СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ. ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БИБЛИОТЕК

УДК 002.2:004 + 002.2:316.77
http://doi.org/10.33186/1027-3689-2025-6-40-55

Модель коммуникативного цикла Роберта Дарнтона: вызовы цифровой эпохи

С. В. Козлов

ГПНТБ СО РАН, Новосибирск, Российская Федерация,
feld71@mail.ru, https://orcid.org/0000-0002-6784-8992

Аннотация. Модель коммуникативного цикла Роберта Дарнтона, изначально разработанная для анализа практик книгоиздания в период с 1500 по 1800 г., на протяжении долгого времени была ключевым инструментом для значительного числа историко-книжных и медиаисследований, позволяя комплексно изучать взаимодействие авторов, издателей, книготорговцев и читателей в историческом контексте. Однако с наступлением цифровой эпохи, характеризующейся массовой цифровизацией, появлением онлайн-платформ, самоиздания и социальных медиа, традиционная структура ролей и функций в книжной коммуникации подверглась радикальной трансформации. В цифровом пространстве читатели могут напрямую взаимодействовать с авторами, формируя востребованность текстов ещё до их официальной публикации, а платформы и алгоритмы всё чаще берут на себя функции посредников, влияя на продвижение и доступность контента. Это приводит к дезинтермедиации классической цепочки взаимодействия и появлению новых агентов, предлагающих набор сервисов для авторов и читателей. В статье обсуждаются основные вызовы и изменения, которые вносит цифровая эпоха в модель Дарнтона, демонстрируются новые роли, которые играют платформы, социальные медиа и алгоритмы. На основе этого автор рассматривает различные варианты адаптации модели Дарнтона к новым реалиям, подчёркивая её эвристическую ценность для междисциплинарных исследований и формулируя перспективы дальнейшего развития в условиях стремительно меняющегося медиаландшафта. Несмотря на радикальную перестройку ролей, модель Дарнтона сохраняет методологическую значимость и служит важным ориентиром в исследовании современной книжной коммуникации.

Статья подготовлена по плану НИР ГПНТБ СО РАН, проект «Трансформация книжной культуры в социальных коммуникациях XIX–XXI вв.», № 122041100088-9.

Ключевые слова: Роберт Дарнтон, модель коммуникативного цикла, книжная коммуникация, история книги, книговедение, цифровая эпоха

Для цитирования: Козлов С. В. Модель коммуникативного цикла Роберта Дарнтона: вызовы цифровой эпохи // Научные и технические библиотеки. 2025. № 6. С. 40–55. https://doi.org/10.33186/1027-3689-2025-6-40-55

MODERN INFORMATION TECHNOLOGIES. DIGITAL TRANSFORMATION OF LIBRARIES

UDC 002.2:004 + 002.2:316.77
http://doi.org/10.33186/1027-3689-2025-6-40-55

Robert Darnton's "Communications Circuit": The Challenges of the Digital Age

Sergey V. Kozlov

State Public Scientific and Technological Library,
Russian Academy of Sciences Siberian Branch, Novosibirsk, Russian Federation,
feld71@mail.ru, https://orcid.org/0000-0002-6784-8992

Abstract. Robert Darnton's communication circuit model, initially developed to analyze book publishing practices between 1500 and 1800, has long served as a key instrument in numerous historical book and media studies, enabling a comprehensive examination of the interactions among authors, publishers, booksellers, and readers in the historical context. However, with the advent of the digital age – characterized by extensive digitization, evolving online platforms, self-publishing, and social media – the traditional structure of roles and functions in book communication has undergone radical transformation. In the digital space, readers can interact directly with authors, shaping demand for texts even before their official publication, while platforms and algorithms increasingly act as intermediaries, influencing the promotion and availability of the content. This tends to the disintermediation of the classic interaction chain and the emergence of new agents offering a range of services to both authors and readers. The author discusses the main challenges and changes introduced by the digital era into Darnton's model, highlighting the new roles played by platforms, social media,

and algorithms. On this basis, the author examines various approaches to adapting Darnton's model to new realities, emphasizing its heuristic value for interdisciplinary research and outlining prospects for its further development in the rapidly changing media landscape. It is underscored that, despite the radical restructuring of roles, Darnton's model retains its methodological significance and remains a vital reference point for the study of contemporary book communication.

Keywords: Robert Darnton, communications circuit, book communication, history of books, bibliology, digital age

Cite: Kozlov S. V. Robert Darnton's "Communications Circuit": The Challenges of the Digital Age // Scientific and technical libraries. 2025. No. 6, pp. 40–55. https://doi.org/10.33186/1027-3689-2025-6-40-55

Введение

С момента появления печатного станка книга была не только инструментом передачи знаний, но и важным культурным артефактом, способствующим формированию массовых представлений и трансляции культурных ценностей. Роберт Дарнтон, исследуя процессы книгоиздания в XVIII в., предложил модель коммуникативного цикла, которая структурировала взаимодействие между ключевыми участниками книжной коммуникации: авторами, издателями, книготорговцами и читателями. Эта модель позволяла отразить весь процесс создания и распространения книги, начиная от формирования её замысла автором до восприятия читателем, с последующей обратной связью.

Однако в последние десятилетия издательская индустрия претерпела значительные изменения. Цифровизация, появление платформ самоиздания, электронных книг и социальных медиа не только сделали процесс публикации более доступным, но и радикально изменили роль каждого участника коммуникативного цикла. В связи с этим перед исследователями, работающими в предметных областях истории книги и теории медиа, встала задача адаптировать существующую модель к новой ситуации.

Цель данной статьи – показать, каким образом цифровая эпоха изменила модель коммуникативного цикла Дарнтона, подчеркнуть её эвристическую ценность и обозначить направления для её дальнейшей адаптации в условиях стремительно меняющейся медиасреды.

1. Модель коммуникативного цикла: значение и эвристический потенциал

В 1982 г. историк культуры и специалист по истории Франции XVIII в. Роберт Дарнтон в своём эссе “What is the history of books?” предложил модель коммуникативного цикла, которая явилась значимым методологическим новшеством в историко-книжных исследованиях. Р. Дарнтон предположил, что предметная область истории книги как формирующейся научной дисциплины может быть определена как «социальная и культурная история коммуникации посредством печати: как идеи передавались посредством печати и как воздействие печатного слова влияло на мышление и поведение человечества в течение последних пятисот лет» [**1**. P. 65].

Предложенный исследователем подход позволяет комплексно анализировать процессы производства, распространения и потребления печатной продукции в историческом контексте. Модель описывает процессы взаимодействий между различными агентами, вовлечёнными в книжную коммуникацию: авторами, издателями, типографами, распространителями, книготорговцами и читателями. Историческая значимость модели заключается в её способности фиксировать социальные роли участников коммуникативного процесса. Она подчёркивает взаимосвязь и взаимозависимость всех вовлечённых в него агентов, что позволяет исследовать не только текстуальные аспекты, но и материальные, экономические и социальные факторы, влияющие на историю книги. Р. Дарнтон отмечал, что «части не приобретают своего полного значения, если они не связаны с целым, и некоторый целостный взгляд на книгу как на средство коммуникации представляется необходимым, если мы хотим избежать фрагментации истории книги» [**1**. P. 67]. Этот подход подчеркнул важность системного анализа, направленного на исследование всего цикла циркуляции текстов в обществе, а не отдельных аспектов этого процесса.

Автор указывал, что его модель разработана для изучения производства и распространения книг в период с 1500 по 1800 г. [**1**. P. 77; **2.** P. 504]. При этом она стала одной из основополагающих парадигм для истории книги как научной дисциплины. С момента своей первой публикации работа Р. Дарнтона неоднократно переиздавалась, обсуждалась, пересматривалась и дополнялась, став эвристическим ориентиром для значительного числа историко-книжных исследований.

К теории Р. Дарнтона обращаются и коммуникативисты, учитывая что она применима к более широким концепциям коммуникации и медиа.

В научной литературе вклад Р. Дарнтона в понимание социокультурных механизмов функционирования печатной книги оценивается как фундаментальный. Его модель позволяет анализировать книгу в контексте её социального, экономического и культурного окружения, что расширяет рамки традиционного литературоведческого подхода. Британские исследователи Падмини Рэй Мюррей и Клэр Сквайрс высоко оценивают эту модель, отмечая, что хотя она была призвана описать, «как интеллектуальная собственность распространялась во Франции XVIII в., [но] оказалась в значительной степени точным отражением издательской индустрии до конца XX в.» [**3.** P. 4]. Схожего мнения придерживаются Джен Пекоски и Хизер Хилл, которые указывают, что, хотя «модель Дарнтона основана на изучении книгоиздания во Франции XVIII в., но этот пример по-прежнему является центральным и актуальным не только для области истории книги, но и для сферы информационных исследований», поскольку даёт основу для анализа социальных ролей акторов, участвующих в издательском процессе [**4.** P. 609].

Модель Дарнтона также нашла применение в исследовательских практиках, связанных с историей медиа и коммуникации, благодаря своему акценту на междисциплинарный подход и взаимодействие социальных и экономических факторов. Согласно Дж. Пекоски и Х. Хилл, модель Дарнтона, включающая интеллектуальное влияние, публичность, политические и экономические условия, позволяет исследователям видеть книжную культуру не как изолированную систему, а как часть более широкой социальной и культурной структуры.

Отметим, что при несомненной значимости модели Р. Дарнтона и высоких оценках её эвристического потенциала в зарубежных историко-книжных и медиаисследованиях до недавнего времени она не находила применения в отечественном книговедении. Лишь в последние годы стали появляться посвящённые ей работы [**5** – **8**].

2. Трансформация книжной коммуникации в цифровую эпоху

Изменения, которые произошли в коммуникационных технологиях на рубеже тысячелетий, привели к масштабной трансформации книжной коммуникации. Они затронули как традиционные роли, так и структуру взаимодействий агентов. Технологический прогресс не толь-

ко изменил способы производства и распространения текстов, но и расширил возможности взаимодействия между авторами, читателями и посредниками. Для обозначения совокупности изменений (технических, экономических, культурных, социальных) в научном и медийном дискурсе используется концепт «цифровая эпоха»[1].

В научной литературе «цифровая эпоха» обычно трактуется как период, который характеризуется следующими основными чертами:

1. Цифровые технологии становятся массовыми и доступными (от персональных компьютеров до облачных сервисов и смартфонов) [**9**].

2. Ключевым ресурсом экономики и общества становится цифровая информация, а не только физические товары или традиционные средства производства [**10**].

3. Коммуникационные практики (личные и массовые) смещаются в онлайн-пространство, формируя новые социальные институты и изменяя повседневную культуру [**11**, **12**].

4. Медиасреда существенно усложняется: вместо единичных центров производства контента (редакции, издательства, телеканалы) формируется «многоточечная» сеть, в которой практически любой пользователь может выступать и как автор, и как читатель/зритель, и как распространитель информации [**13**, **14**].

В контексте книжной коммуникации цифровая эпоха повлекла за собой следующие фундаментальные изменения.

Происходит переход от традиционных печатных форм к цифровым форматам, к которым относятся электронные книги, аудиокниги, онлайн-платформы для самоиздания, социальные сети, каналы блогеров, сервисы подписки и т. д. Все эти новые элементы усложняют и расширяют круг участников книжной коммуникации и изменяют их роли в коммуникационном процессе. В результате классический печатный (и вещательный) контент дополняется или вытесняется цифровыми форматами, создавая новые каналы распространения и потребления культурных продуктов.

---

[1] Другие аналогичные по смыслу концепты встречаются значительно реже. По данным электронной библиотеки eLIBRARY на 15.02.2025, понятие «цифровая эпоха» встречается среди ключевых слов в публикациях 853 раза, «информационная эпоха» – 247, «цифровая эра» – 69, «информационный век» – 37, «эпоха цифровых технологий» – 11, «сетевая эпоха» – 5 раз.

Масштабные изменения происходят и в самой книжной индустрии. Британский социолог Дж. Б. Томпсон, проанализировавший трансформации, происходящие в издательском секторе под влиянием глобализации, цифровизации и изменений в потребительском поведении, на основе эмпирических данных и интервью с ключевыми фигурами индустрии, показал, как экономические и технологические факторы влияют на редакционную политику, выбор авторов и жанров, а также на формирование читательских предпочтений. В частности, он отмечает тенденцию к коммерциализации и фокусировке на бестселлерах, что может ограничивать культурное разнообразие и доступность нишевых или экспериментальных литературных произведений [**15**].

Нельзя не упомянуть и о роли, которую в современном коммуникативном цикле играют онлайн-платформы. Такие компании, как Amazon и Google, не только выполняют функции посредников, но и активно формируют читательские предпочтения с помощью алгоритмов. Рекомендательные системы, основанные на данных о поведении пользователей, стали важным инструментом в издательской индустрии, что позволяет издателям лучше понимать свою аудиторию и предлагать целевые продукты.

Цифровизация создала условия для дезинтермедиации и реинтермедиации. В исследованиях медиа и истории книги под дезинтермедиацией (англ. *disintermediation*) обычно понимают процесс, при котором традиционные посредники между производителем контента и аудиторией (например, издатели, книготорговцы, редакторы) оказываются либо исключёнными из цепочки, либо их роль значительно ослабевает. В результате автор и читатель получают возможность взаимодействовать напрямую, без ряда классических институциональных фильтров. Типичным примером дезинтермедиации являются самоиздание и распространение электронной книги напрямую через онлайн-платформу. Вслед за дезинтермедиацией часто наступает реинтермедиация (англ. *reintermediation*) – появление или усиление новых посредников и сервисов, которые берут на себя функции тех участников цепочки, которые были исключены или ослаблены. Если при самоиздании автор минует традиционное издательство, то роль «отсутствующего» посредника частично берут на себя платформы агрегаторов (Amazon Kindle Direct Publishing, Ridero, «ЛитРес: Самиздат» и т. д.). Они предоставляют инструменты для макетирования, продвижения,

аналитики продаж, коммуникации с читателями, а иногда и редакторские услуги. В итоге выстраивается новая структура, в которой формируются иные формы зависимости, контроля или маркетинговой поддержки; так восстанавливается (пусть и в иной форме) посредничество между автором и читателем [**16**].

Важнейшей чертой цифровой эпохи стало и изменение роли читателя. Развитие социальных медиа привело к росту влияния читателей на распространение и продвижение книг. Для концептуализации нового состояния медиасреды американский теоретик медиа Генри Дженкинс ввёл понятие «конвергентная культура», которое предполагает стирание границ между старыми и новыми медиа, формирование единого информационного пространства, а также активное участие аудитории в создании и распространении контента. В цифровую эпоху читатели становятся активными участниками коммуникационного процесса, влияют на мнение о книгах и авторах через рецензии, рейтинги и обсуждения в сети [**13**]. Если в период доминирования печатной культуры читатели находились в конце коммуникативного цикла, не оказывая значительного влияния на процесс создания текста, то в цифровую эпоху они зачастую оказывают влияние на автора ещё до официальной публикации, выражая свои предпочтения и обратную связь через комментарии и отзывы. Один из примеров такого влияния проанализировали, в частности, Джен Пекоски и Хизер Хилл, рассмотрев историю создания романа «Пятьдесят оттенков серого» британской писательницы Э. Л. Джеймс (изначально появился как фанфикшен-произведение, затем стал самостоятельной самиздатной книгой, которая впоследствии была издана традиционным способом [**4**]).

Таким образом, в эпоху цифровизации и многоканальной коммуникации взаимодействие между авторами, издателями и читателями выходит за рамки «классического» коммуникативного цикла. Понимание и анализ описанных выше процессов требуют пересмотра концептуального аппарата, в том числе и модели Дарнтона.

3. Адаптация модели Дарнтона к новым реалиям: варианты исследовательских подходов

Уже в конце 1990-х – начале 2000-х гг. исследователи стали указывать на то, что модель коммуникативного цикла, созданная Дарнтоном для эпохи, когда доминировала печатная книга, уже не способна в полной мере отразить современные реалии циркуляции текстов в куль-

туре и нуждается в корректировке. В ответ на эти вызовы учёные предлагают различные пути её переосмысления и расширения, чтобы сохранить концептуальное ядро и одновременно учесть трансформации, вызванные цифровой эпохой. Рассмотрим наиболее заметные подходы к адаптации модели (в порядке их появления).

Одним из первых на ограничения модели Дарнтона указал голландский исследователь Адриан ван дер Вейл. Анализируя цифровую передачу текста через интернет, учёный предложил расширить и переосмыслить эту модель в связи с развитием коммуникационных технологий. Он указал, что цифровые технологии радикально меняют логику производства, распространения и потребления текстов, трансформируя каждую фазу модели [**17**].

Британские учёные Дэвид Финкельштейн и Алистер Маклири, признавая, что элементы модели Дарнтона остаются актуальными и в настоящее время, указывают, что под влиянием цифровых технологий происходит их адаптация к новым условиям. В частности, в цифровой среде традиционные агенты цикла (издатели, книготорговцы и т. д.) трансформируются или заменяются новыми структурами, такими как онлайн-платформы (Amazon, Apple iBooks, Scribd и др.) [**18.** P. 122–123]. Норвежский исследователь Терье Хиллесунд отмечает, что Дарнтон «основывал свою модель на книжной торговле XVIII в. в Европе, из-за чего она плохо подходит для изучения книги в другие исторические периоды, особенно в контексте рукописных традиций… и для изучения цифровых книг» [**19**].

Британские исследователи П. Р. Мюррей и К. Сквайрс оценивают модель Дарнтона как полезную, но устаревшую в условиях цифровой эпохи. По их мнению, в XXI в. технологические изменения привели к радикальным сдвигам в издательском процессе. Авторы указывают, что отразившаяся в модели Дарнтона «традиционная цепочка создания ценности, прослеживающая путь интеллектуальной собственности от автора к читателю, была нарушена и дезинтермедиирована на каждом этапе» [**3.** P. 3]. Исследователи предложили собственную «модель цифрового коммуникативного цикла», учитывающую появление платформ самоиздания, снижение роли традиционных посредников (таких как литературные агенты и издатели) и повышение значимости цифровых платформ и социальных сетей. Их модель показывает, что современная

книжная коммуникация строится не линейно, а как сеть, в которой участники цикла действуют в сложной системе взаимосвязей.

Североамериканские исследователи Дж. Пекоски и Х. Хилл рассматривают влияние читателей на процесс публикации и изменение традиционных издательских моделей в условиях цифровой эпохи. В своей статье «За пределами традиционных издательских моделей: исследование взаимоотношений между авторами, читателями и издателями» авторы показывают, что в цифровую эпоху читатели становятся активными участниками процесса создания, распространения и популяризации книг. Исследователи подчёркивают, что обратная связь с читателями (комментарии, рейтинги, рецензии, обсуждения на платформах подобных Goodreads) в настоящее время оказывает прямое влияние на издательские решения: читатели становятся соавторами, редакторами и промоутерами, авторы активно взаимодействуют с аудиторией, а издатели реагируют на популярность книг в цифровой среде и переосмысливают свою роль [**4**].

Голландская исследовательница Анна Соресси отмечает, что с развитием цифровых технологий и социальных медиа модель Дарнтона устарела и больше не отражает современные реалии издательского бизнеса. Причину этого она видит в том, что эта концепция не учитывает такой значимый фактор, как цифровая революция. Она изменила функцию издателя, который играл роль культурного «привратника» (*gatekeeper*), решающего, какие книги выходят в свет. Однако современные технологии, приведшие к появлению новых маркетинговых стратегий, основанных на анализе данных, позволяют выявлять литературные тренды через предпочтения читателей. Это позволило авторам и читателям взять на себя функции продюсирования и продвижения книг. В цифровую эпоху издательская цепочка включает литературных агентов, которые стали связующим звеном между авторами и издателями; самиздат и платформы, такие как Amazon и Wattpad, позволяющие авторам обходить традиционные издательские структуры; читателей, ставших активными участниками процесса, благодаря рецензиям, краудфандингу и продвижению контента в соцсетях [**20**].

С учётом названных подходов и высказанной их авторами критики представляется целесообразным предложить несколько принципиальных направлений, позволяющих адаптировать и усовершенствовать модель Дарнтона для использования в контексте цифровой эпохи.

Прежде всего необходимо отойти от классической линейной структуры «автор – издатель – книготорговец – читатель», поскольку современная книжная коммуникация всё чаще выстраивается как разветвлённая сеть, в которой каждый участник (автор, платформа, читатель, издатель, агрегатор и т. д.) может одновременно взаимодействовать с несколькими «узлами» и формировать связи, выходящие за рамки строгой иерархии. Во-вторых, следует учитывать роль алгоритмов и больших данных: технологические платформы сейчас не просто предоставляют авторам и издателям инфраструктуру, но и формируют предпочтения аудитории, используя персонализированные рекомендации, зависящие от цифровых следов пользователей. В-третьих, требуется расширить представление об активности читателя, который уже не является пассивным конечным звеном: через краудфандинг, фанатские сообщества и прямую обратную связь читатель может влиять на процесс создания книги ещё до её официальной публикации, становясь фактически соавтором и «соорганизатором» контента. Наконец, представляется необходимым дополнить модель многоуровневыми схемами, показывающими, как экономические, социальные и технологические факторы на разных этапах жизненного цикла книги изменяют потоки информации и капитала.

Такой подход позволит детальнее понять, как именно трансформируется издательский процесс при переходе от традиционных печатных форм к гибридным или полностью цифровым моделям. В наибольшей степени изменения, произошедшие в книжной коммуникации в цифровую эпоху, учитывает «модель цифрового коммуникативного цикла», разработанная П. Р. Мюррей и К. Сквайрс (см. рисунок). Эта модель, предлагающая визуализацию сетевых взаимодействий между авторами, издателями и читателями, ещё не получила признания специалистов по истории книги и теории коммуникации и нуждается в доработке и уточнении. Уточнённая модель должна отражать нелинейную и постоянно эволюционирующую природу современной коммуникации, одновременно сохраняя главное достоинство концепции Дарнтона – целостное видение социально-экономических отношений, возникающих в процессе обращения книги в обществе.

Цифровой коммуникативный цикл [3. P. 8]

Представленные идеи не исключают важности и исторической ценности оригинальной модели Дарнтона. Напротив, они основываются на её принципах системности и учёте социальных ролей. Однако, чтобы модель сохраняла эвристическую ценность, её необходимо расширять, включая в неё как новые институты (социальные медиа, платформы, агрегаторы), так и возросшую активность читателей.

Заключение

Роберт Дарнтон внёс значительный вклад в историю книги, предложив концепцию коммуникативного цикла. Эта модель, впервые представленная им в 1982 г., объясняет, как текстовые произведения переходят от авторов к читателям через посредников, таких как издатели, печатники, книготорговцы и др. Концепция Дарнтона является основой для исследований книжной культуры, поскольку охватывает весь процесс создания, распространения и потребления текстов, включая социальные и культурные факторы.

Цифровая эпоха внесла значительные изменения в традиционную модель коммуникационного цикла Дарнтона. Размывание ролей агентов книжной коммуникации, растущее влияние платформ и активное участие читателей сделали коммуникационные процессы более сложными и сетевыми. Эти изменения подчёркивают необходимость адаптации модели для отражения современных реалий издательской индустрии.

Критические оценки модели Дарнтона связаны с её недостаточной гибкостью в отношении нелинейных и децентрализованных коммуникационных сетей современности. Тем не менее она остаётся основополагающей для понимания исторических процессов в книжной сфере и служит отправной точкой для дальнейших исследований и теоретических разработок в области истории книги и коммуникации.

Несмотря на ограничения, модель Дарнтона остаётся важным инструментом анализа издательских процессов. Адаптации, предложенные современными исследователями, демонстрируют её гибкость и потенциал. Дальнейшие исследования должны учитывать роль данных, алгоритмов и социальных сетей, а также продолжать разработку моделей, отражающих сетевую природу взаимодействий в современной цифровой среде.

Список источников

1. **Darnton R.** What is the History of Books? // Daedalus. 1982. Vol. 111. No. 3. Representations and Realities (Summer, 1982). P. 65–83.

2. **Darnton R.** "What is the History of Books?" revisited // Modern Intellectual History. 2007. Vol. 4. No. 3. P. 495–508.

3. **Murray P. R., Squires C.** The Digital Publishing Communications Circuit // Book 2.0. 2013. Vol. 3, No. 1. P. 3–23. DOI 10.1386/btwo.3.1.3_1.

4. **Pecoskie J., Hill H.** Beyond Traditional Publishing Models: An Examination of the Relationships between Authors, Readers, and Publishers // Journal of Documentation. 2015. Vol. 71. No. 3. P. 609–626.

5. **Стаф И. К.** История книги и история литературы: проблемы взаимодействия // Труды Санкт-Петербургского государственного института культуры. 2018. № 217. С. 99–111.

6. **Венедиктова Т.** Новости из истории книги // Новое литературное обозрение. 2019. № 5 (159). С. 338–346.

7. **Мутьев В. А.** Книговедение и история книги: современные исследовательские подходы : учебно-методическое пособие. Санкт-Петербург : СПбГИК, 2023. 39 с.

8. **Березняков Д. В., Козлов С. В.** Переоткрывая классику: модель коммуникативного цикла Роберта Дарнтона // Научные и технические библиотеки. 2023. № 11. С. 121–140. DOI 10.33186/1027-3689-2023-11-121-140.

9. **Кастельс М.** Информационная эпоха: экономика, общество и культура. Москва : ГУ ВШЭ, 2000. 608 с.

10. **Benkler Y.** The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom. New Haven and London : Yale University Press, 2006. 515 p.

11. **Turkle S.** Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet Turkle S. life on the screen: identity in the age of the Internet. New York : Simon & Schuster, 1995. 347 p.

12. **Rainie L., Wellman B.** Networked: The New Social Operating System. Cambridge, Mass. : MIT Press, 2012. 358 p.

13. **Дженкинс Г.** Конвергентная культура. Столкновение старых и новых медиа. Москва : Рипол-Классик, 2019. 384 с.

14. **Коломиец В. П.** Медиатизация как трансформация управленческих практик медиаиндустрии // Книга. Чтение. Медиасреда. 2023. № 1 (1). С. 14–20. DOI 10.20913/BRM-1-1-2.

15. **Томпсон Дж. Б.** Торговцы культурой: Книгоиздательский бизнес в XXI веке. Москва : Новое литературное обозрение, 2023. 480 с.

16. **Bhaskar M.** The Content Machine: Towards a Theory of Publishing from the Printing Press to the Digital Network. New York : Anthem Press, 2013. 226 p.

17. **Van der Weel A.** The Communications Circuit Revisited // Jaarboek voor Nederlandse Boekgeschiedenis. 2001. Jaargang 8. P. 13–25.

18. **Finkelstein D., McCleery A.** An Introduction to Book History. New York : Routledge, 2005. 166 p.

19. **Hillesund T.** Reading Books in the Digital Age subsequent to Amazon, Google and the long tail // First Monday, 2007. Vol. 12. № 9. https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/2012 DOI 10.5210/fm.v12i9.2012.

20. **Soressi A.** Analysing the Impact of Social Media on the Publishing Industry: The Disruption of Darnton's Model of the Communications Circuit of the Book. URL: https://studenttheses.uu.nl/bitstream/handle/20.500.12932/37731/Soressi%20Anna%20Thesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y

References

1. **Darnton R.** What is the History of Books? // Daedalus. 1982. Vol. 111. No. 3. Representations and Realities (Summer, 1982). P. 65–83.

2. **Darnton R.** "What is the History of Books?" revisited // Modern Intellectual History. 2007. Vol. 4. No. 3. P. 495–508.

3. **Murray P. R., Squires C.** The Digital Publishing Communications Circuit // Book 2.0. 2013. Vol. 3, No. 1. P. 3–23. DOI 10.1386/btwo.3.1.3_1.

4. **Pecoskie J., Hill H.** Beyond Traditional Publishing Models: An Examination of the Relationships between Authors, Readers, and Publishers // Journal of Documentation. 2015. Vol. 71. No. 3. P. 609–626.

5. **Staf I. K.** Istoriia knigi i istoriia literatury`: problemy` vzaimodei`stviia // Trudy` Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo instituta kul`tury`. 2018. № 217. S. 99–111.

6. **Venediktova T.** Novosti iz istorii knigi // Novoe literaturnoe obozrenie. 2019. № 5 (159). S. 338–346.

7. **Mut`ev V. A.** Knigovedenie i istoriia knigi: sovremenny`e issledovatel`skie podhody` : uchebno-metodicheskoe posobie. Sankt-Peterburg : SPbGIK, 2023. 39 s.

8. **Berezniakov D. V., Kozlov S. V.** Pereotkry`vaia classiku: model` kommunikativnogo tcicla Roberta Darntona // Nauchny`e i tekhnicheskie biblioteki. 2023. № 11. S. 121–140. DOI 10.33186/1027-3689-2023-11-121-140.

9. **Kastel`s M.** Informatcionnaia e`poha: e`konomika, obshchestvo i kul`tura. Moskva : GU VSHE`, 2000. 608 s.

10. **Benkler Y.** The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom. New Haven and London : Yale University Press, 2006. 515 p.

11. **Turkle S.** Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet Turkle S. life on the screen: identity in the age of the Internet. New York : Simon & Schuster, 1995. 347 p.

12. **Rainie L., Wellman B.** Networked: The New Social Operating System. Cambridge, Mass. : MIT Press, 2012. 358 p.

13. **Dzhenkins G.** Konvergentnaia kul`tura. Stolknovenie stary`kh i novy`kh media. Moskva : Ripol-Classik, 2019. 384 s.

14. **Kolomietc V. P.** Mediatizatciia kak transformatciia upravlencheskikh praktik mediaindustrii // Kniga. Chtenie. Mediasreda. 2023. № 1 (1). S. 14–20. DOI 10.20913/BRM-1-1-2.

15. **Tompson Dzh. B.** Torgovtcy` kul`turoi`: Knigoizdatel`skii` biznes v XXI veke. Moskva : Novoe literaturnoe obozrenie, 2023. 480 s.

16. **Bhaskar M.** The Content Machine: Towards a Theory of Publishing from the Printing Press to the Digital Network. New York : Anthem Press, 2013. 226 p.

17. **Van der Weel A.** The Communications Circuit Revisited // Jaarboek voor Nederlandse Boekgeschiedenis. 2001. Jaargang 8. P. 13–25.

18. **Finkelstein D., McCleery A.** An Introduction to Book History. New York : Routledge, 2005. 166 p.

19. **Hillesund T.** Reading Books in the Digital Age subsequent to Amazon, Google and the long tail // First Monday, 2007. Vol. 12. № 9. https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/2012 DOI 10.5210/fm.v12i9.2012.

20. **Soressi A.** Analysing the Impact of Social Media on the Publishing Industry: The Disruption of Darnton's Model of the Communications Circuit of the Book. URL: https://studenttheses.uu.nl/bitstream/handle/20.500.12932/37731/Soressi%20Anna%20Thesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Информация об авторе / Author

Козлов Сергей Васильевич – канд. ист. наук, старший научный сотрудник, заместитель директора по научной работе ГПНТБ СО РАН, Новосибирск, Российская Федерация

feld71@mail.ru

Sergey V. Kozlov – Cand. Sc. (History), Senior Researcher, Deputy Director for Research, State Public Scientific and Technological Library, Russian Academy of Sciences Siberian Branch, Novosibirsk, Russian Federation

feld71@mail.ru