Загидуллина Марина Викторовна, доктор филологических наук, профессор, ведущий научный сотрудник кафедры теории медиа, Челябинский государственный университет, г. Челябинск, Россия; e-mail: mvzagidullina@yandex.ru, ORCID 0000-0002-4799-1230

ГРАММАТИЗАЦИЯ ЛЮБИТЕЛЬСКОЙ ТРЭВЕЛ-ЖУРНАЛИСТИКИ (НА ПРИМЕРЕ МЕМОРАТИВНОГО ЛАНДШАФТА АРКАИМА)[1]

Статья посвящена вопросам методологии в медиаисследованиях: показано, как концепция грамматизации, предложенная Бернаром Стиглером применительно к платформам (на примере YouTube), может стать инструментом анализа определенных сегментов контента с целью выявления закономерностей стихийно складывающихся тематических кластеров. В качестве эмпирической базы взяты видеонарративы журналистов-любителей, объединенные общим местом путешествий – Челябинский государственный историко-археологический музей-заповедник «Аркаим». Общее количество проанализированных сюжетов – 23. Предложен алгоритм исследования «грамм» (правил) самой технологической платформы, предопределяющих стратегии создателей контента, а также представлена возможная сетка анализа, учитывающая грамматизацию технологической платформы, обеспечивающей циркуляцию контента. Предлагается учитывать конкретный исследовательский вопрос при выборе параметров анализа и отказаться от включения в анализ несущественных для этого вопроса элементов. В результате применения такого подхода получены конкретные, значимые для исследования любительского журналистского сегмента «Аркаим» частотные особенности видеонарративов.

***Ключевые слова**: физическое и социальное пространство, освоение меморативных ландшафтов, грамматизация медиаформатов, трэвел-журналистика, любительская журналистика, видеонарративы.*

Как цитировать: *Загидуллина М. В.* Грамматизация любительской трэвел-журналистики (на примере меморативного ландшафта Аркаима) // Вестник Моск. ун-та. Серия 10. Журналистика. 2024. № 3. С. 63–88. DOI: 10.30547/vestnik.journ.3.2024.6388

Marina V. Zagidullina, Doctor of Philology, Professor, Leading Researcher at the Department of Media Theory, Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia; e-mail: mvzagidullina@yandex.ru, ORCID 0000-0002-4799-1230

GRAMMATIZATION OF AMATEUR TRAVEL JOURNALISM (BASED ON THE EXAMPLE OF THE MEMORATIVE LANDSCAPE OF ARKAIM)

The article is devoted to issues of methodology in media research: it shows how the concept of grammaticality proposed by Bernard Stiegler in relation to platforms (using YouTube as an example) can become a tool for analysing certain segments of content. The empirical basis of the study is the video narratives of non-professional journalists united by a common travel destination (Chelyabinsk State Historical and Archaeological Museum-Reserve "Arkaim"). The total number of stories analysed is 23. An algorithm for studying the "grams" (rules) of the technological platform itself, which determine the strategies of content creators, is proposed, and a possible analysis grid is presented, which takes into account the grammaticalisation of the technological platform and ensures the circulation of content. It is proposed to take into account a specific research question in the choice of analysis parameters and to refuse to include in the analysis elements that are not essential to this question. As a result of the analysis, specific frequency characteristics of video narratives were obtained that are relevant to the study of the amateur journalistic segment "Arkaim".

***Key words**: physical and social space, development of memorial landscapes, grammatization of media formats, travel journalism, citizen journalism, video narratives.*

To cite this article: Zagidullina M. V. (2024) Grammatizatsiya lyubitel'skoy trevel-zhurnalistiki (na primere memorativnogo landshafta Arkaima) [Grammatization of amateur travel journalism (based on the example of the memorative landscape of Arkaim)]. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika 3*: 63–88. DOI: 10.30547/vestnik.journ.3.2024.6388

DOI: 10.30547/vestnik.journ.3.2024.6388

Введение

Теоретическим основанием предлагаемого исследования является теория грамматизации, развиваемая Бернаром Стиглером (вслед за французским лингвистом С. Ару) применительно к аудиовизуальным оцифрованным потокам (Stiegler, 2009). Основная идея Стиглера заключается в том, что собственно алфавитное письмо как способ фиксирования устной речи и дискурсов есть в своей основе такой же процесс «грамматизации» этих форм коммуникации, как на наших глазах проявляющаяся «дискретизация»

современных потоков аудиовизуальной информации цифрового типа. Грамматизация, по Стиглеру, есть способ репрезентации определенной коммуникативной практики (а точнее – коммуникативного ресурса), сутью которого становится узнаваемый, ожидаемый, воспроизводимый порядок подачи информации. Такой порядок улавливается любым участником межличностной коммуникации или письменного текстового обмена – как набор правил, паттернов, фреймов; система знаков и форм их репрезентации ((Stiegler, 2009: 42). Мысль Стиглера представляется обобщением различных подступов к концепту грамматизации как основы понимания (в самом широком цивилизационном смысле) – от утверждений Ф. де Соссюра о случайности языка, поскольку могли бы развиваться и иные семиотические ресурсы (1977), или У. Эко о природе кода, упрощающего и «дисциплинирующего» любую сферу культуры и социальной жизни (2004), вплоть до «грамматологии» Ж. Деррида, рассматривающего все «устное» как чтение ранее «написанного» в сознании (и усматривающего в когнитивном аппарате человека неизбежность «грамм» – записей, которые считываются мыслью, а затем ложатся в основание слов, письмен и прочей «вторичной» письменности – репрезентации когнитивного, предзаписанного в сознании (2000)[2].

При обращении к определенному сегменту современной любительской журналистики представляется релевантным рассмотреть особенности его грамматизации в рамках отдельной платформы, специфика функционирования которой и задает границы такого процесса (то есть предзадает систему правил и ограничений, формирующих определенный набор «грамм» – правил подачи информации). Таким образом, исследовательский вопрос данной статьи может быть сформулирован следующим образом: существуют ли стихийно сложившиеся правила и порядок подачи информации на платформе *YouTube* в части видеопродукции, освещающей повторяющееся действие (на примере видеороликов в жанре трэвел-журналистики, связанной с нарративами о посещении конкретной локации – памятника Аркаим)? Исследовательский вопрос предполагает, что такие правила, именуемые Стиглером «граммы», можно обнаружить при анализе ряда сопоставимых видео. Хотя материал статьи связан с конкретным тематическим сегментом, автор предполагает, что поиск правил-грамм может быть масштабирован на другие тематически определенные сегменты контента не только на изучаемой платформе, но и на других ресурсах.

Эссе Б. Стиглера, пишущего о грамматизации именно применительно к платформе *YouTube* помещено в коллективной монографии, полностью посвященной будущему этой многообещающей платформы всего через четыре года после ее запуска (Snickars, Vonderau, 2009). Само понятие «платформы» теоретизировано в этой монографии как особый феномен «культуры соучастия» (по Г. Дженкинсу), когда вклад каждого расценивается как такое же важное действие, как потребление; иными словами, потребление становится вкладом, что отражено в известном еще с XX в. неологизме *prosumerism*. Б. Стиглер определяет «грамматизирующий потенциал» цифровых интернет-платформ как работу различных технологий, ориентированных на субъекта, например системы радиочастотной идентификации, а также технологии геолокализованного отслеживания. По его мнению, они формируют грамматизированные сети, замыкающие субъектов, чьими объектами они являются (Stiegler, 2009: 43). Тогда в анализе любого сегмента платформенной коммуникации будет важным не только установить «граммы» (каким именно правилам подчиняются просьюмеры, поставляющие новый контент), но и определить их функции (на какую «платформенную» цель ориентирована определенная «грамма»).

Материалом данной статьи выбран такой сегмент *YouTube*-контента, как любительская трэвел-журналистика. Сам этот термин неустойчив; можно обнаружить его синонимы: журналистика путешествий, травелоги и др., о чем пишут многие исследователи (Печерская, Константинова, Богодерова, 2016). Возможно, в случае исследования видеонарративов о путешествиях важнее уточнить специфику понятия «любительская журналистика», в англоязычной академической практике – *citizen journalism* (см. описание дискуссий о терминах в российском научном поле: Почкай, 2016; Сумской, Сумская, 2023). «Международная энциклопедия медиаграмотности» предлагает следующее определение: «Гражданская журналистика – это термин, используемый для описания участия непрофессионалов в создании, анализе и распространении новостей и информации в общественных интересах» (Roberts, 2019: 1). Если в статье Е. П. Почкай подчеркивалась как основание «любительского» характера такой журналистской деятельности «бесплатность» (журналистика как «хобби», имеющая «досуговый» характер), то сегодняшние интернет-коммуникации показывают массовую заинтересованность в монетизации любого контента.

Настроенность производителя контента на монетизацию на платформе *YouTube* позволяет говорить о неизбежной ориентации на «граммы», предопределяющие увеличение просмотров и комментариев как основу такой монетизации. Б. Стиглер подчеркивает, что финансовая сторона «платформизации» должна рассматриваться как одна из предопределяющих все принципы грамматизации. Поэтому всякий анализ контента *YouTube* следует вести с учетом особенностей его монетизации.

Прежде всего, важна политика платформы. *YouTube* отслеживает любые формы заимствований и отказывает в публикации таких видео, а затем и в монетизации каналов, замеченных в «плагиате». Основной принцип платформы – поддержка авторов уникального контента. В этом отношении трэвел-тематика выглядит достаточно привлекательно: личное видеопутешествие даже на самое «растиражированное» место будет точно уникальным. В перспективе анализа особенностей *YouTube* как платформы вызывает интерес влияние политики платформы на выбор тематики: ограничения на видеореференсы снижают саму возможность коллажей, ремиксов и других популярных жанров, основанных на рекомбинации готовых элементов. Трэвел-формы, в свою очередь, сочетают общий (и вневременной) интерес к путешествиям и личный интерес их создателей к попаданию в программу партнерства *YouTube*. А. В. Полонский, исследуя травелоги, акцентирует внимание именно на их маркетинговой составляющей, хотя и в иных аспектах – включая «статусность» автора, имеющего возможность совершить какое-либо далекое, а значит, дорогостоящее путешествие (2015). Но обычно финансовая составляющая не так важна для исследователей. Так, А. Г. Кириллов указывает на два основных параметра сетевого травелога – интенцию автора и собственно структуру повествования (2020). Для В. М. Русакова важны четыре основные функции травелога: семиотическая, праксеологическая, кратологическая, аксиологическая (2015: 173). Как видим, контекстуальные особенности публикации травелога (роль платформ) для исследователей не важны. Но при внимании к этим особенностям анализ конкретных репрезентаций жанра помогает установить значимые закономерности его развития.

Помимо политики – ограничений по содержанию, куда, кроме уникальности, относятся также общеэтические и законодательные нормы, – платформа выдвигает ряд метрических требований к контенту: чтобы стать партнером *YouTube*, то есть получить право

на монетизацию, необходимо набрать 4 000 часов просмотров за последние 12 месяцев и иметь не менее 1 000 подписчиков. Интересно, что требование о просмотрах предполагает гибкость в выборе продолжительности загружаемого контента: хотя доминирует общее предположение, что «успешное видео» должно быть коротким, для платформы *YouTube* это несущественно. Создатель трэвел-контента может ориентироваться на любознательность своей аудитории и предлагать длинные подробные истории, рассчитывая на 4 000 часовых просмотров более, нежели на 80 000 просмотров трехминутного сюжета. Однако это именно теоретически: платформа не ставит ограничений продолжительности контента. Интересно, что в кандидатской диссертации А. Г. Верника о *YouTube* как новом пространстве телевизионных каналов в 2015 г. была обоснована гипотеза, согласно которой успешным на *YouTube* может стать канал, имеющий 20 000 просмотров каждого сюжета, не менее 5 публикаций в сутки со средней продолжительностью три минуты, заработок в партнерской программе не менее 300 тысяч долларов с момента начала работы канала и не менее 15 долларов с каждого сюжета; при этом у самого популярного видео должно быть не менее 25 млн просмотров, а общее число подписчиков канала должно измеряться 500 тысячами человек (2015). Как видим, здесь практические изыскания показали, что короткое видео легче выполняет коммерческие задачи, чем длинное. Но для анализа контента важно, что контент на *YouTube* может быть ориентирован именно на представления самого автора об успешности трэвел-нарратива: краткость, инструктивность или «интригу», вызывающую интерес к открытию новых территорий.

С опорой на самые общие представления о платформе можно построить и формат анализа грамматизации ее конкретного сегмента (в данной статье трэвел-историй, связанных с посещением конкретного места – историко-археологического памятника «Аркаим», расположенного на юге Челябинской области). Цель такого анализа отвечает исследовательскому вопросу – обнаружение констант в контенте различных видео, объединеннных общей тематикой. В свою очередь, инвариантные элементы любительских видео могут способствовать маркированию стихийно сложившихся «горячих точек» при посещении памятника, а также частотных практик освоения территории заповедника и самого отношения к посещаемому памятнику, что может иметь конкретное практическое значение при развитии этой территории и управлении тури-

стическими потоками. Таким образом, ответ на исследовательский вопрос в области коммуникации имеет не только научное значение (систематизация представлений о стихийно складывающемся контенте определенной тематики), но и прикладной аспект в области социального управления.

Исходя из поставленного вопроса потребуется применение ряда фильтров при формировании самой выборки материала анализа. Установление фильтров обусловлено конкретными условиями создания контента и в случае переноса предлагаемой методики на другие виды коммуникационного обмена потребует логического обоснования, основанного на этих условиях. В кейсе анализа видеонарративов о посещении Аркаима, прежде всего, следует установить фильтр конкретного периода времени по загрузке видео (поскольку «граммы» в определенный краткий период времени будут более-менее общими для всех авторов и позволят проанализировать, каким образом разные авторы-путешественники действовали в одних и тех же условиях территории: сами условия путешествия каждый год меняются из-за решения задач развития заповедника); учесть продолжительность видеосюжета (для определения наличия/отсутствия «граммы длительности» контента, что даст возможность проанализировать взаимовлияние авторов друг на друга в рамках «культуры соучастия»).

После отбора материала по предложенным фильтрам следует разработать общую схему анализа видеоконтента с учетом исследовательского вопроса. Так, для обнаружения «грамм» целого сегмента, маркирующих сложившиеся практики освоения памятника и отношения к нему, необходимо установить структурные элементы каждого видео с целью обнаружить композиционные константы, проанализировать общую тональность нарратива. Это наименее поддающийся унификации параметр, который может и не иметь своих правил или «грамм», поэтому задачей аналитика становится «ручной» способ установления закономерностей, как и предполагает обоснованное качественное исследование (Corbin, Strauss, 2015), здесь «грамма» может быть обнаружена в случае очевидности совпадения самых частотных кодов контента. Кодирование содержания относится к наиболее трудоемким и времязатратным процедурам в ходе анализа видео: во-первых, это зачастую голосовое сопровождение, требующее расшифровки; во-вторых, нужна не только расшифровка собственно вербальной составляющей, но и внимание к интонации и другим особенностям просо-

дики; в-третьих, значение могут иметь различные мультимедийные элементы: графика, текстовое сопровождение изображения, анимация, музыка, интершумы и иные составляющие аудиовизуального контента. Эти элементы в одних видео могут играть заметную роль, а в других – отсутствовать или быть незначимыми.

Важно, что само установление значимости/незначимости элемента относится к субъективно-оценочным действиям аналитика и поэтому слабо верифицируется при проведении, например, контрольного кодирования того же сюжета иным исследователем. Фактически анализ грамматизации есть смысл проводить именно на некоторых объемах видео, а не на одном примере. Такой анализ может предшествовать качественному дискурс-анализу, позволяющему выявить частотные идеофреймы определенной тематики, произведенной в конкретный период времени.

Продемонстрируем возможности установления «грамм» такого сегмента на выборке в 23 видеосюжета. Выборка проведена на платформе *YouTube* 1 ноября 2023 г. по фильтру «за последний год» и поисковому слову «Аркаим» с последующим ручным отбором исключительно видеонарративов о путешествии на Аркаим (исключены инструкции, песни у костра, короткие зарисовки и другие жанры). В качестве общеконтекстуального фактора следует отметить, что выборка проведена в момент крайнего ослабления внимания к зарубежному туризму, как ставшему малодоступным россиянам из-за ограничений на прямые перелеты, выдачу виз и др. Внутренний туризм, в свою очередь, не обладает такой притягательностью, как дальний зарубежный, из-за его «домашнего» типа, недостаточной экзотичности. Это также рассматривалось как общий контекст всей выборки. Наконец, третья особенность, учтенная до начала анализа грамматизации, – это сложившиеся в медиапространстве клише репрезентации Аркаима как туристического объекта, среди которых наиболее частотным является обозначение «место силы», предстающее в качестве «таинственного» центра исполнения желаний и исцеления (см., например: https://up74.ru/articles/news/120337/), а также собственно археологическая трактовка места как древнего памятника человеческой культуры, поскольку основа историко-археологического ландшафта – раскоп древнего городища второго тысячелетия до нашей эры. Однако при любой трактовке Аркаим представляет собой мемора-

тивный ландшафт – пространство, сконцентрировавшее в себе некую память о прошлом, имеющем воздействие на настоящее и на самого путешественника, осваивающего этот ландшафт (Нора, 1999). Меморативный ландшафт как теоретическое понятие основательно изучен в российской науке (Вандышев, Веселкова, Прямикова, 2022; Мазур, Магер, 2022). Важно, что видеонарративы о путешествии к такому месту становятся элементом коммуникативно-культурной памяти и сами превращаются в часть общего меморативного сюжета как социокультурного коммуникативного механизма (Мухин, Сумская, 2021). Важно также, что путешествие на Аркаим возможно в любое время года, однако официально туристический сезон длится с мая по сентябрь.

Приведенное выше описание контекста позволяет задать основные векторы наиболее субъективной части анализа, связанной с попытками установить закономерности самого содержания сюжетов как единого коммуникативного акта и предложить следующую модель анализа, направленного на выявление основных «грамм» сегмента платформы:

1) месяц загрузки (соотнести с туристическим сезоном, установить наличие/отсутствие «граммы» активности сегмента);

2) продолжительность сюжета (установить медианное значение и определить, существует ли «грамма» продолжительности в сегменте);

3) композиция нарратива (определить наличие/отсутствие общих для сегмента элементов; исследовательское внимание сосредоточить в большей мере на самих элементах, нежели на их порядке);

4) тональность/интенциональность содержания (установить «граммы» смыслосодержания или отсутствие их грамматизации).

Четвертый раздел остается субъективно открытым для фиксирования самых разных семиотических ресурсов, используемых авторами сюжетов.

Таблица 1

Грамматизация любительских видеосюжетов о посещении Аркаима (2023)

Источник	Месяц	Длительность	Композиция (элементы)	Тональность	Примечания
Аркаим (Экскурсионные технологии) https://goo.su/TUbUkYG	июнь	06:13	Дорога; костер; горы – общий вид и хождение по спиралям; макет Аркаима; природа.	Текст – официальный сайт (Аркаим – место археологического прошлого).	Музыка инструментальная сентиментальная. Съемки поздней осени 2022.
Аркаим, Южный Урал, гора Шаманка: места знать надо! Места знать надо! https://goo.su/z4SWP	октябрь	12:46	Дорога; экскурсия: музей, макет, экспонаты; музей древних производств; обед в кафе – кулинарное шоу; городище; жилище каменного века; курган Темир; мельница (общий вид); долина камней (упоминается, показ заменен историческим парком); поселение сурков; восхождение на Шаманку («гора желаний») с проводником; проход по спирали; общие виды ландшафта.	Текст – официальный сайт, рассказ экскурсовода, рассказ проводника («Невероятный, мистический, фантастический древний город Аркаим»; «Мощная энергия чувствуется»).	Анимированная инфографика. Съемки панорамы ландшафтов с дрона. Съемки осени 2023.
Созерцатель (CentrNHO) https://goo.su/2RYJn	июнь	07:17	Дорога; собака; знахарка (шаман) и исцеляемый на траве; экскурсия и рассказ экскурсовода;	Текст – неофициальный рассказ экскурсовода и размышления ведущей – девочки 10 лет.	Музыка медитативная, этническая (чаши, бубен);

Продолжение таблицы 1

			дорога к городищу и само городище; дольмены на плотине – строит ведущая; опять экскурсовод – врезка с макетом; ускоренная съемка толпы, проходящей по спирали; беседа с местным шаманом; инсталляция на Шаманке (человек сидящий); восхождение на Шаманку; проход ведущей по спирали.	(Древность – прикоснуться к ней и понять себя).	перебивки крупными планами дневника девочки, где она записывает то, что озвучивает за кадром. Съемки 2022 с использованием дрона.
Аркаим. Место, где исполняются желания (Ezoterik Minibaeva) https://goo.su/zmO2KTl	сентябрь	05:02	Рассказ об энергетике.	Место силы – резкой «мужской энергии»	Стендап с эзотериком Леной прерывается панорамными съемками ландшафта.
Ретрит на Аркаим Дмитрий Вед‘ерников https://goo.su/VGpECU	ноябрь	18:07	Интервью с ведущим (анонс); дорога; ландшафт; интерьеры гостиницы, заселение; дорога к сопкам под дождем; скульптуры; восхождение на гору Любви; виды сверху в кругу с участниками в центре спирали; путь к городищу с экскурсоводом; закадровый голос – психология личности и выхода к себе-творцу; памятник – фон рассуждений ведущего.	Текст о способах прорыва к своему настоящему «я» как «вселенной, выразившейся ненадолго в человеке».	Музыка торжественно-волнующая. Май 2023.

Продолжение таблицы 1

Аркаим – мистическое место нашей планеты / Гора желаний / ЛЕС ЗАБВЕНИЯ В КОТОРОМ ПРОПАДАЮТ ЛЮДИ!!! Саша и Маша (Отнулядоста) https://mobz.cc/cux2	март	13:07	Краткий анонс всего содержания; дорога; пикник; купание в Караганке; посещение жилищ древнего человека (их ошибочно принимают за Аркаим); магазинчики; написание желаний; подъем на гору Любви; лес забвения (сопка позади горы); гора Шаманка; гора Покаяния; встреча с кришнаитами; дорога домой.	Аркаим «без подготовки» (следуй советам бывалых, место классное).	Закадровый голос, вставки реплик других участников, музыка спокойная и иногда саспенс. Съемки лета 2022.
ПОЕЗДКА В АРКАИМ* VLOG 08.07.23 Belka Play https://clck.ru/38FS33	июль	18:03	Посещение Пряткино; мельница; казачья усадьба; толпа народу на входе в нижний лагерь; восхождение на Шаманку; камень здоровья.	Аркаим «без подготовки» (Поедем в заброшенный город Аркаим – говорят, красивое место... Прекрасное место!).	Видимо, съемка с телефонов, в основном – проходки героев.
Аркаим Город Солнца, множества новых встреч и безграничных возможностей https://clck.ru/38FVgj	июнь	09:14	Дорога (автобус из Казани); фотоколлаж – из Александровки (отель «Солнечный странник»); фото «Я встретила плазмоидов из созвездия Лиры»; видео «Игра на варгане»; медитация на Семи печатей (гало вокруг солнца); медитация на дыхание сердцем в долине камней; длинные съемки обряда шаманского прощания.	Аркаим – место очищения и силы.	Текст: «Плеяденская школа “Сотворение”». Съемки – ранняя весна 2023 (апрель).

Продолжение таблицы 1

Загадки древнего города Аркаим: исследование тайн прошлого. ОБЗОР ДРЕВНЕГО ГОРОДА ОТ СКЕПТИКА Катя Горбунова https://clck.ru/38FVuE	август	05:50	Предисловие: Егор требует обзор; анимационные вставки; флэшбек: «закончила университет в 2022 и мы решили съездить в загадочный город» – фото выпускного; Шаманка... и дорога домой; наступило лето 2023 и поехали снова; дорога; восхождение на гору Любви; фотографировались с двуликим со старшей стороны; дорога.	Текст за кадром: туда ездят экстрасенсы подзарядиться, они и построили спирали; вторая поездка – утвердить мысль, что это святое место.	Музыка медитативная.
Прогулка по заповеднику Аркаим Алена Карель https://clck.ru/38FXLr	август	09:55	Камни в лавках; видео с голосами за кадром (обсуждают камни); мостик; вода; резкое замечание ребенку и отказ покупать ему сувениры.	Показать разнообразие камней и оберегов.	Нет никаких сопровождающих пояснений.
Аркаим – место возможностей. Тур с агентством* Беркана. Наталья FD https://clck.ru/38FamX	август	09:49	Предисловие: рассказ о турагентстве (ездили в Окунево – понравилось); Аркаим; дорога от Екатеринбурга; остановка в устье Утяганки; подъемы на разные сопки; дольмены на плотине («каждый кладет камушек на камушек – вносит лепту в строение заповедника»); семь печатей – медитация (прошли 10 гор); дорога домой.	Место очищения.	Перемежается фотоколлажем с музыкой, много фото трав и цветов, Читает по блокноту («Ничего не могу запомнить»), В Аркаиме – город с колодцами, печами, погребами. Аркаим осваивать начали в 1991, после визита Глобы, а потом Задорнов в 2008 снял фильм, его надо обязательно посмотреть.

Продолжение таблицы 1

В Аркаим! На Шаманские выходные! Natka Forest life https://clck.ru/38Hpm4	август	13:36	Селфи-стендап; после 4 минутной речи – показ места проживания (Солнечный странник); показ еды в кафе; торговая улица; нижний лагерь, где уже снесены вагончики; рассказ о роднике на Чеке (который исчез, когда им стали коммерчески пользоваться, и вернулся, когда коммерсант разорился); рассказ о нововведениях на Аркаиме («энергия меняется в худшую сторону»); дорога домой.	Стендап с проводником Натальей: объяснение идеи шести шаманских выходных по самоочищению.	На фоне степи, на вершине Шаманки. Ветер. Сила Аркаима – километров 50 дороги в начале очень тяжело прорваться. Август 2023.
Аркаим за пару часов Елена Трофимова https://clck.ru/38Hrbm	апрель	08:50	Дорога на Аркаим; въезд в нижний лагерь; подъем на Шаманку; проход по спирали; спуск; проход по плотине у дольменов; сувенирная лавка; перекус у машины; отъезд (дорога из Аркаима).	Рассказ об Аркаиме с официального сайта. Краткий ироничный рассказ об эзотерике («Мы не являемся поклонниками данных учений, просто притягиваем к себе все хорошее...»).	Голос за кадром под музыку читает тексты. Текст на экране: «Очень сильный ветер».
Аркаим. Всё меняется. Natka Forest life https://clck.ru/38HsF4	август	05:35	Показ панорамы с вершины Шаманки на восходе солнца; ведущая прогоняет молодых грачей с вершины; дорога из Аркаима.	Закадровый голос автора – восхищение степью, тишиной, простором, возможностью видеть на 70 км вокруг (показывает гору Чеку).	В конце видео прикреплен фрагмент с дорогой из предыдущего видео этого же автора.

Продолжение таблицы 1

Сакральный тур в "Стране Городов", Аркаим, 10-16 октября 2022 года. Видеообзор. Yura Z. https://clck.ru/38HuNK	март	07:02	Без комментариев и подписей – дорога; люди лежат на траве; восхождения на горы; змея; паук; крупные кадры берез, роняющих листья, переход через реку без обуви; попытка воспользоваться очками виртуальной реальности; обливание холодной водой из реки на берегу.	«Участник тура создал видео для передачи атмосферы».	Музыка медиативная В комментарии к видео: «Комментарии отсутствуют, подписи к объектам на видео тоже отсутствуют. Участник тура создал видео для передачи атмосферы. Остальное можно узнать и прочувствовать лично в туре!».
Горизонты Аркаима Владимир Нефедов	июль	11:57	Дорога; мопед; ведущий указывает на ложбину и говорит, что там и есть городище (ошибочно); заезд в Черкасово («Марокко 70-х – корова, клуб, ни души»); указывает на горы (одна Крутая, а вторую не знает); рассказ о том, что забирался туда (там женщины сели в кружок и книгу стали читать – «беда». Прихода ждут? Напрасно ждут); вид с горы Любви; туристы («Вот они, страждущие»); панорама заката; табличка «Гора Аркаим»; панорамное видео («На километры, десятки километров видно вокруг. Красота! А то – горы, горы.... Толку от этих гор никакого. Степь мне нравится»).	«Это работает как триггер – кому-то картина, кому-то бутылка водки, а кому-то на гору забраться и прислониться к единственной березке... Люди, кто надеется, что что-то им откроется... Просто у каждого есть свой путь. Тут запах специфический – коктейль, он и активирует в мозгу деятельность... Страждущие... Человек и в сосновом лесу может все понять... Но в принципе все красиво». «Аркаим – никакой энергии нет, но красота степи да».	«Степь. Тишина. Птичка поет. И бубен слышно в Аркаиме». Съемки июля 2023.

Продолжение таблицы 1

Аркаим июль 2023□ Место, где намерения высказывает душа ♥□ TARO □ □ с Еленой https://clck.ru/38J2Dt	июль	19:47	Предисловие (длинное селфи-видео с кратким рассказом о том, что постигала место интуитивно, ничего о нем не знала); дорога (слушают музыку); длинные фрагменты видео (идут по каменистым уступам на городище без экскурсовода среди инсталляции «Животные Аркаима».Пытаются угадать, какая часть раскопа что означает; видео боев-реконструкций (фестиваль); костер и песни у костра).	«Место силы», энергии и очищения.	В предисловии говорит, что хотела подобрать музыку, но поняла, что лучше все оставить так, как записалось. Фестиваль «Пламя Аркаима».
МОЯ ЭСТЕТИЧНАЯ ПОЕЗДКА В АРКАИМ 2023 Softutub https://clck.ru/38J48U	июль	06:15	Экранный текст без голоса; дорога из Шадринска через Южноуральск, отдельные виды; Аркаим: горы Крутая, Чека, Здоровья (подъемы и спуски с подписями «Поднимаюсь на гору... Уже спускаюсь с горы...»; приготовление плова («Немного АСМР»); пейзажи и панорамы, сильный дождь; ночная дорога (Ездили в горы ночью).	Место отдыха и расслабления.	Тихая инструментальная музыка на протяжении всего сюжета.
перезвон солнц | летнее солнцестояние на аркаиме мавра https://clck.ru/38J4mv	август	05:06	Панорама Аркаима; восход; ночь, луна (место жительства – гора Богатства); восхождение на гору (пьют габу); восход; тепная дорога в небо.	Место очищения и пути к себе	Духовная эзотерическая музыка на протяжении всего видео, пояснения только под видео.

Продолжение таблицы 1

Аркаим 2023год Гафур Сайфуллин STIHL180 https://clck.ru/38JKJV	июнь	11:43	Подъезжает машина к стоянке памятника; панорама нижнего лагеря; восход на Шаманке; каменный дольмен на плотине; вид с горы Любви, река, переправа; люди делают фото на мосту; сувениры (торгуются с продавцом); скульптура плодородия у диспетчерской; таблички (Горн для обжига, Выставка); керамика у торговцев; обзор (без слов, показ) всего, что можно увидеть у диспетчерской; подробный показ оберегов и подписей к ним; панорама лагеря – стоянка машин; Шаманка, по которой ходит большая толпа.	Аркаим – это «тихая родина».	Музыка спокойная, медитативная, песня под гитару. В момент восхода музыка приглушена, потом играет опять. Без звукового сопровождения вся середина ролика. Последние три минуты – та же песня. Солнцестояние 2023.
Vlog/ поездка на Аркаим□ □ □ ellalii_w	июнь	05:15	Дорога; степь; показ домика изнутри («Заселялись – и я вспомнила лагерь»); первая гора – Прощения (ходят по спирали. Поясняет: «непонятно было, но мне сказали, что делать, и я прошла»); обливание водой из реки («Кто хотел – облился, я не стала»); гора Банк, несколько практик (сидят в кругу: «Заряжали свои вещи, я – пятирублевую монету». Встречали рассвет в 4 часа утра); гора Разума (поднимались на нее спиной босиком – доверие горе).	«Меня попросили сделать отчет о путешествии».	Анимация – карта «Уфа–Аркаим» – сопровождается инструментальной музыкой и закадровым рассказом.

Окончание таблицы 1

			Медитации и практики; гора Счастья (Здоровья), медитации и практики (свободное время – пошли на базарчик и ели мороженое. На следующий день восход встречали на Шаманке); гора Любви (несколько практик, медитация, а потом проходили дорожку по гвоздям); видео с героиней (также за кадром обещает полное видео проходки по гвоздям выложить в Телеграме); гора Семь Печатей («Там мы всех за все благодарили, сделали несколько практик, пели песни и получили в подарок миленькие фигурки»; дорога домой.		
Аркаим. Апрель. Перед началом сезона Natka Forest life https://clck.ru/38JjD9	апрель	18:49	Дорога, рассуждение о долгом пути (от Тюлюка); обзор пространства; жилище автора, истории о том, как дверь захлопнулась; дорога в нижний лагерь, подробный рассказ о быте на Аркаиме (вагончики, палатки, туалет, души, цены на услуги); по ходу рассуждает о бесхозяйственности и безответственности, рассматривает щиты-указатели; столики, навесы, розетки и т. п.; торговые ряды. («Идешь как по городу-призраку». «Лет пять назад здесь все сгорело». «Дальше Александровка»).	Это лучшее место для восполнения энергии.	
АРКАИМ. Семинар-экспедиция 11-17 сентября 2023 г. Школа Космоэнергетики "АНТАРЭС" https://clck.ru/38JkPq	сентябрь	04:19	Встреча восхода; коллаж фото и видео: панорамы, групповые фото, практики, восхождение на горы, пейзажи, камни, люди в расселинах, скульптуры, фото отдельных участников, река, грибы, костры, шаманский обряд с бубном.	Место расслабления и обретения покоя.	Музыка спокойная, затем психоделическая этническая. Без слов и комментариев.

Первые два параметра позволяют выявить определенные закономерности материала. Активность сегмента в целом соотносится с туристическим сезоном, видео выкладываются активнее всего летом (в августе выложено 6 видео, в июне – 5, в июле – 4, в марте, сентябре, апреле – по 2, в октябре и ноябре – по 1). «Граммой» можно назвать летний период, когда авторы выкладывают в том числе и видео, снятые весной или осенью. Очевидно, что частотность этого параметра позволяет судить о влиянии платформы на сами действия пользователей: выкладка осуществляется не в момент создания видео, но в «высокий сезон», когда растет интерес к Аркаиму и активизируется поиск информации в сетях. Следовательно, закономерность может рассматриваться как существенная в рамках общей тактики «охоты» за просмотрами и лайками.

Длительность видео составляет не менее 4 и не более 20 минут; средняя продолжительность – 10:09, при этом медианное значение не намного отличается от среднего (09:14). Таким образом, просматривается «грамма» длительности видео в сегменте. Примерно за 10 минут автор сообщает о своем путешествии и доносит до зрителя желаемую интенцию. Можно заключить, что продолжительность рассказа о посещении Аркаима укладывается в принцип «9±1» – «универсального» правила предельного удержания внимания, такая продолжительность позволяет авторам собрать все, с их точки зрения, интересное. Следовательно, такой «граммой» авторы принуждены соблюдать правило платформы как обменника видеосюжетами, рассчитанными на публику; можно было бы предположить, что такая продолжительность признается «полезной» для той же задачи увеличения вовлеченности аудитории.

Далее от общих (форматных) параметров переходим собственно к содержанию. При этом третий параметр требует дополнительной работы в рамках обоснованной теории: фактически набор элементов отражает репертуар действий посетителей и обнаруживает «граммы» контента в случае упорядочивания данных в количественном отношении.

Таблица 2

Элементы композиции видеосюжетов

Элемент видеонарратива	Число видео	% к общему числу
Панорама степи	23	100
Дорога на Аркаим (автомобильная трасса)	17	74
Гора Шаманка (восхождение / проход по спирали / вид с горы)	17	74
Река (купание / обливание / виды / переход через мост)	14	61
Природа крупным планом (насекомые / змеи / растения / грибы)	9	39
Торговые ряды и палатки (камни / обереги / сувениры)	8	35
Еда (пикник / кафе / приготовление / перекус)	7	30
Гора Любви (восхождение / спираль / вид, открывающийся с вершины горы)	6	26
Скульптуры Бориса Качеровского	6	26
Гора Крутая / Разума (упоминания / панорама / восхождение)	6	26
Восход солнца	5	22
Городище Аркаим (археологический раскоп)	5	22
Дольмены на плотине (сами авторы строят / показ крупным планом)	5	22
Костер	4	17
Шаманские обряды (интервью с шаманом / игра на инструментах / обряд с его участием)	4	17
Макет Аркаима	4	17
Долина камней	3	13
Гора Чека (упоминания / панорама / восхождение)	3	13
Музей Природы и Человека	2	9
Музей древних производств	2	9
Жилище каменного века	2	9
Мельница (учтено только целенаправленное включение элемента)	2	9
Хождение по гвоздям	2	9
Заряжение предметов	2	9
Скульптура плодородия	2	9
Лес, березовая роща	2	9
Инсталляция «Человек сидящий»	1	4
Каменные расселины (люди в них)	1	4
Курган Темир	1	4

Окончание таблицы 2

Нижний лагерь как объект наблюдения	1	4
Гора Банк (упоминания / панорама / восхождение)	1	4
Гора Аркаим (упоминания / панорама / восхождение)	1	4
Гора Богатства (упоминания / панорама / восхождение)	1	4

Согласно данным таблицы 2, на фоне многообразия элементов выделяется один ключевой – панорама степных просторов. Этот элемент включен даже в нарративы, полностью рассказанные в селфи-видео. Панораму степи можно считать «граммой» композиции в данном сегменте любительской трэвел-журналистики. Помимо нее, более половины отсмотренных материалов включают еще три элемента: собственно дорогу на Аркаим (движение по трассе на автомобиле или в автобусе, вид дороги из окна движущегося транспорта), а в пространстве самого памятника два пространственных объекта – гору Шаманку и реку Большую Караганку. Как бы ни строилось повествование об Аркаиме, содержащем десятки объектов, необходимыми окажутся эти два. Кроме того, описание полного репертуара элементов содержания помогает выявить наименее актуализированные элементы меморативного ландшафта: например, маргинальное место занимают музей Природы и Человека, курган Темир; хотя в видео попадают менгиры, на них внимание не заостряется и нет объяснений их происхождения и древности. Эти наблюдения открывают возможность составления карт освоения меморативного ландшафта, а также вопросов дальнейшего продвижения собственно музейной материальной культуры и ее символического капитала. Возвращаясь к грамматизации любительских видеонарративов, важно отметить, что набор элементов тесно связан с четвертым параметром – интенцией авторов, общей тональностью сюжетов.

Хотя для более глубокого выявления тональности значим метод дискурс-анализа, позволяющий извлекать скрытые смыслы высказываний, при использовании грамматизации как инструмента важно остановиться на эксплицитной тональности, заявленной авторами с помощью различных семиотических ресурсов (частотно – на уровне прямых высказываний, в некоторых случаях – на уровне интонаций и просодики). В таблице 1 в четвертом столбце приведена основа определения тональности видеосюжета. В таблице 3 представлена «стяжка» вариантов (в некоторых видео звучало по два-три объяснения интенции автора).

Таблица 3

Общая тональность сюжетов

Тональность (возможно несколько вариантов)	Число сюжетов
Атмосферное место покоя	6
Место очищения	5
Место силы/энергии	5
Древность (прикоснуться к ней и понять себя)	3
Место прорыва к своему настоящему «я»	3
Место классное, прикольное	3
Красивое место	3
Место камней и оберегов	2

Тональность фактически не позволяет выявить «грамму»: у создателей сюжетов об Аркаиме нет «предзаданной» задачи изобразить памятник в своем сюжете каким-то определенным образом. Однако вызывает интерес перевес «покоя» над «энергией». Если считать, что покой, очищение, прорыв к себе по сути выступают взаимозаменяемыми обозначениями тихого созерцательного досуга, то вместе они образуют группу в 17 сюжетов, что заставляет думать о фактическом формировании «граммы» созерцательного покоя и медитативности, которые производит это пространство – и повествователи о нем в своих сюжетах. В доминировании «покоя» над активным и вдумчивым освоением памятника как пространства исторических знаний, выявляемом как определенная константа любительских видеонарративов, также можно усматривать определенный симптом маргинализации собственно историко-меморативного «производства пространства». Закрепляясь в видеопродукции, эта маргинализация становится все более значимой – и опасной – для политики развития территории как пространства трансфера археологических знаний и интерпретаций.

Таким образом, сама платформа, на которую выгружаются видео, диктует ряд правил, которым создатели контента следуют; однако в части необходимости производства уникального контента неизбежно попадают под определенные ограничения. Как бы авторы ни стремились быть «непохожими на других», пространство меморативного ландшафта неизбежно подчиняет их интенции определенному числу возможных смысловых интерпретаций, включая их в «налаженное» культурное производство. Это особенно заметно в анализе видео, создатели которых хотели бы отстраниться от мейнстрима: так, в видео о «загадках Аркаима» автор в заглавие выносит роль «скептика», но убеждает

зрителя по ходу сюжета, что это «святое место»; автор сюжета о «Горизонтах Аркаима» с нескрываемой иронией и издевкой рассуждает о «страждущих» (туристах, верящих в «силу» места), однако посвящает несколько минут видео пейзажам и красоте степи, заключая, что это «красивое место». Любительская трэвел-журналистика, таким образом, работает в рамках определенных фреймов не в силу того, что авторы ориентируются друг на друга, но из-за существования «грамм» пространства, предопределяющих повествование о них.

Выявление набора грамм *YouTube* – разумеется, применительно именно к конкретному сегменту – актуализирует вопрос о разных кодах грамматизации в связи с разными платформами. Так, представляется очевидным, что видеоистории платформы «ВКонтакте» (*VK* Клипы) устроены совершенно иначе и «не пускают» те граммы, что были выявлены при анализе *YouTube,* в свою морфологию (вертикальная ориентация под мобильные экраны, предельная краткость – до 60 секунд). В сообществах этой платформы принята практика вставлять ссылки на ролики на *YouTube*, а сами посты использовать как драйверы этого контента. Собственно «вконтактные» клипы с подобной рассмотренному выше кейсу тематикой требуют специального исследования и установления тех «грамм», которые предопределяют отбор авторами конкретного видеоматериала.

Теория грамматизации платформ, предложенная Б. Стиглером (и в определенном смысле оставшаяся на периферии научной мысли), может быть инструментализована и включена в алгоритмы анализа не только технологических условий существования современного контента и информационного обмена, но и шире – в анализ коммуникации как таковой. Попадая в пространство мемориативного ландшафта, путешественник невольно оказывается частью общей машины его культурного производства (Лефевр, 2015), а его собственное высказывание становится непротиворечивым продуктом такого производства – так же, как в концепции грамматизации Б. Стиглера важен тезис о неразличимости субъекта и объекта, постоянно меняющихся ролями в условиях просьюмеризма платформ.

Примечания

[1] Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (совместно с Челябинской областью) № 23-18-20098, https://rscf.ru/project/23-18-20098.

[2] Подробное описание научных истоков теории Стиглера излагается, например, в статье: Загидуллина, 2018.

Библиография

Вандышев М. Н., Веселкова Н. В., Прямикова Е. В. Меморативный ландшафт: концепция и опыт применения // Социология власти. 2022. Т. 34. № 1. С. 69–94.

Верник А. Г. Социальная сеть YouTube как площадка для продвижения и монетизации контента мировых телеканалов: дис. ... канд. филол. наук. Челябинск, 2015.

Деррида Ж. О грамматологии / пер. и вступ. ст. *Н. Автономовой*. М.: Ad Marginem, 2000.

Загидуллина М. В. Алгоритм мультимодального дискурс-анализа любительских видеонарративов (к вопросу о материализации идентичности) // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2023. № 4 (50). С. 66–78. DOI: 10.47475/2070-0695-2023-50-4-66-78

Загидуллина М. В. Грамматизация как философско-теоретический подход к изучению языка и речи электронных массмедиа // Медиалингвистика. 2018. № 5 (3). С. 273–286. DOI: 10.21638/spbu22.2018.302

Кириллов А. Г. Травелог как жанр дискурса блогосферы // Вестн. Международного института рынка. 2020. № 2. С. 59–63.

Лефевр А. Производство пространства / пер. с франц. *И. Стаф*. М.: Strelka Press, 2015.

Меморативные ландшафты малых городов России и Польши: сб. научных трудов / под ред. *Л. Н. Мазур, Д. Магер*. Екатеринбург: Изд-во Уральск. ун-та, 2022.

Мухин М. Ю., Сумская А. С. Модель межпоколенческой трансляции коммуникативно-культурной памяти в условиях цифровой медиасред // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2021. № 4 (42). С. 53–65. DOI: 10.47475/2070-0695-2021-10406

Нора П. Проблематика мест памяти // Франция-память. СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 1999. С. 17–50.

Полонский А. В. Травелог и его место в современной журналистике // Вестн. Тверск. гос. ун-та. Сер.: Филология. 2015. № 1. С. 207–215.

Почкай Е. П. Перспективные направления теории любительской журналистики // Приоритетные научные направления: от теории к практике. 2016. № 26–1. С. 20–26.

Русаков В. М. Травелог // Дискурс-Пи. 2015. № 3–4 (20–21). С. 172–173.

Русский травелог XVI–XX веков: маршруты, топосы, жанры и нарративы: колл. монография / под общ. ред. *Т. И. Печерской, Н. В. Константиновой, А. А. Богодёровой*. Новосибирск: НГПУ, 2016.

Соссюр Ф. де. Курс общей лингвистики. Труды по языкознанию. М.: Прогресс, 1977.

Сумская А. С., Сумской П. Ф. Любительская журналистика как ресурс трансфера коммуникативно-культурной памяти // Динамика медиасистем. 2023. Т. 3. № 1. С. 396–403.

Хальбвакс М. Коллективная и историческая память // Неприкосновенный запас. 2005. № 2–3. С. 8–27.

Эко У. Отсутствующая структура: Введение в семиологию / пер. с ит. *В. Резник, А. Погоняйло*. СПб.: Symposium, 2004.

Corbin J., Strauss A. (2015) *Basics of Qualitative Research, Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory* (4th ed.). Sage Publishing.

Roberts J. (2019) Citizen journalism. In R. Hobbs and P. Mihailidis (eds.) *The international encyclopedia of media literacy*. John Wiley & Sons, Inc. Pp. 1–10. DOI: 10.1002/9781118978238.ieml0027

Snickars P., Vonderau P. (eds.) (2009) *The YouTube Reader*. Vilnius: Logotipas.

Stiegler B. (2009) The Carnival of the New Screen: From Hegemony to Isonomy In Snickars P., Vonderau P. (eds.) *The YouTube Reader*. Vilnius: Logotipas. Pp. 40–59.

Notes

The study was supported by a grant from the Russian Science Foundation (with the Chelyabinsk region) No. 23-18-20098, https://rscf.ru/en/project/23-18-20098/

References

Corbin J., Strauss A. (2015) *Basics of Qualitative Research, Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory* (4th ed.). Sage Publishing.

Derrida J. (2000) *O grammatologii* [On grammatology]. Moscow: Ad Marginem Publ. (In Russian)

De Saussure F. (1977) *Kurs obshchei lingvistiki. Trudy po yazykoznaniyu* [General linguistics course. Works on linguistics]. Moscow: Progress Publ. (In Russian)

Eco U. (2004) *Otsutstvuyushchaya struktura: Vvedeniye v semiologiyu* [The missing structure: introduction to semiology]. Sankt-Peterburg: Symposium Publ. (In Russian)

Halbwachs M. (2005) Kollektivnaya i istoricheskaya pamyat' [Collective and historical memory]. *Neprikosnovennyi zapas* 2–3: 8–27. (In Russian)

Kirillov A. G. (2020). Travelog kak zhanr diskursa blogosfery [Travelogue as a genre of blogosphere discourse]. *Vestn. Mezhdunarodnogo instituta rynka* 2: 59–63. (In Russian)

Lefebvre A. (2015). Proizvodstvo prostranstva [Production of space]. Moscow: Strelka Press. (In Russian)

Mazur L. N., Mager D. (eds.) (2022) *Memorativnyye landshafty malykh gorodov Rossii i Pol'shi*: *sbornik nauchnykh trudov* [Memorial landscapes of small towns in Russia and Poland: collection of scientific papers]. Yekaterinburg: Izdatel'stvo Ural'skogo universiteta. (In Russian)

Mukhin M. Yu., Sumskaya A. S. (2021) Model' mezhpokolencheskoy translyatsii kommunikativno-kul'turnoy pamyati v usloviyakh tsifrovoy mediasred [Model of intergenerational translation of communicative and cultural memory in the conditions of digital media environments]. *Znak: problemnoye pole mediaobrazovaniya* 4 (42): 53–65. DOI: 10.47475/2070-0695-2021-10406 (In Russian)

Nora P. (1999). Problematika mest pamyati [Problems of places of memory]. In *Frantsiya-pamyat' [France-memory]*. Saint Petersburg: Saint Petersburg State Univ. Publ. Pp. 17–50. (In Russian)

Pecherskaya T. I., Konstantinova N. V., Bogodorova A. A. (eds.) (2016). *Russkiy travelog XVI–XX vekov: marshruty, toposy, zhanry i narrativy:* koll. monografiya [Russian travelogue of the 16th–20th centuries: routes, topoi, genres and narratives: collective monography]. Novosibirsk: Novosibirsk State Univ. Publ. (In Russian)

Pochkay Ye. P. (2016) Perspektivnyye napravleniya teorii lyubitel'skoy zhurnalistiki [Promising directions in the theory of amateur journalism]. *Prioritetnyye nauchnyye napravleniya: ot teorii k praktike* 26–1: 20–26. (In Russian)

Polonskiy A. V. (2015). Travelog i yego mesto v sovremennoy zhurnalistike [Travelogue and its place in modern journalism]. *Vestn. Tversk. gos. un-ta. Ser.: Filologiya* 1: 207–215. (In Russian)

Roberts J. (2019) Citizen journalism. In R. Hobbs, P. Mihailidis (eds.) *The international encyclopedia of media literacy*. John Wiley & Sons, Inc. Pp. 1–10. DOI: 10.1002/9781118978238.ieml0027

Rusakov V. M. (2015). Travelog [Travelogue]. *Diskurs-Pi* 3–4 (20–21): 172–173. (In Russian)

Snickars P., Vonderau P. (eds.) (2009) *The YouTube Reader*. Vilnius: Logotipas.

Stiegler B. (2009) The Carnival of the New Screen: From Hegemony to Isonomy In Snickars P., Vonderau P. (eds.) *The YouTube Reader*. Vilnius: Logotipas. Pp. 40–59.

Sumskaya A. S., Sumskoy P. F. (2023) Lyubitel'skaya zhurnalistika kak resurs transfera kommunikativno-kul'turnoy pamyati [Citizen journalism as a resource for the transfer of communicative and cultural memory]. *Dinamika mediasistem* 3 (1): 396–403. (In Russian)

Vandyshev M. N., Veselkova N. V., Pryamikova Ye. V. (2022). Memorativnyy landshaft: kontseptsiya i opyt primeneniya [Memorative landscape: concept and experience of application]. *Sotsiologiya vlasti* 34 (1): 69–94. (In Russian)

Vernik A. G. *Sotsial'naya set' YouTube kak ploshchadka dlya prodvizheniya i monetizatsii kontenta mirovykh telekanalov* [Social network YouTube as a platform for promoting and monetizing the content of world TV channels]. Chelyabinsk, 2015. Pp. 318. (In Russian)

Zagidullina M. V. (2023). Algoritm mul'timodal'nogo diskurs-analiza lyubitel'skikh videonarrativov (k voprosu o materializatsii identichnosti) [Algorithm for multimodal discourse analysis of amateur video narratives (on the issue of materialization of identity)]. *Znak: problemnoye pole mediaobrazovaniya* 4 (50): 66–78. DOI: 10.47475/2070-0695-2023-50-4-66-78 (In Russian)

Zagidullina M. V. (2018). Grammatizatsiya kak filosofsko-teoreticheskii podkhod k izucheniyu yazyka i rechi elektronnykh massmedia [Grammarization as a philosophical and theoretical approach to the study of language and speech of electronic mass media]. *Medialingvistika* 5 (3): 273–286. DOI: 10.21638/spbu22.2018.302 (In Russian)

Поступила в редакцию
15.05.2024