

Научная статья

УДК 070.1:004.032.6 + 398.3(=161) + 7.046.1 + 791.4:004.738.5 + 004.774.6BLOG

DOI 10.15826/izv1.2022.28.2.023

ЭФФЕКТИВНЫЕ СПОСОБЫ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ СЛАВЯНСКОЙ МИФОЛОГИИ И НАРОДНОЙ КУЛЬТУРЫ НА ПЛОЩАДКЕ TikTok

Ольга Викторовна Казакова¹

Татьяна Александровна Глебович²

^{1,2}Уральский федеральный университет, Екатеринбург, Россия

¹riseandshinedear@gmail.com

²tatanova11@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-5965-0126>

А н н о т а ц и я. В статье рассматривается проблема популяризации славянской мифологии и народной культуры на площадке TikTok. Актуальность работы обусловлена современными медийными трендами и необходимостью использовать новые форматы и технологические решения для репрезентации просветительского контента. Анализируются способы продвижения тематических материалов и факторы, обуславливающие увеличение аудитории блогов, выявляются наиболее актуальные формы цифровой популяризации фольклора. Исследуются причины востребованности материалов, коммуникация на тематических площадках, творческие решения блогеров, а также опыт создания авторского медийного контента.

К л ю ч е в ы е с л о в а: народная культура; популяризация; контент; формат; TikTok

THE MOST EFFECTIVE WAYS TO POPULARIZE SLAVIC MYTHOLOGY AND FOLK CULTURE ON TikTok

Olga V. Kazakova¹

Tatyana A. Glebovich²

^{1,2}Ural Federal University, Ekaterinburg, Russia

¹riseandshinedear@gmail.com

²tatanova11@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-5965-0126>

A b s t r a c t. The article is aimed at analyzing the problem of popularization of the Slavic folk culture in the modern digital format. The relevance of the work is due to modern media trends and the need to use new formats and technological solutions for the representation of interesting and informative materials. The authors study the formats of promoting blog content, the reasons for the increase in the number of views, the audience's requests

for special knowledge, bloggers' approaches to working with thematic content, personal experience in creating folklore content on TikTok platform.

К е у в о р д с: slavic folk culture; content; popularization; digital format; TikTok

Введение

История медиатизации отечественного фольклора и традиций насчитывает не одно десятилетие и обусловлена целым рядом социально-культурных факторов [Гордиенко]. В эпоху социальных сетей интерес к фольклорным образам, жанрам, архетипам трансформируется: развиваются новые познавательные возможности и формы репрезентации приобретенных знаний. Платформа TikTok — одна из сетевых площадок, на которой идет активное освоение фольклорного материала, создаются форматы, соответствующие ожиданиям современной аудитории, выстраиваются модели тематической коммуникации.

Свидетельством популярности фольклорного контента является тот факт, что на декабрь 2021 г. по запросу #славянскаямифология можно было получить суммарное значение просмотров в количестве 129,1 млн, по запросу #slavicmythology — 14,8 млн, что говорит о востребованности этой темы как в отечественном, так и зарубежном сегменте аудитории.

Рассмотрение форм популяризации народной культуры в TikTok актуализировано современным запросом на новые форматные и технологические решения в сфере репрезентации просветительских и познавательных материалов. В связи с этим проблемой работы будет исследование релевантности использования современных цифровых инструментов в репрезентации тематического контента, а целью — выявление и анализ наиболее востребованных форм цифровой популяризации фольклора.

Отправной точкой исследования можно считать наблюдение за тематическими авторскими блогами и опыт создания собственного пользовательского артефакта. Дополнительным стимулом для исследовательской активности стал вопрос о конкурентоспособности образов славянского фольклора в сетевом пространстве TikTok с узнаваемыми и привычными образами японской и североамериканской мифологии.

В настоящий момент тема фольклора и традиций остается одним из исследовательских трендов. Можно выделить несколько направлений аналитических контекстов — историко-литературный, образовательный, культурологический (например, работы Ж. В. Андриевской [Андриевская], А. Л. Барковой [Баркова], Б. А. Рыбакова [Рыбаков]) и отдельно остановиться на исследованиях, посвященных проблеме медиатизации фольклора, а также потенциалу современных форм представления фольклорных артефактов в социальных и коммуникативных процессах. В частности, в работах Е. А. Каминской [Каминская], Т. М. Санниковой [Санникова] и К. А. Кузоро [Кузоро] уделяется особое внимание формам актуализации традиционной культуры в массмедиа и современных этнографических проектах.

С опорой на перечисленные и многие другие исследования мы провели анализ авторских фольклорных блогов на платформе TikTok и создали собственный контент.

Предваряя аналитическую часть, необходимо охарактеризовать саму сетевую формацию. TikTok — это площадка для создания и публикации коротких видеороликов, возникшая на волне популярности новых медиа и социальных сетей [Ли Юань]. В основном видеоматериалы представляют собой клипы, скетчи, прямые эфиры или реакции на тренды [Богомолова]. Исследователи отмечают, что платформа планировалась как пространство «для танцев под музыку, поэтому данная социальная сеть сосредоточена и на музыке, она позволяет быстро продвигать треки и является отличным лифтом для малоизвестных исполнителей» [Дворянчиков, Шепелева].

К контентно-технологической специфике TikTok относят встроенные алгоритмы обработки больших данных (представляющих собой личные трафики пользователей) и соответственно демонстрацию таргетированного контента. Модель работы алгоритма остается интуитивно понятной, но базовые принципы ее работы не раскрываются [Там же].

Принципы популярности в TikTok обусловлены реакциями на тренды, подбором правильных хештегов (ими помечен любой контент), использованием признанных сообществом звуков и участием в различных челленджах. Среди популярных форматов выделяются продолжение тренда, публикация истории, сценки, сериала (ряда роликов, объединенных одним сюжетом), tutorиала (процесса длительной бытовой деятельности), факта, подборки, а также репрезентация «закадровой» деятельности блогера или интерактива (сотворчества) с подписчиками. Актуальными перечисленные форматы будут и для фольклорного (фольклорно-исторического) контента.

В научной литературе площадка TikTok стала объектом изучения специалистов самых разных гуманитарных направлений, в частности, изучаются вопросы, связанные с ролью TikTok в социализации детей и подростков, исследуются лингвосемиотические особенности текста, форматы и содержательные характеристики контента, особенности аудитории, технологическая специфика площадки и ее взаимодействие с культурными кодами и традициями. Среди исследований необходимо выделить работы Я. В. Дворянчикова и Е. С. Шепелевой [Дворянчиков, Шепелева] и А. Г. Готовцевой и Э. С. Карпова [Готовцева, Карпов].

В работах отмечается, что «технические возможности платформы породили и распространили новую семиотическую практику, которая... не только носит рекреативный характер, но и позволяет провести глубокие исторические параллели со способами освоения нового типа генерации контента» [Там же].

Значимой является гипотеза о продолжении в пространстве платформы «открытой текстовой традиции» [Там же] и положение «о формировании своеобразного поликодового текста, сопровождаемого видеофрагментом, носящего рекреативную функцию, но в то же время являющегося оригинальным способом обозначения и обсуждения социальных проблем» [Там же]. Это исследовательское

мнение позволяет сделать предположение о конгломерате традиций в относительно новом цифровом пространстве.

Сейчас в TikTok можно найти исследователей, молодых ученых и просто заинтересованных молодых людей, готовых обмениваться своими знаниями и/или подогревать интерес к теме, подталкивать зрителей к самостоятельному изучению. Даже в развлекательном контенте может быть заложена глубинная цель сформировать познавательную активность и включить пользователя в образовательный процесс.

Анализ блогов

Блоги на тему фольклора создают не только историки и молодые специалисты, среди авторов есть косплееры, ювелиры, писатели — все, кому эта тема близка и интересна. И каждый блогер находит к ней свой подход.

Помимо общепринятых методов продвижения, в TikTok существуют собственные ресурсы, например, видеоряд формул для создания популярного контента, которыми можно воспользоваться вне зависимости от того, какой тематике принадлежит блог.

Так, блогеры придумывают сериалы с участием персонажей славянского фольклора, называют их «новыми сказками» и добавляют в них авторских героев, переосмысливают сюжет в соответствии с собственными взглядами и временем. В частности, пользователь под именем *suvorkinalex* (URL: <https://www.tiktok.com/@suvorkinalex>) рассказывает историю Огнедара, внука Бабы-яги, и попутно захватывает большой пласт информации о традициях, связанных с нечистью и разнообразными суевериями из славянской мифологии.

Помимо этого можно найти образцы перевоплощений (косплея) в различных героях, существ или нечисть, включающие в себя полный грим и костюм. Такие видео представляют собой пошаговую визуализированную инструкцию по «проигрыванию» персонажа, как правило, сопровождаются краткой информацией и фактами о нем.

В рамках площадки существует ряд определенных звуков, которые накладываются на контент о фольклоре и традиционной культуре. Чаще всего это композиции фолк-исполнителей из России и стран ближнего зарубежья, а также композиции на смежные темы, используется творчество групп «Мельница» (Россия), *Percival* (Польша), *Lado* (Хорватия), *polnalubvi* (Россия) и многих других. Большинство блогеров работают в традиционном для площадки минималистическом формате: краткая, визуально насыщенная информация, частые публикации.

При всем разнообразии контента фольклорной тематики в рамках настоящей работы необходимо сузить эмпирический материал, в нашем случае до двух блогов: *vica.che* (URL: <https://www.tiktok.com/@vica.che>) и *ainannet* (URL: <https://www.tiktok.com/@ainannet>).

Прежде всего представим характеристику блогов и их авторов, затем рассмотрим и сравним их показатели: соотнесем продолжительность времени

присутствия на площадке с количеством подписчиков и суммарным количеством отметок «мне нравится». Далее проанализируем контент: на примере пяти разных роликов рассмотрим форматы, в которых работают блогеры, и способы продвижения видео, а также оценим их эффективность при помощи метрик — «лайков», просмотров и откликов зрителей. Все данные отслежены и собраны за период с первого ноября по тридцать первое декабря 2021 г.

Виктория, создательница блога *vica.che*, долгое время занималась косплеем — костюмированным перевоплощением в различных героев массовой культуры (информация из публичного аккаунта). Это хобби распространилось и на ее увлечение славянской мифологией, позволив воплотить в жизнь различные сказочные образы: от Василисы Премудрой до водяного.

Первое видео в блоге было выложено 12 января 2020 г., на площадке Виктория находится почти два года. За это время число ее подписчиков составило 525,4 тыс. чел., а суммарное количество «лайков» — почти 17,9 млн.

Исходя из приведенных данных, динамику роста популярности блога можно оценить в 21,9 тыс. новых подписчиков и 745,8 тыс. «лайков» от подписавшихся и случайных пользователей ежемесячно.

Чаще всего создательница блога работает с форматом сериалов и иногда показывает своим подписчикам процесс создания необходимого реквизита и авторского тематического образа, а также съемки. Для наглядности сведем все полученные данные в таблицу (табл. 1).

Таблица 1

Блог *vica.che*

№	Название	Формат	Метод продвижения	«Лайки»	Просмотры	Комментарии/репосты
1	Макияж Яги	Процесс + краткие факты	Хештеги: #бабаяга #яга #славянскаямифология #макияжтutorиал	39,7 тыс.	308,6 тыс.	149/60
2	Кокошник: tutorial	Tutorial	Хештеги: #русские сказки #русский-костюм #косплейхак	38,2 тыс.	327,9 тыс.	163/269
3	Локация	«За кадром»	Хештеги: #косплейхак #русские сказки #съёмочнаяплощадка	13,4 тыс.	86,7 тыс.	53/6
4	Диалог Яги и лешего	Тренд	Реакция на тренд. Звук: Ларин — #коляхейтер (оригинальный звук — Скирык)	447,6 тыс.	1,8 млн	607/1079
5	Сказки. Серия 21	Сериал	Хештеги: #русские сказки #бабаяга #еленапремудрая	57,7 тыс.	362,9 тыс.	79/22

Из полученных данных можно сделать вывод, что наиболее популярный формат видео — это повторение тренда. Охваты такого видеоролика во много раз превышают показатели других видео.

Следующий по популярности — сериал. Даже к 21-му эпизоду показатели остаются стабильно высокими. Однако второе место по числу взаимодействий с видео занимает tutorial, у него больше комментариев и репостов. Стоит обратить внимание и на способ продвижения. Их здесь только два, и продвижение через популярный звук оказалось наиболее результативным.

Второй блог, о котором мы поговорим, можно считать экспертным. Его создательница Анна — студентка магистратуры Российского государственного гуманитарного университета, исследовательница роли женщин в истории и писательница, в данный момент готовящая к публикации книгу о царицах. В TikTok Анна известна под именем ainannet. В своем блоге она рассказывает не только о русских правительницах, но и о женских персонажах фольклора: богинях, героинях сказок, богатыршах, нечисти. Первое видео было загружено 10 мая 2020 г., всего на полгода позже, чем у Виктории. Рассмотрим подробнее разницу в охватах двух этих блогов.

На Анну подписаны 466,5 тыс. чел., при этом суммарное количество «лайков» равно почти 15,8 млн. Это немногим меньше, чем у Виктории, но ключевую роль играют условные ежемесячные показатели: 23,3 тыс. уникальных подписчиков и 790 тыс. «лайков» говорят о том, что популярность блога ainannet растет намного быстрее.

В основном блог специализируется на кратких фактах. Анна не снимает сериалы, но ставит небольшие сценки. Она, как ученый и исследователь, предпочитает делиться различными поверьями и историческими фактами, часто репрезентует образ своих героинь посредством костюма и декораций. Представим публикуемый Анной контент в таблице (табл. 2).

Таблица 2

Блог ainannet

№	Название	Формат	Метод продвижения	«Лайки»	Просмотры	Комментарии/репосты
1	Ильин день	Сценка	Хештеги: #история #легенда #русь. Звук: Go_a — Шум (Alex Zadvorniy remix) (оригинальный звук — ISHTAR)	50,2 тыс.	443,8 тыс.	363/68
2	Царевна Несмеяна	Сценка + краткие факты	Хештеги: #история #легенды #легенда #мифы #русь. Звук: polnalyubvi — Спящая красавица	77,3 тыс.	497,4 тыс.	150/276

Окончание табл. 2

№	Название	Формат	Метод продвижения	«Лайки»	Просмотры	Комментарии/репосты
3	Василиса Прекрасная	Сценка	Хештеги: #сказка #русь #василиса #легенда #история. Звук: ICЗРЕАК – Сказка	30 тыс.	237,4 тыс.	116/82
4	Злодейки из фольклора	Подборка	Хештеги: #фольклор #русь #богатыри #история #мифология	299,6 тыс.	3,2 млн	1151/1612
5	Почему мы мало знаем о славянских богах?	Краткие факты	Хештеги: #история #славяне #факты #мифы #realm828Cup (хештег рекламной кампании)	54,5 тыс.	435,5 тыс.	730/273

Наиболее популярным форматом контента в данном блоке оказалась подборка. Это видео продвигалось исключительно за счет хештегов, один из них нетипичен для других публикаций Анны – содержательно широкий хештег #фольклор.

На втором месте находятся краткие факты, совмещенные с форматом сценки; самостоятельные же сценки – небольшие сюжетные видео без познавательной части – вызвали минимальные реакции и взаимодействия. Продвижение через популярные звуки мало отразилось на охватах. Однако сценки оказались популярнее сериалов.

Исследуя тему продвижения, мы создали свой тематический блог (URL: <https://www.tiktok.com/@emoegdeetoa>) и задались целью узнать на собственном опыте, какими методами можно привлечь аудиторию наиболее эффективно.

Итак, для проверки аналитических выкладок, связанных с деятельностью других блогеров, был основан авторский фольклорный проект на платформе TikTok, его работа началась 25 ноября 2021 г. Представленные аналитические данные необходимо считать актуальными на 30 января 2022 г.

Проект задумывался не как экспертный (мы не предлагаем комплекс научных подходов к проблеме), он должен результировать личную заинтересованность в теме и стремление репрезентовать ее максимально привлекательно. Иными словами, целью стало не научить, а заинтересовать.

Для работы над проектом мы использовали достоверные источники, труды ведущих отечественных специалистов в области фольклора и сохранения народной культуры (Л. Н. Виноградова, В. И. Даль, А. Н. Афанасьев), а также задокументированные этнографами результаты коллективного народного творчества: сказки, прибаутки, приметы.

География нашего проекта не ограничена конкретным регионом, славянскую мифологию как материал для работы мы воспринимаем достаточно широко. В наших видео встречаются мотивы как восточнославянского фольклора, так и западнославянского.

Срок ведения нашего аккаунта несопоставим с опытом блогеров с широкой аудиторией (месяцы против двух лет), однако за это время нам удалось достичь определенных успехов. На март 2022 г. на аккаунт проекта подписано 11,9 тыс. человек, суммарное количество «лайков» — около 151,8 тыс. Представим наши данные в виде таблицы (табл. 3).

Таблица 3

Блог емоеagdeetoa

№	Название	Формат	Метод продвижения	«Лайки»	Просмотры	Комментарии/репосты
1	Богинка	Сценка, краткие факты	Хештеги: #slavicmythology #хтонь #богинка #мифология #славянскаямифология #сказки #бестиарий #ведьмак	136,5 тыс.	1 млн	558/459
2	Баба-яга	Сценка, краткие факты	Хештеги: #славянскаямифология #фольклор #баба-яга #русскиеказки #хтонь #ведьмак #бестиарий #сруб. Звук: Сруб — Морок	4,4 тыс.	32,8 тыс.	40/54
3	Русалка	Тренд, краткие факты	Хештеги: #русалка #бестиарий #славянскаямифология #фольклор #slavicmythology. Звук: Green Apelsin — Проклятие русалки (оригинальный звук — improvizatsiya)	300	4,6 тыс.	9/0
4	Что почитать о славянской мифологии	Подборка	Хештеги: #фольклор #славянскаямифология #букток #силаязыка #бестиарий #литература. Звук: Palina — Месяц	929	7 тыс.	10/18
5	За кадром съемок	За кадром	Интерактив: ответ на комментарий. Звук: Radical Face — Welcome Home, Son	369	2 369	9/0

Наибольшее число просмотров (более 1 млн, что значительно превышает средние показатели по аккаунту) собрало видео, посвященное богинке, женскому персонажу западнославянской, в частности польской, мифологии, связанному с послеродовой обрядовой практикой. Материал был оформлен как короткометражный фильм — короткая, срежиссированная история в виде сценки, дополненная текстовым и музыкальным сопровождением.

Богинка — недобрый дух, которым могла стать женщина, умершая беременной, убившая своего ребенка или просто оставшаяся «старой девой». Это существо

представляло опасность для рожениц и младенцев, и в западноевропейской фольклорной традиции (в восточнославянской мифологии схожими качества наделяли банника [Коваль, с. 153]) существует ряд защитных магических практик и ритуальных предметов (например, защита всех входов и выходов из дома пучками зверобоя, повязывание на детские запястья красных нитей или хранение под подушкой роженицы любого металлического предмета) [Кривушина]. Все традиции, связанные с этим мифологическим персонажем, нашли отражение в нашем видео.

Для съемок было создано аутентичное окружение (костюм, интерьер), передающее необходимые эмоции. В таких театрализованных условиях был разыгран сюжет, иллюстрирующий суеверия и обряды, посвященные богинке. Насыщенный визуальный ряд вербализован через сопровождающий текст, поясняющий происходящее в ролике. Кроме богинки, мы выпустили аналогичные видео, посвященные Бабе-яге, лешему, мавкам, но их популярность оказалась значительно ниже.

Комментарии под представленными видео стали площадкой для обмена информацией и собственным познавательным опытом. Образ рассказчика имел для зрителя меньшее значение, чем история, погружающая в содержание фольклорного персонажа и создающая ощущение общности на культурной основе. Зрители находили параллели с культурой своих народов и активно обменивались впечатлениями и наблюдениями, вступали в открытый диалог. Подобное можно заметить почти во всех блогах на тему фольклора.

Возникающие после публикации материала дискуссии обладают двумя образовательными потенциями. Позволяют повысить уровень эрудированности и осведомленности, т. е. познакомиться с зарубежной культурой через ее носителя, а также представить свой опыт партнерам по коммуникации.

В процессе анализа деятельности популярных фольклорных блогеров, а также развития собственного блога стало очевидно, что зрительский запрос на наиболее полную информацию увеличивается по мере роста интереса к представленным персонажам и сюжетам, как следствие, формируется потребность в источниках и фактах, подкрепленных достоверными исследованиями.

Мы опубликовали видео со списком вспомогательной научной литературы, которой пользуемся для создания сюжетов к своим видеороликам. В комментариях зрители начали активное обсуждение и обмен информацией.

Видео представляет собой подборку исследовательских текстов фольклористов, этнографов и историков (В. И. Даль, А. Н. Афанасьев, Н. И. Костомаров и др.) и справочников (Е. А. Грушко). Видеопредставление каждой книги сопровождается анонсом тем и их краткой характеристикой. Для визуализации используются обложки, а также элементы текста и иллюстраций. На момент написания статьи видео было одним из последних и за неделю было просмотрено около 7 тыс. раз. Представленный материал получил широкий отклик среди подписчиков блога: они активно делились информацией с другими пользователями и дополняли предложенный список в комментариях, а также базу текстов на тему фольклора и народной культуры.

Заключение

Исходя из наблюдений, мы можем выделить как наиболее эффективные следующие способы популяризации и продвижения блогов: следование трендам и привнесение на площадку оригинального детализированного контента, выходящего за пределы ожиданий от платформы.

Привлекает внимание аудитории и контент в формате «за кадром». Публикация процесса подготовки любимых и уже многократно просмотренных видео создает у зрителя ощущение причастности к происходящему и повышает уровень лояльности к блогу и непосредственно к автору.

Некоторая информация, представленная в сегменте фольклорного контента, стала причиной конфликтов и долгих дискуссий. Например, многие пользователи озвучивали свои сомнения в подлинности авторских суждений, а под юмористическим видео, созданным в рамках тренда, произошел спор о правильности определения некоторых богов как славянских.

Важны и социальные проблемы, которые нередко становятся центром обсуждения, например, отсутствие качественного высокобюджетного контента на тему фольклора и народной культуры. Короткое видео вызывает любопытство, создает запрос, но крупных медийных продуктов на заданную тематику, существующих в данный момент, оказывается недостаточно, чтобы на него ответить. Помимо этого пользователи отмечают нехватку образовательных материалов в свободном доступе, что затрудняет самостоятельный процесс познания.

Мы предполагаем, что именно это и сделало видео про богинку и исследовательскую литературу популярными в своих поджанрах. Они частично удовлетворяют запрос на визуально насыщенный, продуманный кинематографический контент на тему фольклора и на доступные источники информации.

Опираясь на данные, полученные в ходе исследования тенденций площадки, мы можем охарактеризовать результаты как перспективные. Детальный разбор реакций аудитории и ее социально-психологический портрет могут стать темой для дальнейшего исследования.

Андриевская Ж. В. Сказы о жизни и быте русского народа. Ростов н/Д, 2020. 220 с.

Баркова А. Л. Славянские мифы. От Велеса и Мокоши до птицы Сирин и Ивана Купалы. М., 2021. 248 с.

Богомолова Д. А. Социальная сеть TikTok как элемент интегрированных маркетинговых коммуникаций // Скиф. 2020. № 4 (44). С. 572–576. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnaya-set-tik-tok-kak-element-integrirrovannyh-marketingovyh-kommunikatsiy> (дата обращения: 03.03.2022).

Гордиенко Я. С. Трансформации фольклора в современной анимации России // Театр. Живопись. Кино. Музыка. 2017. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/transformatsii-folklorav-sovremennoy-animatsii-rossii> (дата обращения: 13.03.2022).

Готовцева А. Г., Карпов Э. С. Лингвосемиотические особенности текста в TikTok: «Чужое слово» в новой мультимедийной реальности // *Litera*. 2021. № 4. С. 127–134. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/lingvosemioticheskie-osobennosti-teksta-v-tiktok-chuzhoe-slovo-v-novoy-multimedijnoj-realnosti> (дата обращения: 02.03.2022).

Дворянчиков Я. В., Шепелева Е. С. Роль TikTok в социализации детей и подростков // Форум молодежной науки. 2021. № 6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-tiktok-v-sotsializatsii-detey-i-podrostkov> (дата обращения: 02.03.2022).

Каминская Е. А. Массмедиа в деле актуализации традиционного фольклора // Культурное наследие России. 2016. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/massmedia-v-dele-aktualizatsii-traditsionnogo-folkloga> (дата обращения: 28.02.2022).

Коваль В. И. Мифологические верования восточных славян : пособие по курсу «Славянская мифология». Гомель, 2016. 270 с.

Кривушина С. В. Загадочные существа. М., 2001. 217 с.

Кузоро К. А. Сохранение и популяризация культурного наследия региона сельскими библиотеками (на примере Томской области) // Вестн. КемГУ. 2015. № 2–6 (62). С. 193–197. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sohranenie-i-populyarizatsiya-kulturnogo-naslediya-regiona-selskimi-bibliotekami-na-primere-tomskoj-oblasti> (дата обращения: 03.03.2022).

Ли Юань. Особенности представленности контента о России на китайских самомедиа-платформах (на примере платформы TikTok) // МНКО. 2021. № 5 (90). С. 320–322. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-predstavlenosti-kontenta-o-rossii-na-kitayskih-samomedia-platformah-na-primere-platformy-tiktok> (дата обращения: 03.03.2022).

Рыбаков Б. А. Язычество древних славян. М., 2021. 639 с.

Санникова Т. М. Формы актуализации традиционной народной культуры в современных этнокультурных проектах // Всероссийский конгресс фольклористов : сб. науч. ст. 2019. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formy-aktualizatsii-traditsionnoy-narodnoy-kultury-v-sovremennyh-etnokulturnyh-proektah> (дата обращения: 28.02.2022).

Статья поступила в редакцию 25.03.2022 г.