, подают её как актуальный и привлекательный элемент современной культуры.

Ключевые слова: медиа, коммуникации, классика, литература, современность, тренды, адаптация, блоги, обзоры, киноверсия, кино

Для цитирования: Шарифуллина С.В. Влияние медиакоммуникаций на переосмысление классических произведений в контексте современных трендов: к постановке вопроса // Филологический вестник. 2025. Том 4. № 4. С. 114 – 118.

Поступила в редакцию: 21 апреля 2025 г.; Одобрена после рецензирования: 18 июня 2025 г.; Принята к публикации: 24 июля 2025 г.

The influence of mediacommunications on the reinterpretation of classical works in the context of modern trends: to the formulation of the question

¹ Sharifullina S.V.,

¹ Saint Petersburg University of Technology Management and Economics

Abstract: the trend of our time is that media communications turn classics into a modern trend. One of the most effective ways to make classics modern and popular is through film adaptations of classic works. Social media and blogs play a key role in promoting classical literature. Memes and quotes are popular: they spread quickly, making classics trendy among the youth. Online courses and webinars make classics more accessible: e-book versions, podcasts, and video lectures allow the study of classics in a convenient format. As a result of the efforts to popularize classics, media communications, using various channels and formats, present them as a relevant and attractive element of modern culture. This certainly pleases and inspires.

Keywords: media, communications, classics, literature, modernity, trends, adaptation, blogs, reviews, film version, cinema

For citation: Sharifullina S.V. The influence of mediacommunications on the reinterpretation of classical works in the context of modern trends: to the formulation of the question. Philological Bulletin. 2025. 4 (4). P. 114 – 118.

The article was submitted: April 21, 2025; Approved after reviewing: June 18, 2025; Accepted for publication: July 24, 2025.

Введение

Под весьма корректным заголовком нашей статьи кроется революционное содержание: вот уже почти четверть века мы наблюдаем кризис литературоцентризма и торжество медиацентризма. В данном случае речь может идти о первенстве медиа и отстающих позициях классики: «Традиционно высокий уровень доверия аудитории к печатному слову естественным образом перешел от художественной литературы к медиа» [3, с. 134].

Целью данной статьи является исследование влияния современных медиакоммуникаций на процесс переосмысления классических произведений в условиях актуальных культурных и социальных трендов, а также формулировка ключевых вопросов, касающихся этой трансформации.

В одном из справочных изданий мы находим определение литературоцентризма, которое есть «главенствующее положение искусства слова как самого могущественного по своему воздействию на умы» [4, с. 217].

Медиацентризм – это особое понимание места и роли СМИ и СМК в жизни современного общества: «Современная отечественная культура утратила свой литературоцентризм и перешла в разряд медиацентричных культур, в которых язык средств массовой информации, коммуникации и пропаганды определяет культурспецифические черты того общества, в котором эти СМИ функционируют» [1, с. 53].

Материалы и методы исследований

В качестве основного материала для анализа в данной статье использовались классические художественные произведения, адаптированные в современных медиасредах – кино, театре, сериалах, социальных сетях, музыкальных проектах, видеоиграх и графических романах. Методы исследования включали культурологический и компаративный анализ, интерпретацию медиаадаптаций с точки зрения их соответствия оригинальному тексту и культурному контексту, а также элементы дискурсивного анализа – для выявления трансформаций восприятия классики в условиях медиацентричной эпохи. Анализу подверглись как конкретные примеры современных экранизаций и проектов (например, мюзикл «Гамильтон», графическая адаптация «Войны и мира», постановки «Гамлета» и «Грозы»), так и процессы, происходящие в цифровом пространстве: обсуждения классики в соцсетях, использование мемов, адаптаций в коротких видеоформатах и подкастах. Для обоснования теоретических положений были использованы научные публикации по вопросам литературоцентризма, медиацентризма, метамодерна

и культурной трансформации.

Результаты и обсуждения

Метаисторическое свойство культуры в целом, упорное тяготение к литературно-словесным формам саморепрезентации – эта особенность в той или иной степени характерна не только для русской культуры, но и для других развитых культур мира – об этом есть целый ряд работ, в которых мы встречаем идею о культурно – историческом обосновании переживаемой русской культурой кризиса [2, 6]. По мнению И.В.Кондакова, данный кризис объясняется пришествием массового читателя, который, согласно теории Х. Ортеги-и-Гассета, есть неискушенный читатель, не элитарный, для которого текст превращается в объект одноразового потребления: когда «никакого волнения, трепета, аль предвкушения» [7, с. 285].

Универсальным показателем понижения культурного статуса литературы является тот факт, что люди в периоды кризисов литературы меньше читают, подчас почти совсем отказываясь от книги в пользу иных носителей художественной информации. При этом исследователи видят понижение статуса художественной словесности как явление закономерное, временное и далеко не свидетельствующее о крахе основ национальной культуры. Другой исследователь, И. Яркевич, уверяет нас, что «очередной «конец» предполагает не исчезновение и не печальный итог, а новый виток или поворот культуры, но многие незыблемые основания культуры лишаются на таком повороте своей уникальности» [9, с. 245].

Кризис литературоцентризма совпал с кризисом культуры постмодерна, и сегодня мы говорим о другом художественном направлении – метамодерне – оно адаптирует разновеликое и примиряет оппозиционное. Множество перспектив и адаптивность – авторы и интерпретаторы термина подчеркивают важность множества точек зрения и способность адаптироваться к изменяющимся условиям.

Итак, подтверждается идея «нового рождения» классики, ее нового статуса, ее нового вида и ценности. Стало возможно говорить о новой жизни классики – на другой платформе, на платформе медиа. И, за неимением более внятных образцов и мотивов, происходит акцентуализация классической традиции в новой упаковке – классика в медиаформате.

Возможно, предлагаемые суждения покажутся полемичными, спорными, сложными, не адаптированными, но, на самом деле, сейчас нами обозначена лишь попытка разобраться в существующих трендах и отношениях ведущих культуроло-

гических систем, а также желание зафиксировать новую культурологическую эпоху, коснувшуюся каждого благодаря медиа, – метамодернизм, который остается актуальным и отзывчивым к вызовам времени.

В условиях стремительного развития технологий и глобализации медиасреды классические произведения неизбежно подвергаются переосмыслению. Медиа сегодня выступают мощным инструментом трансформации, адаптации и распространения культурного наследия. Влияние медиакоммуникаций выражается не только в том, что классические произведения становятся доступными для более широкой аудитории, но и в том, каким образом они интерпретируются и воспринимаются в современном контексте.

Переосмысление – это процесс пересмотра и изменения существующего понимания, убеждений или представлений о чем-либо. Этот процесс может применяться в различных контекстах, будь то личное развитие, научные исследования, культурные концепции или философские идеи. Переосмысление включает в себя критический анализ: подвергаются сомнению текущие взгляды, при этом появляются новые перспективы, связанные с возможностью исследовать альтернативные точки зрения или методы, которые могут привести к новому пониманию.

Переосмысление часто приводит к более глубокому пониманию и может открывать новые пути развития в различных сферах жизни. Один из элементов переосмысления классики – это адаптация её в медиасреде. Речь идет о популяризациях классических произведений через современные форматы – это так называемый творческий подход: использование инновации и воображения для создания нового на основе пересмотренных концепций. Сегодня классические произведения адаптируются в различных мультимедийных форматах: кино, сериалы, видеоигры, комиксы и визуальные романы. Это позволяет привлечь внимание молодежной и цифровой аудитории, которая может быть не знакома с оригинальными текстами.

Тенденция нашего времени: медиакоммуникации превращают классику в современный тренд. Одним из самых эффективных способов сделать классику современной и популярной является экранизация классических произведений. К примеру, современные экранизации «Анны Карениной», «Евгения Онегина», «Мастера и Маргариты», постановка «Гамлета» или «Грозы» включают элементы современной культуры, актуализируя язык или образы, чтобы сделать их ближе современному зрителю: музыкальные темы фильмов и сериалов, снятых по мотивам известных текстов,

написаны молодыми композиторами с включениями модных мелизмов, электронной музыкой, обращением к современным музыкальным жанрам, таким как хип-хоп, EDM, рэп или поп-музыка – для замены классических саундтреков. Прекрасный пример – мюзикл «Гамильтон», где классическая история революции преподносится через рэп и хип-хоп. Или фильм «Онегин», в котором композиции на стихи Пушкина исполняются в современном музыкальном ключе.

Подбор костюмов и декораций, их адаптация к современным или футуристическим стилям, понятным в контексте допущений моды современного дня – это тоже «осовременивание» классики: театральная постановка «Гамлета» с Б. Камбэрбэтчем допускала универсальный джинс, рубашки в шотландском стиле, модные худи с капюшонами и кроссовки, как неизменный атрибут моды последних десятилетий.

Фильмы и телевизионные сериалы по мотивам классики привлекают внимание новой аудитории: ставятся акценты на актуальные темы (гендерные вопросы, социальное неравенство, отцы и дети – в противостоянии поколений вклинивается технократическая составляющая, поиски героя нового времени и т.д.)

Ещё одним современным форматом адаптации классики стали социальные сети. Они выступают новым инструментом интерпретаций содержания текстов, приближая их главные идеи к современным звучаниям: подписчики обсуждают героев русской и зарубежной классики, находя логическое оправдание их поступкам или современное звучание их настроений. Медиаплатформы играют важную роль в популяризации классики: пользователи создают мемы, короткие ролики, разбирают сюжеты и персонажей через призму современности. Герои Шекспира, Достоевского, Чехова, зарубежных писателей (Кафки, Хемингуэя) обсуждаются в социальных сетях с точки зрения психологии или социальной справедливости.

Современные адаптации часто стремятся подчеркнуть социальные проблемы и переосмысливают классические произведения в духе инклюзивности. Например, в недавних экранизациях появляются актеры разных национальностей (в «Гамлете» Полония играет чернокожий актер, как и в «Русалочке», и в «Воине и мире»), а также добавляются новые персонажи или темы, соответствующие современной повестке.

Цифровая культура влияет на то, как аудитория воспринимает классические произведения. Виртуальная и дополненная реальность (VR/AR) позволяют буквально «погрузиться» в произведения, создавая эмоциональный и персонализированный

опыт. Так, музыкальные произведения Бетховена или произведения Данте могут быть представлены через интерактивные мультимедийные проекты. Или картины из сокровищниц Русского музея «оживают» на страницах каталогов и корпоративных календарей.

Несомненно, в любом новом и развивающемся есть не только дополнительные грани таланта создателя истории, но и сложности и опасности переосмыслений. Развитие медиакоммуникаций в целом способствует популяризации классики, однако несет в себе и определенные риски, среди которых: поверхностность восприятия (адаптация часто упрощает авторскую идею), коммерциализация (адаптация делает ставку на прибыль через обращение к шок – контенту, чем на сохранение авторской идеи), разрыв с традициями (адаптация теряет глубину и подтекст – это конфликт с традиционным текстом).

Таким образом, медиацентричность в итоге оборачивается опасным размыванием поля экспертного мнения и глубокого анализа.

Медиакоммуникации стали мощным инструментом для переосмысления классических произведений, позволяющим сделать их доступнее и актуальнее для современного зрителя. Однако важно сохранять баланс между адаптацией к современным трендам и уважением к оригинальному контексту и замыслу авторов. При этом классические произведения, будучи трансформированными, продолжают жить в новых формах, обогащая культурный ландшафт и сохраняя своё значение для будущих поколений.

Когда-то упрекали Средневековье за упрощение глубины и значимости поднимаемых проблем в культуре Античности – со временем пришли к пониманию, что сохраненной Античность стала благодаря Средневековью... В этих переписываниях, объяснениях и адаптациях, подражаниях и повторях заключалось основное открытие древних.

Выводы

В финале своих рассуждений об опасности упрощения литературы и языка под влиянием адаптации их сути мы хотели бы обратиться к словам И. Бродского на вручении ему Нобелевской премии: 30 с лишним лет назад наш современник предрек изменение формы текста – ее экономии за счет адаптации. В Нобелевской речи И. Бродский предрекает неизбежное упрощение монументальных текстов: «В «Войне и мире» следующего века будет не больше двухсот страниц. А то и меньше – учитывая, сколько внимания читатель сможет уделить книге при разнообразии его досугов. Она будет длиной <...> в стихотворение» [3, с. 244-250].

Сегодня мы видим графический роман «Война и мир» («графическая адаптация») экономичного объема – в 222 страницы. При этом внимание к толстовскому эпосу благодаря адаптации возросло в разы. Графический роман «Война и мир» Д. Чухрая и А. Полторака вышел на английском языке в сентябре 2022 года и уже через 3 месяца после старта мировых продаж вошел в СШВ в ТОП – 10 лучших графических адаптаций классической литературы по версии «Screen Rant». Спустя еще 3 месяца этот графический роман вошел в Топ – 10 лучших графических адаптаций классической литературы Великобритании.

Специалисты отмечают не только отсутствие искажений сюжета Л.Толстого, но и то внимание, с которым авторы отнеслись к точности воссоздания в графике исторических деталей: костюмов, интерьеров, архитектуры. Графическая адаптация романа ставит своей целью познакомить с шедевром – «с основной сюжетной линией и погрузить в яркий и проработанный мир эпопеи Толстого»[8]. Читателям, знакомым с романом, живая графика подарит минуты воспоминаний нетленного произведения русского классика.

Медиакоммуникации открыли новые горизонты для споров о классических текстах, сделав их более доступными и глобальными, но при этом они сталкиваются с вызовами: сохранением глубины анализа и предотвращением манипуляций с содержанием. Баланс между традиционными и цифровыми подходами становится ключом к продуктивному диалогу о наследии прошлого – медиакоммуникации создают новые возможности для диалога. Современные технологии позволяют людям не только читать и обсуждать классические тексты, но и участвовать в их переформулировании. Например, пользователи могут создавать ремиксы, литературные игры или проекты, где классические произведения адаптируются к современным реалиям.

Влияние медийных форматов на классическое искусство несомненно. Медиакоммуникации изменяют способ подачи спорных вопросов. Классические тексты интерпретируются через визуальную эстетику (мемы, видеоролики) или упрощение сложных идей до понятных схем и инфографик. Это демократизирует доступ к знаниям, но одновременно может упрощать сложные смыслы. Такие каналы, как YouTube или Telegram, активно используют форматы, где специалисты объясняют глубокие и многозначные тексты за 15 минут. Критики указывают, что подобные подходы выхолащивают оригинальный смысл, тогда как другие считают, что это полезно для вовлечения новичков. Нам есть о чем подумать.

Список источников

1. Анненкова И.В. «Элита» и «Лжеэлита» как системные понятия медиацентричной культуры // Научные ведомости: БелГУ, серия «Гуманитарные науки». 2014. № 3. С. 71 – 74.
2. Берг М. Литературократия. Проблема присвоения и перераспределения власти в литературе. М.: НЛО, 2000. 352 с.
3. Бродский И. Нобелевская речь // Иностранная литература. 2000. № 5. С. 1 – 4.
4. Гурова Е., Ломыкина Н. Русский язык PRO (некоторые последствия медиацентричности культуры // Меди@льманах. 2020. № 5. С. 134 – 140.
5. Дмитриева Н. Литература и другие виды искусства. Краткая литературоведческая энциклопедия. М.: Наука, 1962-1978. С. 229 – 244.
6. Кондаков И. По ту сторону слова. Кризис литературоцентризма в России XX-XXI в.в. // Вопросы литературы. 2008. № 5. С. 5 – 44
7. Толстая Т. Кысь. М.: Подкова, 2002. 320 с.
8. Чухрай Д. Война и мир: графический роман. Ростов-на-Дону: Феникс, 2024. 223 с.
9. Яркевич И. Литература, эстетика и другие интересные вещи // Вестник новой литературы. 1993. № 5. С. 61 – 64.

References

1. Annenkova I.V. "Elite" and "False Elite" as Systemic Concepts of Media-Centric Culture. Scientific News: BelSU, "Humanities" Series. 2014. No. 3. P. 71 – 74.
2. Berg M. Literaturocracy. The Problem of Appropriation and Redistribution of Power in Literature. Moscow: NLO, 2000. 352 p.
3. Brodsky I. Nobel Speech. Foreign Literature. 2000. No. 5. P. 1 – 4.
4. Gurova E., Lomikina N. Russian language PRO (some consequences of the media-centricity of culture. Medi@lmanakh. 2020. No. 5. Pp. 134 – 140.
5. Dmitrieva N. Literature and other types of art. Brief literary encyclopedia. Moscow: Nauka, 1962-1978. P. 229 – 244.
6. Kondakov I. On the other side of the word. The crisis of literature centrism in Russia in the 20th-21st centuries. Questions of literature. 2008. No. 5. P. 5 – 44
7. Tolstaya T. Kys. Moscow: Podkova, 2002. 320 p.
8. Chukhray D. War and Peace: a graphic novel. Rostov-on-Don: Phoenix, 2024. 223 p.
9. Yarkevich I. Literature, aesthetics and other interesting things. Bulletin of new literature. 1993. No. 5. P. 61 – 64.

Информация об авторе

Шарифуллина С.В., кандидат филологических наук, доцент, Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики, Litera-Tur@yandex.ru

© Шарифуллина С.В., 2025