

Г.И. Зверева

*доктор исторических наук, профессор,
заведующий кафедрой истории и теории культуры РГГУ
galazver@mail.ru*

«МОЙ ЛЮБИМЫЙ ГОРОД»: СТОРИТЕЛЛИНГ В РУССКОЯЗЫЧНЫХ ЛЮБИТЕЛЬСКИХ ВИДЕО НА YOUTUBE

На платформе YouTube имеется огромный массив видео рядовых пользователей из разных регионов России с рассказами о своем родном городе. Цель статьи – рассмотреть характерные черты построения таких цифровых рассказов, акцентируя внимание на нарративной структуре и языке аудиовизуального сторителлинга. Основу исследования составляют любительские видеоролики о небольших провинциальных российских городах. Критериями отбора является авторство видео (создатели видео называют себя жителями этих городов) и популярность таких видео у рядовых пользователей YouTube. Изучение видеорассказов о родном городе проводится с помощью мультимодального нарративного и дискурсивного анализа. Фокус исследования составляет выявление специфики визуальной репрезентации городского пространства, значимых мест и символов города. Любительские видеостории о родном городе, как правило, строятся по общим основаниям с использованием стандартных языковых средств. В статье рассматриваются признаки формульности таких мультимодальных рассказов и их дискурсивные особенности. Важное место отводится обсуждению причин популярности видеорассказов о родном (любимом) городе в русскоязычных зрительских аудиториях YouTube.

Ключевые слова: цифровой видеорассказ, нарративная структура, язык сторителлинга, визуальная репрезентация городского пространства, зрительское восприятие

The YouTube platform has a huge array of videos of ordinary users from different regions of Russia with stories about their hometown. The purpose of the article is to consider how such digital stories are constructed, focusing on their narrative structure and language of audiovisual storytelling. The research is based on amateur videos about provincial Russian cities. The selection criteria are the authorship of the video (the creators of the video call themselves residents of these cities) and their popularity. The main methods of studying these texts are multimodal narrative and discursive analysis. The focus is on the specifics of the visual representation of urban space, significant places and symbols of the city. Amateur video stories about the hometown, as a rule, are built on common grounds using standard language tools. The article discusses the signs of the formularity of such multimodal stories and their discursive features. An important place is given to the discussion of the reasons for the popularity of video stories about a native (beloved) city in Russian-speaking YouTube audiences.

Keywords: digital video story, narrative structure, language of storytelling, visual representation of urban space, audience perception

Тема российского города широко представлена в вербальных текстах современной философской и научной литературы, художественных произведений, туристических путеводителей. Она постоянно используется в визуальных текстах фотографии, кино, рекламы, в аудиальных текстах музыкальных произведений. В 2000-е годы «город» становится предметом активного обсуждения в сетевых коммуникациях и, одновременно, привлекательным объектом для цифровых репрезентаций на платформах социальных медиа. Рядовые пользователи принимают в этом процессе активное участие, создавая и продвигая многочисленные видео о своих городах.

Цель этой статьи состоит в том, чтобы выявить особенности построения цифровых рассказов о родном городе рядовыми пользователями на медийной платформе YouTube. Фокус

Г.И. Зверева «Мой любимый город»: сторителлинг
в русскоязычных любительских видео на YouTube

исследовательского внимания сосредоточен на способах визуальной репрезентации городского пространства и нарративизации визуального в таком цифровом объекте как видеофильм рядового пользователя социальных медиа.

Основу исследования составили любительские видеоролики о провинциальных российских городах с простыми названиями: «Мой город», «Мой любимый город», «Мой родной город», «Город моего детства» и проч. Главными критериями отбора источников стали самоидентификация авторов (создатели видео называют себя жителями этих городов) и популярность таких видео у рядовых пользователей YouTube. Для исследования были отобраны сорок любительских видеороликов, размещенных на YouTube в 2010-е годы, с рассказами пользователей о четырех провинциальных российских городах. Это – Мурманск, Кострома, Белгород, Камышин, города с численностью жителей от 100 до 370 тысяч человек, которые находятся в разных географических регионах европейской части России: Север, Центр, Верхнее и Нижнее Поволжье. В процессе работы с видеотекстами использовались техники мультимодального нарративного анализа.

Концептуальную рамку статьи образуют теоретические работы авторов, которые проводят исследования в русле междисциплинарного направления YouTube studies. Одно из важных проблемных полей, разрабатываемых исследователями, связано с изучением особенностей функционирования цифровой медиа платформы YouTube: технологий производства, размещения и продвижения на ней различных форматов видеоконтента [Video Vortex Reader, 2008; The YouTube Reader, 2010].

Другая большая область исследовательской проблематики охватывает методологические вопросы построения мультимедийных цифровых рассказов на YouTube и их жанровых разновидностей. Она тесно смыкается с более общими методологическими проблемами изучения визуальной и трансмедиальной (интермедиальной) нарратологии [The SAGE Handbook of Visual Research Methods, 2011; Kavoori, 2011; Bryan, 2015; Thon, 2016; Gitner, 2017].

Третья, весьма значимая, тематическая область – это формы и способы соучастия в самом процессе сторителлинга рядовых пользователей как комментаторов видеофильмов. [Turner, 2009; Strangelove, 2010; Burgess and Green, 2018]. Исследователи рассматривают эту проблематику, как правило, в связке со спецификой новых социальных медиа коммуникаций, которые формируются в условиях цифровой алгоритмической культуры [José van Dijck, 2013; José Van Dijck, Thomas Poell, and Martjin de Waal, 2018].

Использование таких теоретических и методологических работ для работы с корпусом изучаемых цифровых текстов дает возможность поставить несколько взаимосвязанных исследовательских вопросов. Как строятся видеорассказы рядовых пользователей о родном городе на YouTube? Из каких компонентов они складываются? Что пользователь отбирает и фиксирует в видеофильме как значимое и что, с его точки зрения, определяет особый визуальный облик родного (любимого) города? Каким образом зрители-пользователи воспринимают видеорассказы о любимом городе?

Результаты изучения любительских видеофильмов о родном городе на YouTube позволяют говорить о том, что рассказы рядовых пользователей представляют собой многосоставные мультимедийные и мультимодальные нарративы, которые складываются из коллажа фотографий, самодельных или популярных песен о городе и авторских съемок.

Такие рассказы можно условно разделить на три типа.

В первом случае основой для создания видеорассказа служит текст песни о городе. Фотографии, отобранные автором видео, призваны иллюстрировать содержание песни. Функцию нарратора выполняет голос исполнителя песни за кадром, а музыкальный ряд призван создавать определенный эмоциональный настрой рассказа. Такой тип любительского рассказа о родном городе наиболее распространен на YouTube. Он собирает наибольшее количество просмотров и комментариев (рис. 1).

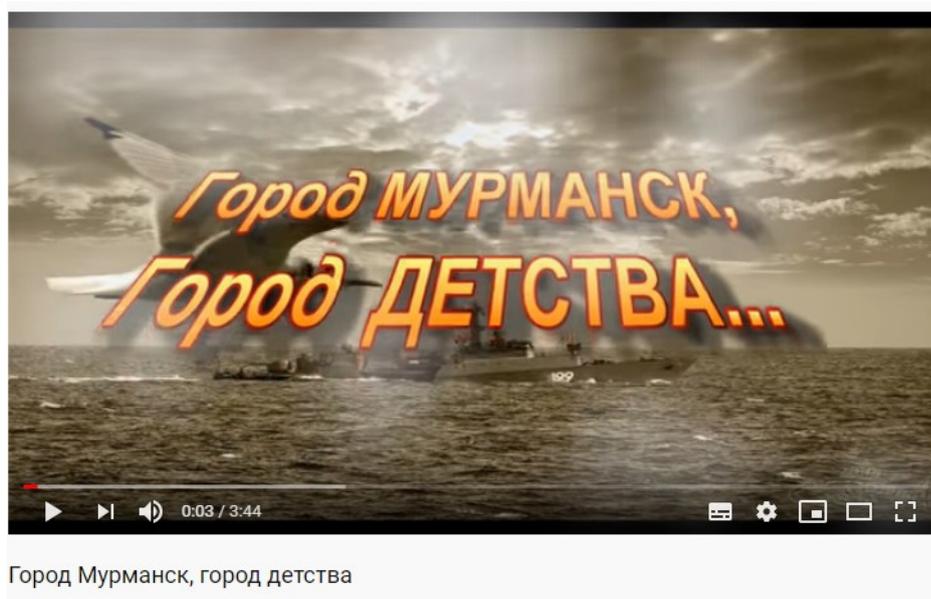


Рис. 1.
Город Мурманск, город детства.

Во втором случае основу видеорассказа образует авторская съемка города. Здесь камера оператора потенциально выполняет функцию нарратора. При монтаже видеоролика аудиальный ряд (музыкальный и звуковой) накладывается на последовательность визуальных изображений. Тем самым видеофильм производит эффект наррации и создает у зрителя необходимое впечатление от рассказа (рис. 2).

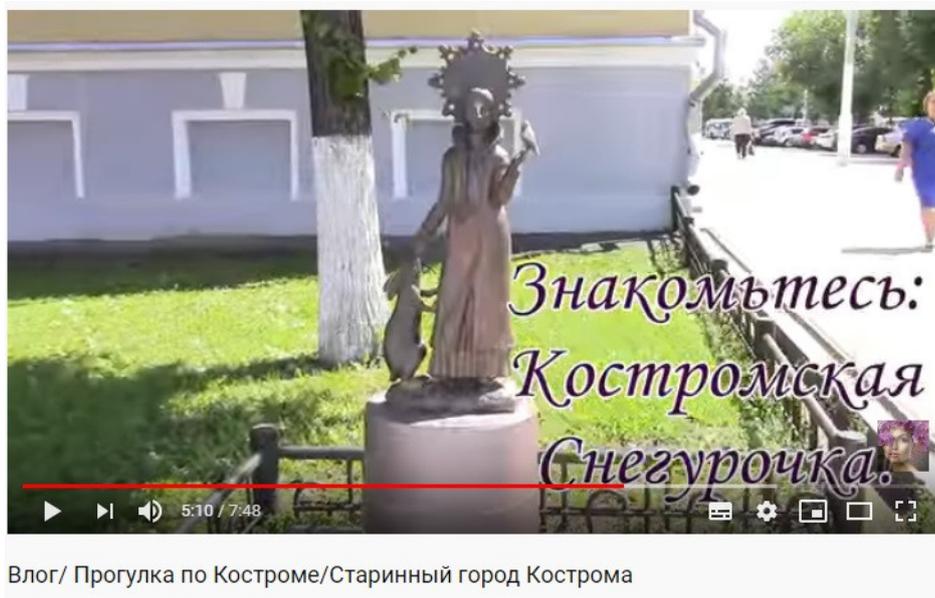


Рис. 2.
Влог / Прогулка по Костроме / Старинный город Кострома.

В третьем случае при съемке города автор видео сам входит в кадр и определяет направление рассказа как нарратор. Музыкальный ряд в таком рассказе, как правило, отсутствует. Этот тип рассказа обычно используют начинающие видеоблоггеры в стремлении привлечь к себе внимание пользователей YouTube (рис. 3).

Что пользователь отбирает и фиксирует в видеофильме как значимое, и что, с его точки зрения, определяет визуальный облик родного (любимого) города? Проведенное исследование показывает, что рассказы в любительских видеофильмах о разных родных городах обычно выстраиваются по единым основаниям, и в них используется схожий язык повествования.



Белгород - город для жизни и прогулок (Belgorod city in Russia)

Рис. 3.

Белгород – город для жизни и прогулок.

Роль своеобразных «строительных блоков» для создания видеорассказа выполняют цифровые визуальные изображения разных городских объектов. Это – прежде всего панорамное представление своего города: взгляд на город с птичьего полета (рис 4). Далее следует визуальная репрезентация главных улиц – домов – мостов – реки – моря (рис. 5). В каждом таком видеофильме важное место занимают памятные места, связанные с местной историей и литературно-художественным творчеством, а также военные мемориалы и памятники воинской славы (рис. 6). Наконец, в видео обязательно присутствуют изображения местных туристических достопримечательностей: зданий и сооружений, которые, с точки зрения автора, представляют для города наибольшую социальную, культурную и историческую значимость (рис. 7).

Эти визуальные изображения сами по себе не являются нарративными структурами. Но в процессе создания мультимодального текста их семантический и нарративный потенциал актуализируется. Цифровые изображения городских объектов, которые автор наделяет разделяемыми культурными значениями, становятся ключевыми опорными пунктами для организации связного повествования. Видеорассказ складывается в условиях взаимодействия семантизированного видеоряда с аудиальным и вербальным компонентами.



Белгород-любимый город

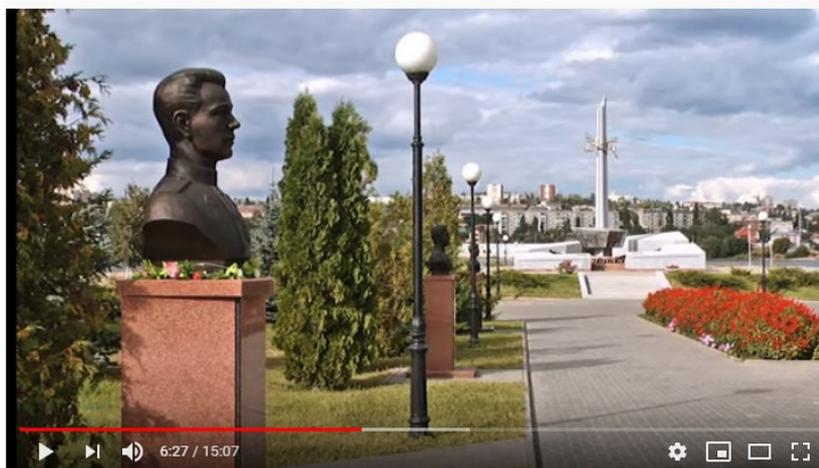
Рис. 4.

Белгород – любимый город.



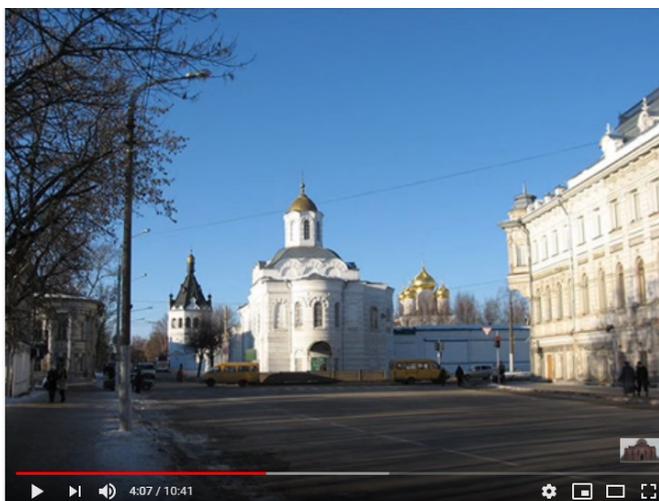
Мой Камышин.wmv

Рис. 5.
Мой Камышин.



Камышин. Малый город - великая судьба.

Рис. 6.
Камышин. Малый город – великая судьба.



мой любимый город Кострома

Рис. 7.
Мой любимый город Кострома.

Г.И. Зверева «Мой любимый город»: сторителлинг
в русскоязычных любительских видео на YouTube

В чем причины общности нарративных стратегий любительских видео? Такие видеофильмы включают в себя общие знаки, образы, символы родного города, прежде всего потому, что при создании рассказов их авторы опираются на стереотипы исторической и культурной памяти, схематичные обыденные представления о своем городе, разделяемые культурные значения, доминирующие в коллективном сознании локальных городских сообществ. Уникальное, необычное ускользают от взгляда авторов видеофильмов, несмотря на попытки некоторых создателей видеорассказов схватить и зафиксировать особые черты своего города. Преобладающий в любительских видео «взгляд туриста» банализирует визуальные изображения, нивелирует различия между разными городами. Это сближает любительские видеофильмы о родном городе с рекламными роликами местных туристических компаний и городских администраций.

Следует также отметить, что в видеорассказах доминирует статичное представление города. Родной город не выглядит местом повседневной жизни обычных людей. В видеофильмах отсутствует ритм городской жизни, его динамика, разнообразие социальных потоков. Не замеченными авторами видео остаются и каждодневные практики человеческих взаимодействий. Иначе говоря, в любительских роликах пользователей о родном городе не видно людей. Чувство места, ощущение своей причастности к нему, выражение персональной принадлежности к своему городу, опыт собственного переживания жизни в городе, – все это не включается в визуальные репрезентации в любительских видеофильмах.

Каким образом зрители-пользователи YouTube воспринимают видеорассказы о любимом городе? Зрители как будто бы не замечают дефицита особого, отдельного, частного в визуальной репрезентации родного города. Наоборот, судя по содержанию комментариев к роликам, такие видеофильмы пробуждают в них личные воспоминания и создают сильные эмоциональные впечатления.

Чувство ностальгии – одна из самых распространенных реакций на видеорассказы о родном городе (в списке Источников: [2; 5; 7; 10; 11; 12]):

П.1.¹ Родной город, скучаю...

П.2 От просмотра аж мурашки по коже прошли. Я там провела лучшие годы жизни.

П.3. Спасибо за видео. Это самый лучший город. Я провел там детство и очень скучаю. Двадцать пять лет как уехал. Смотрю, и слезы выходят из глаз.

П.4. Аж слезы навернулись, как давно это было. Уехал, но часто вспоминаю с огромной теплотой.

П.5. Часто снишься дорогой город! Я уехала в семидесятых годах, а забыть не могу!

П.6. Скучаю по Мурманску и по мурманчанам. Прекрасный город и прекрасные люди.

Другая распространенная реакция зрителей – это *чувство любви и гордости* за свой город (в списке Источников: [1; 3; 5; 8; 7]):

П.1. Камышин – самый солнечный город в мире!!!

П.2. Я живу в Камышине. Я горжусь тем, что я живу в нем!!!

П.3. Родина, через всю жизнь пронесу штормовой ветер за 40 м/с, сопки, Баренцево море, полярный день и полярную ночь, непередаваемую природу и негибимый северный характер!!!

П.4. Мурманск бы, есть и будет лучшим городом моряков!!! Люблю, снится и будет сниться Любимый Город!!!

П.5. Самый крутой и красивый город это Белгород!!!!

П.6. Классный город, служил в ВДВ. Давно это было... Мне там все нравилось. Сколько лет прошло, а смотрю места знакомые. Может что изменилось, но люди очень душевные, без заморочек. Да – девушек много было.

Гораздо реже зрители – пользователи *высказываются критически* по отношению к видеорассказам о своем городе (в списке Источников: [6; 8; 11]):

¹ По этическим соображениям никнеймы комментаторов видеороликов - рядовых пользователей YouTube заменены в статье условными обозначениями П (пользователь).1, П.2, П.3 и далее.

П.1. Да! Красиво все показано. Жаль о самих людях и их жизни в городе ничего не сказано. Наверное, далеко не все так радужно?!

П.2. А сколько пафоса и лицемерия. Не город, а сказка. Только в городе бардак, зарплаты маленькие, а культуру пытаются как можно быстрее задавить как ненужный балласт. А еще людей много озлобленных. Но есть и хорошие моменты. Относительное спокойствие. Нет суеты.

П.3. Хороший русский город. А вокруг: реки Волга, Кострома, множество озер и мелких речек; леса, а в них малина, брусника, черника, голубика, клюква, грибы на любой вкус. А что еще нужно русскому человеку? Хотя бы немного денег, а их можно только заработать. Но где? Нигде. А так, ничего, жить можно.

П.4. За 10 лет город превратили в каменные загазованные джунгли. Парки и скверы уничтожены на 80%, от палящего солнца негде скрыться, тенистые деревья выпилены. Вместо парка вырыли котлован под застройку толстосумы. Во дворах автомобили стоят в три ряда, жители бьются за парковочное место, детские площадки превращены в какую-то пародию на автостоянки.

П.5. Есть места еще хорошие – парк, набережная, аллея героев. Но люди умудряются и это загадить. Дворниках работы много. И экономика у нас плохая. Люди в кредитах. Говорить можно много. Фильм оказался утопией. А в советское время все было лучше.

Почему же любительские видеофильмы о родных городах так популярны у пользователей YouTube? Почему они неизменно собирают большое количество просмотров и оживленно комментируются? Формульность и интертекстуальность таких видеонарративов быстро и легко опознаются и апроприируются рядовыми пользователями. Как ни парадоксально, но именно эти черты видео во многом способствуют увеличению их популярности у пользователей. Зрители вчитывают в стандартизированное содержание видеорассказов свое собственное переживание города, свою жизнь в нем в прошлом и настоящем. Воспринимая «пустую форму» видеорассказа сквозь личный опыт, в своих комментариях рядовые пользователи преобразуют схематичную, статичную репрезентацию родного города и, таким образом, возвращают ему жизнь.

В заключение следует отметить, что, несмотря на схематизм и относительную простоту технологий изготовления, размещаемые на платформе YouTube видеофильмы о городе, представляют собой сложные цифровые объекты. Они оказываются способными выполнять одновременно несколько важных функций. Как мультимодальные рассказы такие объекты обладают определенной культурной семантикой, стимулируют смысловое расширение в комментариях зрителей и позволяют рядовым пользователям осуществлять многообразные социальные связи в информационной среде в соответствии с цифровыми алгоритмами, задаваемыми платформой YouTube.

СПИСОК ИЛЛЮСТРАЦИЙ

Рис. 1. Город Мурманск, город детства.

Источник: Город Мурманск, город детства. 13 июня 2014. [Электронный ресурс] URL: <https://www.youtube.com/watch?v=POoiE-FsCrU&t=32s> (Дата обращения 2.12.2019).

Рис. 2. Влог / Прогулка по Костроме / Старинный город Кострома.

Источник: Влог / Прогулка по Костроме / Старинный город Кострома. 23 июля 2017. [Электронный ресурс] URL: https://www.youtube.com/watch?v=pqKW_ERa-zA (Дата обращения 2.12.2019).

Рис. 3. Белгород – город для жизни и прогулок.

Источник: Мой первый полноценный ВЛОГ. Покажу родной город Камышин и расскажу немного о себе. 28 марта 2018. [Электронный ресурс] URL: <https://www.youtube.com/watch?v=wd2lgvffXmU&t=951s> (Дата обращения 2.12.2019).

Рис. 4. Белгород – любимый город.

Источник: Белгород – любимый город. 27 апреля 2012. [Электронный ресурс] URL: <https://www.youtube.com/watch?v=dzFfGyOVjUQ> (Дата обращения 2.12.2019).

Г.И. Зверева «Мой любимый город»: сторителлинг в русскоязычных любительских видео на YouTube

Рис. 5. Мой Камышин.

Источник: Мой Камышин. 12 января 2012. [Электронный ресурс] URL: <https://www.youtube.com/watch?v=IScLfhBVPXg> (Дата обращения 2.12.2019).

Рис. 6. Камышин. Малый город – великая судьба.

Источник: Камышин. Малый город – великая судьба. 4 февраля 2012. [Электронный ресурс] URL: <https://www.youtube.com/watch?v=kbkrUIL3A6o> (Дата обращения 2.12.2019).

Рис. 7. Мой любимый город Кострома.

Источник: Мой любимый город Кострома. 19 декабря 2015. [Электронный ресурс] URL: <https://www.youtube.com/watch?v=4i5lJFHWqVE> (Дата обращения 2.12.2019).

ИСТОЧНИКИ

1. Город Мурманск, город детства. 13 июня 2014.
[Электронный ресурс] URL: <https://www.youtube.com/watch?v=POoiE-FsCrU&t=32s> (Дата обращения 2.12.2019).
2. Мой старый, добрый Мурманск. 28 ноября 2011.
[Электронный ресурс] URL: <https://www.youtube.com/watch?v=5oCYMrXXg3o> (Дата обращения 2.12.2019).
3. Город Мурманск – Город детства. 17 января 2012.
[Электронный ресурс] URL: <https://www.youtube.com/watch?v=RXSOiHwa79E> (Дата обращения 2.12.2019).
4. Мой любимый город Кострома. 19 декабря 2015.
[Электронный ресурс] URL: <https://www.youtube.com/watch?v=4i5lJFHWqVE> (Дата обращения 2.12.2019).
5. Влог / Прогулка по Костроме / Старинный город Кострома. 23 июля 2017.
[Электронный ресурс] URL: https://www.youtube.com/watch?v=pqKW_ERa-zA (Дата обращения 2.12.2019).
6. Город детства Кострома. 20 октября 2013.
[Электронный ресурс] URL: <https://www.youtube.com/watch?v=h-732sd71Mg> (Дата обращения 2.12.2019).
7. Белгород – любимый город. 27 апреля 2012.
[Электронный ресурс] URL: <https://www.youtube.com/watch?v=dzffGyOVjUQ> (Дата обращения 2.12.2019).
8. Белгород – город для жизни и прогулок. 31 июля 2014.
[Электронный ресурс] URL: <https://www.youtube.com/watch?v=uTyCoF5VvAA&t=39s> (Дата обращения 2.12.2019).
9. Мой Камышин. 12 января 2012.
[Электронный ресурс] URL: <https://www.youtube.com/watch?v=IScLfhBVPXg> (Дата обращения 2.12.2019).
10. Камышин с высоты птичьего полета. 11 июля 2016.
[Электронный ресурс] URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ILrP4Dozobw> (Дата обращения 2.12.2019).
11. Камышин. Малый город – великая судьба. 4 февраля 2012.
[Электронный ресурс] URL: <https://www.youtube.com/watch?v=kbkrUIL3A6o> (Дата обращения 2.12.2019).
12. Моя Родина – Камышин! 16 февраля 2010.
[Электронный ресурс] URL: <https://www.youtube.com/watch?v=uonUMkFYUFw> (Дата обращения 2.12.2019).
13. Мой первый полноценный ВЛОГ. Покажу родной город Камышин и расскажу немного о себе. 28 марта 2018.
[Электронный ресурс] URL: <https://www.youtube.com/watch?v=wd2lgvffXmU&t=951s> (Дата обращения 2.12.2019).

ЛИТЕРАТУРА

1. *Bryan A.* The New Digital Storytelling: Creating Narratives with New Media. – Santa Barbara, California: Praeger. (Second Edition), 2017.
2. *Burgess J. and Green J.* YouTube: Online Video and Participatory Culture (Second Edition). – Medford, MA: Polity Press, 2018.
3. *Gitner S.* Multimedia Storytelling for Digital Communicators in a Multiplatform World. – New York and London: Routledge, 2015.
4. *Kavoori A.* Reading YouTube: The Critical Viewers Guide. Series: Digital Formations. – New York, Peter Lang Inc., 2011.
5. *Strangelove M.* Watching YouTube: Extraordinary Videos by Ordinary People. – Toronto, ON: University of Toronto Press, 2010.
6. The SAGE Handbook of Visual Research Methods. Eds. Margolis E. M. and Pauwels L. – London, Sage: Macmillan, 2011.
7. The YouTube Reader. Eds. Snickar P. and Vonderau P. – Stockholm: National Library of Sweden 2010.
8. *Thon J.-N.* Transmedial Narratology and Contemporary Media Culture. – Lincoln, London: University of Nebraska Press, 2016.
9. *Turner G.* Ordinary People and the Media: The Demotic Turn. – London, Sage: Macmillan, 2009.
10. *van Dijck J.* The Culture of Connectivity. A Critical History of Social Media. – New York: Oxford University Press, 2013.

G.I. Zvereva “My favorite city”: storytelling
in Russian-language amateur videos on YouTube

11. van Dijck J., Poell Th., and de Waal M. *The Platform Society: Public Values in a Connective World*. – New York: Oxford University Press, 2018.
12. *Video Vortex Reader: Responses to YouTube*. Eds. Lovink G. and Niederer S. – Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2008.

SOURCES

1. *Gorod Murmansk, gorod detstva* [The City of Murmansk, the City of Childhood], 13 June 2014, available at: <https://www.youtube.com/watch?v=POoiE-FsCrU&t=32s> (accessed 2.12.2019).
2. *Moj staruj, dobryj Murmansk* [My Good Old Murmansk], 28 November 2011, available at: <https://www.youtube.com/watch?v=50CYMrXXg3o> (accessed 2.12.2019).
3. *Gorod Murmansk – Gorod detstva* [Murmansk City - City of Childhood], 17 January 2012, available at: <https://www.youtube.com/watch?v=RXSOiHwa79E> (accessed 2.12.2019).
4. *Moj lyubimyj gorod Kostroma* [My Favorite City is Kostroma], 19 December 2015, available at: <https://www.youtube.com/watch?v=4i5lJFHWqVE> (accessed 2.12.2019).
5. *Vlog / Progulka po Kostrome / Starinnyj gorod Kostroma* [Vlog / Walk around Kostroma / The Ancient City of Kostroma], 23 July 2017, available at: https://www.youtube.com/watch?v=pqKW_ERa-zA (accessed 2.12.2019).
6. *Gorod detstva Kostroma* [City of Childhood Kostroma], 20 October 2013, available at: <https://www.youtube.com/watch?v=h-732sd71Mg> (accessed 2.12.2019).
7. *Belgorod – lyubimyj gorod* [Belgorod is a Favorite City], 27 April 2012, available at: <https://www.youtube.com/watch?v=dzFGyOVjUQ> (accessed 2.12.2019).
8. *Belgorod – gorod dlya zhizni i progulok* [Belgorod is a City for Life and Walks], 31 July 2014, available at: <https://www.youtube.com/watch?v=uTyCoF5VvAA&t=39s> (accessed 2.12.2019).
9. *Moj Kamyshin* [My Kamyshin], 12 January 2012, available at: <https://www.youtube.com/watch?v=IScLfhBVPXg> (accessed 2.12.2019).
10. *Kamyshin s vysoty ptich'ego poleta* [Kamyshin Aerial View], 11 July 2016, available at: <https://www.youtube.com/watch?v=ILrP4Dozo6w> (accessed 2 December 2019).
11. *Kamyshin. Malyj gorod – velikaya sud'ba* [Kamyshin. Small Town is a Great Destiny], 4 February 2012, available at: <https://www.youtube.com/watch?v=kbrkUIL3A6o> (accessed 2.12.2019).
12. *Moya Rodina – Kamyshin!* [My Motherland is Kamyshin!], 16 February 2010, available at: <https://www.youtube.com/watch?v=uonUMkFYUfw> (accessed 2.12.2019).
13. *Moj pervyj polnocennyj VLOG. Pokazhu rodnoj gorod Kamyshin i rasskazhu nemnogo o sebe* [My First Full Vlog. I Will Show My Hometown of Kamyshin and Tell a Little about Myself], 28 March 2018, available at: <https://www.youtube.com/watch?v=wd2lgvffXmU&t=85s> (accessed 2.12.2019).

REFERENCES

1. Bryan A. *The New Digital Storytelling: Creating Narratives with New Media*. Santa Barbara, California, Praeger. (Second Edition), 2017.
2. Burgess J. and Green J. *YouTube: Online Video and Participatory Culture* (Second Edition). Medford, MA, Polity Press, 2018.
3. Gitner S. *Multimedia Storytelling for Digital Communicators in a Multiplatform World*. New York and London, Routledge, 2015.
4. Kavoori A. *Reading YouTube: The Critical Viewers Guide*. Series: Digital Formations. New York, Peter Lang Inc., 2011.
5. Strangelove M. *Watching YouTube: Extraordinary Videos by Ordinary People*. Toronto, ON, University of Toronto Press, 2010.
6. *The SAGE Handbook of Visual Research Methods*. Eds. Margolis E. M. and Pauwels L. London, Sage, Macmillan, 2011.
7. *The YouTube Reader*. Eds. Snickar P. and Vonderau P. Stockholm, National Library of Sweden 2010.
8. Thon J.-N. *Transmedial Narratology and Contemporary Media Culture*. Lincoln, London, University of Nebraska Press, 2016.
9. Turner G. *Ordinary People and the Media: The Demotic Turn*. London, Sage, Macmillan, 2009.
10. van Dijck J. *The Culture of Connectivity. A Critical History of Social Media*. New York, Oxford University Press, 2013.
11. van Dijck J., Poell Th., and de Waal M. *The Platform Society: Public Values in a Connective World*. New York, Oxford University Press, 2018.
12. *Video Vortex Reader: Responses to YouTube*. Eds. Lovink G. and Niederer S. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2008. 320 p.