



Impact of the Algorithmization and Policies of Internet Platforms on Contemporary Internet Art: RYTP Case Study

Sofia A. Volkova

Saint Petersburg State University. Saint Petersburg, Russia. Email: [so.volkova.a\[at\]gmail.com](mailto:so.volkova.a[at]gmail.com)
ORCID <https://orcid.org/0009-0007-0772-5572>

Received: 15 May 2024 | Revised: 5 September 2024 | Accepted: 17 September 2024

Abstract

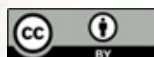
The widespread use of the Internet and social media has contributed to the application of their tools in creation of diverse forms of multimedia art. At the same time, online platforms have become a space for the location and distribution of new art objects on par with established physical spaces for the presentation of such objects. Over time, social media has retained its key functionality of interaction with the platform, but the algorithms that personalize user's exploration of the platform and mechanics that let users influence content within the platform are constantly changing.

The objectives of this paper are to provide a method for uncovering the hidden algorithms and capabilities of virtual services, and to describe exactly how shifts in platform policies and user interaction capabilities affect trends in content production. The strategy of concretization based on the history of a certain genre allows us to identify general trends in the transformation of platforms and identify reactions to them from micro-communities that are associated with the production of artwork.

As a result of YouTube algorithm changes and their appearance on VK, we can observe a displacement of local projects in favor of commercialized content, and artists tending to concentrate more on their micro-communities, rather than on the public community. This paper will be useful to researchers of media platforms specializing in interface philosophy, and also for those who are interested in multimedia art on the Internet.

Keywords

New Media; User Policy; User Interface; Social Media; Vkontakte; YouTube; RYTP; Internet Audience; Multimedia Art; Algorithmization



This work is licensed under a [Creative Commons "Attribution" 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



Влияние политики интернет-платформ и их алгоритмизации на современное интернет-искусство: кейс жанра RUTP

Волкова Софья Андреевна

Санкт-Петербургский государственный университет. Санкт-Петербург, Россия.
Email: [so.volkova.a\[at\]gmail.com](mailto:so.volkova.a[at]gmail.com) ORCID <https://orcid.org/0009-0007-0772-5572>

Рукопись получена: 15 мая 2024 | Пересмотрена: 5 сентября 2024 | Принята: 17 сентября 2024

Аннотация

Широкое распространение интернета и социальных сетей способствовало применению их инструментов в создании разнообразных форм мультимедийного искусства. Вместе с тем интернет-платформы стали пространством расположения и распространения новых предметов искусства наравне с устоявшимися физическими пространствами для презентации таких объектов. С течением времени социальные сети сохраняют ключевой функционал взаимодействия с платформой, однако изменяются алгоритмы, персонифицирующие путь пользователя, и механики возможностей пользователя влиять на контент внутри платформы.

Задачи данной статьи – предоставить метод выявления скрытых алгоритмов и возможностей виртуальных сервисов, а также описать, как именно смена политики платформ и возможностей взаимодействия между пользователями влияют на тенденции в производстве контента. Стратегия конкретизации на истории определённого жанра позволяет определить общие тенденции в трансформации платформ и выявить реакцию на них от микросообществ, связанных с производством художественных работ.

В результате изменения алгоритмов YouTube и появления их в VK, наблюдается вытеснение локальных проектов в пользу коммерциализированного контента, а художники больше концентрируются в своих микро-сообществах, нежели на публичном комьюнити. Работа будет полезна исследователям медиа-платформ, специализирующимся на философии интерфейса, а также интересующимся мультимедийным искусством в интернете.

Ключевые слова

новые медиа; пользовательская политика; пользовательский интерфейс; социальные сети; Вконтакте; YouTube; RUTP; интернет-аудитория; мультимедийное искусство; алгоритмизация



Это произведение доступно по лицензии [Creative Commons "Attribution"](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) («Атрибуция») 4.0 Всемирная



Введение

Доступность интернета широкому кругу пользователей способствовала изменениям во всех сферах жизни общества, – искусство не стало исключением. Вплоть до конца прошлого столетия основным местом презентации искусства оставались соответствующие институции: галереи, музеи, выставки, аукционы, ярмарки, создавшие определённые критерии вхождения в арт-среду для художников. Акторы в сфере искусства обладали разными экономическими и социальными возможностями, и те, кто не соответствовал критериям, разработанным отдельными кураторами, критиками, «признанными» художниками, коллекционерами и аукционными домами, сталкивались с барьерами доступа или полным исключением из производственных отношений внутри сферы искусства (Groys, 2015, p. 357). Интернет радикально изменил эту ситуацию, предоставив альтернативное пространство как для публикации предметов искусства, так и для коммуникации художников с коллегами и зрителями (Lughi, 2014; Manovich, 2009). Помимо самой возможности публикации и создания работ, виртуальные платформы также снизили влияние авторитетов, определявших, что может быть признано искусством (Wang & Wang, 2021). Наиболее известными пространствами для публикации работ стали социальные сети, специализированные форумы и сервисы-галереи (Salah, 2010, p. 18–21; Adeloye, Kayode, & Akinlawon, 2024), которые на ранних стадиях не обладали проработанными протоколами модерации и инструментами для проверки содержания контента. Внимание пользователей социальных сетей к сайт-специфичным формам самовыражения стало серьёзным вызовом для авторитетных институций, вынужденных учитывать тренды интернета и их влияние на аудиторию (Ghidini, 2019; Hong, 2022).

Процесс апробации влияния на поведение пользователей платформами растянулся от конца прошлого столетия и продолжается по настоящее время. Однако в академической литературе всё ещё недостаточно подробно исследована взаимосвязь между инновациями на платформах и пользовательским контентом. В данной статье предлагается один из способов фиксации изменений в политике платформ и пользовательском интерфейсе, выявленный через анализ истории жанра мультимедийного искусства в интернет-среде. Основной тезис представленного исследования состоит в том, что модернизация алгоритмов фильтрации контента, модерации, интерфейса и политики непосредственно влияет на контент, создаваемый художниками, и на его распространение среди других пользователей. Обращение к цифровым платформам в качестве участников управления социальными взаимодействиями и культурным производством обусловлено исследованиями критической теории медиа. В частности, согласно критической теории интернета, изменение алгоритмов и интерфейсов способствует усилению контроля со стороны платформ, стремящихся к стандартизации и управлению



контентом исходя из коммерческих и политических интересов (Fuchs, 2014). Следовательно, механизмы фильтрации и модерации контента не только влияют на видимость определённого искусства, но и приобретают символическую власть над формированием представления о значимости тех или иных подвидов искусства, эстетическим вкусом пользователей виртуальных платформ. Таким образом, виртуальные сообщества также разрабатывают стратегии взаимодействия в интернете, основываясь на текущих возможностях виртуальных платформ, и адаптируются к изменениям в ответ на ощутимые перемены.

Методология исследования

Примером для выявления взаимосвязи между содержанием виртуального мультимедийного искусства и возможностями интернет-среды выбран жанр RYTP (Russian YouTube Poop). Наряду с мемами и fad, этот изначально низовой жанр мультимедийного искусства в интернете с аббревиатурой RYTP быстро стал конвенциональной формой художественного высказывания. Специфика RYTP подразумевает использование определённых техник, разработанных участниками направления и являющихся маркерами для соотнесения объектов с жанром. Один из ключевых маркеров – представление работ исключительно на виртуальных платформах, таких как хостинговый сервис YouTube и, в случае русскоязычных произведений – в социальной сети ВКонтакте. Родоначальником (R)YTP стали англоязычные видео (Knutilla, 2015, p. 142), в то время как первые работы русскоязычных авторов появились спустя несколько месяцев.

Из-за своего исключительно виртуального характера авторы YTP остаются известными в основном в пределах сообществ, связанных с этим жанром, который большинство исследователей определяют как низовое искусство. Изучение этого RYTP представляет интерес не только потому, что он демонстрирует стратегии интернет-художников, но и потому, что он отражает влияние трансформации виртуальных платформ на создаваемый контент. На сегодняшний день существуют версии на польском, немецком, французском и тайском языках, однако в нынешней работе я обращаюсь к специфике русскоязычных работ, которые остаются недостаточно изученными в академической литературе. Существующие публикации, посвящённые жанру, сосредоточены на анализе техник англоязычных художников, публикующих видеоработы на платформе YouTube (Eugster, 2014; Figueiro, Lunhani, & Soares, 2016; Thuijs, 2011). RYTP же представляет собой локализованную русскоязычную версию¹, которая равносильно представлена в социальной сети ВКонтакте. Восстанавливая хронологию развития RYTP, я отмечаю взаимосвязь ключевых событий в истории жанра с политикой виртуальных платформ и алгоритмиче-

1 Здесь и далее я использую «русскоязычный», а не «русский» для характеристики контента, потому что расположение или национальность авторов не играли роли, именно язык является определяющим критерием.



скими технологиями. Данное исследование является первой попыткой детального анализа RYTP и предлагает оригинальные знания, которые можно получить через изучение этого жанра. Фокус на одном виде виртуального искусства необходим для глубокого анализа его специфики и истории, что в дальнейшем позволит провести сравнительное исследование с другими видами виртуальной выразительности, развивавшимися параллельно.

В процессе реконструкции хронологии развития RYTP были использованы инструменты сервиса Wayback Machine, созданного некоммерческой организацией Internet Archive. Библиотека Wayback Machine содержит архив «слепков» отдельных страниц в интернете за различные произвольные периоды, что позволяет восстановить их содержание и проследить изменения в формах коммуникации. С помощью Wayback Machine удалось рассмотреть тематические страницы, посвященные жанру, на которых публиковались работы и тематические обсуждения. Для анализа изменений интерфейса YouTube использовался сервис Web Design Museum, на котором опубликованы скриншоты главной страницы сервиса и других подразделов сайта. В отличие от Wayback Machine, Web Design Museum не обладает интерактивными возможностями, что позволяет зафиксировать лишь общие изменения интерфейса, упуская важные детали, характерные для конкретных периодов развития сервиса.

В дополнение к данным из интернет-источников в рамках исследования проведены глубинные интервью среди художников и зрителей. Во время интервью с авторами особое внимание уделялось их взаимодействию с виртуальными платформами, выбору площадок для публикации контента, а также причинам отказа от использования определённых платформ. В случаях, когда респонденты не могли предоставить подтверждения своих тезисов (например, в виде скриншотов или видео), выводы подкреплялись данными из открытых источников: тематических сообществ в социальной сети ВКонтакте, комментариев к видео на YouTube и других тематических материалов на различных платформах. Для проверки тезисов респондентов использована триангуляция данных, что позволило подтвердить ряд гипотез, связанных с историей жанра. Прямые цитаты из интервью в работе не приведены, так как респонденты пожелали остаться анонимными и не дали согласие на их использование.

Используя *методы включенного наблюдения и глубинных интервью*, я представляю отдельные фрагменты из истории жанра RYTP. В дополнение к этим методам в работе применяется *цифровая этнография* – метод, который фокусируется на качественном анализе взаимодействий и культурных практик в цифровой среде. Таким образом, исследование сочетает эмпирические данные с анализом цифровых взаимодействий для углубленного изучения жанра и его культурного контекста.



Контекст появления жанра и его популяризация

В 2008 году пользователи рунета преимущественно находились на форумах, интернет-дневниках, (по типу Livejournal), и в онлайн-играх. Среди локальных тенденций затухало влияние «упячки» (М. А. Кронгауз в интервью газете..., 2017), – ироничного проекта, посвященного онлайн-общению начала 2000-х. Новое поколение юзеров рунета реже обращалось к формату личного блога, всё чаще используя социальные сети и хостинговые сервисы, которые позволяли систематизировать собственный контент и эффективнее находить новый. Именно в это время RYTP появляется одновременно на платформах YouTube и ВКонтакте, а вместе с тем мгновенно получает внимание со стороны пользователей. К 2010 году на тематическую группу по жанру в социальной сети ВКонтакте подписано внушительное по тем временам количество пользователей, а видеоролики получают внимание не только в интернете, но и на федеральном телеканале.

Одной из отличительных черт RYTP является обязательное взаимодействие авторов с хостинговым сервисом YouTube, который также стал пространством зарождения жанра. Равносильная интеграция происходила на платформе ВКонтакте, ставшей основным местом для коммуникации, для повторно загруженных работ, удаленных с YouTube из-за нарушения правил содержания контента. Жанр особенно известен поколениям, чья юность проходила в русскоязычном пространстве приблизительно 2005-2014 годов, согласно данным о среднем возрасте авторов и зрителей. Специфика жанра подразумевает хотя бы базовые навыки самостоятельного сёрфинга на сервисах YouTube и ВКонтакте, что до сих пор не представляется широкодоступным из-за технических ограничений, (наличия устройств с доступом в интернет, сам интернет). Для тех, кто соответствовал этим критериям, RYTP потенциально становился возрождённой формой контркультурного творчества. Зрители отмечают, что внимание к жанру привлекали его структура, выделяющаяся на фоне привычных видеоматериалов; игра с формами речи, благодаря которой рождались крылатые выражения, распространившиеся за пределы сообщества (многие использовали их, не зная истоков появления).

В центре рассматриваемого стиля находится продукт, создаваемый отдельными авторами, а именно – видео, сделанное либо на основе другого видеоматериала, либо с использованием внутренних средств программ для монтажа. Исторически основной программой для создания контента стала Sony Vegas (ныне просто Vegas); использование других программ более ситуативно и не ассоциируется с жанром. Посредством избирательного извлечения видеоматериалов и персонажей видеороликов в любом объёме и форме искажения (визуальное сэмплирование), а также совмещения их с традиционными для жанра приёмами создаются работы под аббревиатурой YTP. Однако и этот вывод требует уточнения. Англоязычные исследователи называют YTP одним



из fad – временных трендов, понимаемых как «вид культурного поведения», своеобразный ритуал обращения к определённому типу материалов с внутренним стремлением внести новую информацию в интернет-сообщество. В отличие от более устойчивых трендов, fad, как правило, недолговечны, не приводят к долгосрочным изменениям в культурной среде; их последователи участвуют в кратковременной моде, которая и становится единственным связующим звеном.

Действующие авторы и зрители YTP формируют микросообщества, разделяя общие ритуалы. За время существования R/YTP в этих сообществах появились собственные тренды и fad. В статье R/YTP рассматривается как жанр из-за наличия определённых техник и условий:

- 1) контент опирается на традиционные приёмы: вордмикс (sentence mixing), реверс, рандом, питч-шифтинг, маскинг; в той или иной мере включает их и обращается к ним;
- 2) авторы осознают комичный характер контента и используют это знание при создании своих работ;
- 3) контент не публикуется авторами за пределами виртуальных платформ и подразумевает возможность взаимодействия со зрителями посредством комментариев.

В сообществе вокруг RYTP наблюдается активное участие пользователей, которые просматривают этот контент, влияя на развитие авторов, создание новых контекстов и пересечений, а также вовлекая авторов в другие мультимедийные проекты. Обратная связь зрителей – неотъемлемая часть YTP: она служит основой для появления новых сюжетов и идей. Ограничение возможностей коммуникации в социальных сетях напрямую влияет на жанр. Например, с появлением Telegram многие пользователи постепенно прекратили использование ВКонтакте, что сократило их реакцию на видео в виде аудиовизуального контента: картинок, GIF-изображений, музыки и видеозаписей. Тем не менее, публикации о переносе блога на Telegram остались на платформе ВКонтакте. Общение на этой платформе сыграло значительную роль в популяризации жанра и привлечении новых авторов в первые годы его существования¹.

В 2007 году сервис ВКонтакте позволил создавать неограниченное количество тематических сообществ: публичных страниц или групп с широким функционалом для персонализации. Пользователи могли установить изображение на аватарку группы, добавлять темы для обсуждений, похожие на аналогичную технологию для форумов. Описание сообщества позволило создавать собственное меню (приведу пример видео, в котором авторка обучает созданию такого меню: Пученкова, 2015), добавлять видео и аудиозаписи,

¹ Публикации датируются 2018-2019 годами и присутствуют в тематических сообществах или личных страницах известных авторов, таких как Cinematron, lonrefne, Max Lunar, Lindenov, Commander Asdasd.



альбомы для изображений и сами изображения. Помимо этого, сообщества имели «стену» – пространство для записей. В зависимости от настроек, создатель мог выбрать круг лиц, которым доступно публиковать записи. Стена могла быть открытой для всех пользователей, что позволяло им добавлять контент на всеобщее обозрение. Таким образом, сообщества ВКонтакте предоставляли широкий простор для коммуникации через различные медиаформаты, что стимулировало активность пользователей внутри тематических групп. Создатели групп, посвящённых RYTP, были хорошо знакомы с функционалом для создания и модерации сообществ, поэтому привлекали новую аудиторию в жанр через другие группы. Например, значительная часть сообщества пришла в RYTP из групп, посвящённых играм Garry's Mod и Team Fortress 2¹, – эту гипотезу удалось подтвердить посредством изучения публикаций в группе по Garry's Mod. В день создания первой группы по RYTP администраторы этих сообществ активно призывали пользователей присоединиться к новому проекту.

Тем временем на YouTube уже присутствовали русскоязычные авторы, ориентирующиеся на англоязычный контент: Martin1992X (ныне FureonNectarmoon), TorNis Entertainment, veksler96 MrValBar и Swaitis²; все они действовали разрозненно и практически не координировали деятельность друг с другом до появления тематических сообществ. Поскольку названные авторы уже имели вес в YTP сообществе и собственную аудиторию, они стали авторитетами для последующих художников в указанный период.

Функционал YouTube значительно изменился к настоящему моменту, но в период с 2006 по 2015 годы активно тестировались различные способы взаимодействия пользователя с контентом. Помимо стандартных функций, таких как оценки (like/dislike) и комментарии, до 2010 года на YouTube можно было оценивать видео «звёздами» от 0 до 5, визуально отображая усреднённую оценку. Это направляло внимание пользователей не только на количество просмотров, но и на качественную оценку видео, видимую вместе с превью других роликов. Впоследствии визуализация оценки переместилась под само видео, и сравнивать ролики стало можно по релевантности названия, количеству просмотров и дате загрузки.

Респонденты отметили, что видео RYTP часто появлялись в рекомендациях на YouTube благодаря загадочным названиям и высоким рейтингам. Заинтересованные пользователи вводили аббревиатуру в поиск и знакомились с другими тематическими роликами, отсортированными по релевантности. Поскольку отдельные ролики собирали большое количество просмотров, попасть в рекомендации было несложно. Если зритель находил одно видео жанра RYTP, алгоритмы YouTube сразу предлагали несколько похожих работ.

1 Информация получена из опросов с упомянутыми в разделе авторами, также в одноимённой группе ВКонтакте до сих пор доступны свидетельства интеграции RYTP в геймерское сообщество.
2 Используются никнеймы, которые выбирали сами авторы на сервисе YouTube, так как немалая часть авторов желает оставаться анонимными.



Однако на распространение жанра влияли не только зрители, но и другие создатели контента. Для своих работ многие авторы специально искали в интернете смешные и странные видеоролики с малым количеством просмотров, загруженные на сервисы YouTube и Вконтакте самими пользователями. Эти же ролики представляли особый интерес для видеообзоров, – популярного в начале 10-х годов жанра контента на YouTube. Создатели видеообзоров (самоназвание – видеообзорщики) позиционировали себя проводниками в комичный контент виртуальных платформ, предоставляя источник для интертекстуальных кодов пользователей интернета – мемов. Когда видео, найденные авторами RYTP, вместе с их собственными работами показали на Первом канале, жанр привлёк внимание новой аудитории, не знакомой с культурой юмора в Рунете.

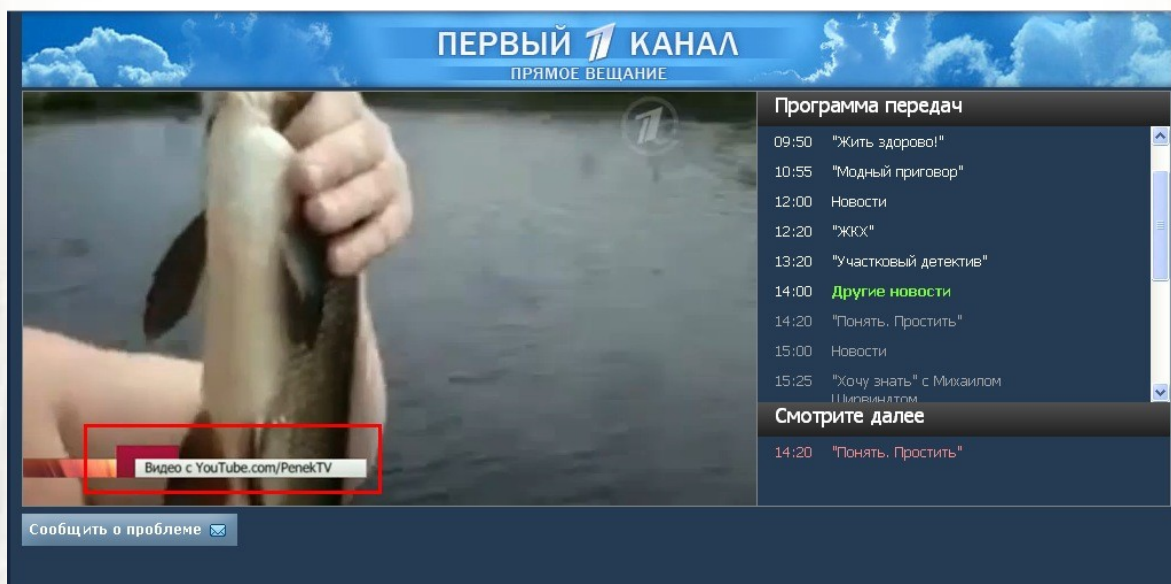


Рисунок 1. Скриншот с веб-сайта Первого телеканала, на который ретранслируется телевизионный поток. Запечатлён показ видео с YouTube канала PenekTV, который на ранних стадиях развития жанра был одним из наиболее известных

Figure 1. Screenshot from the website of the First TV Channel, to which the TV stream is rebroadcast. Captures a video from the YouTube channel PenekTV, which was one of the best known channels in the early stages of the genre's development

Модерация контента: унификация и разнообразие пользовательского опыта

Алгоритмизация пользовательского движения по интернет-платформам сопровождается риторикой о том, что каждый путь пользователя индивидуально адаптирован под его запросы, интересы и потребности. Однако манипуляции с интерфейсом самих платформ фиксируют движение к большему единообразию: социальная сеть Вконтакте изначально имела унифициро-



ванный вид, максимально схожий с социальной сетью Facebook, в то время как кастомизация тематических блоков была доступна скорее для конструкции групп и сообществ. На каждой отдельной странице до 21 октября 2010 года присутствовала «стена» – пространство под личной информацией о пользователе (датой рождения, городом проживания), где другие пользователи могли оставлять комментарии. Каждая новая мысль или ответ публиковались в виде отдельной записи на стене или отправлялись личным сообщением. Позже стену заменил микроблог, что повлекло за собой снижение активности взаимодействия пользователей непосредственно на страницах друзей.

На одной странице пользователя можно было найти разнообразную информацию: от места работы до религиозных взглядов; фотографии, видео, музыку, заметки, что формировало «резюме» пользователя. Всё это было возможно благодаря заполнению профиля и настройке отображения данных параметров. Использование парсеров – инструментов для кастомизированного поиска информации по заданным критериям, которые не всегда были доступны через стандартные функции поиска платформы, – а также постоянство в отображении различных данных на странице подталкивали пользователей к самостоятельному поиску контента и интересующих их персоналий через собственные алгоритмы поиска (Пример приведён в работе: Smirnov, Sivak, & Kozmina, 2016).

До 2011 года пользователи YouTube имели возможность кастомизировать или визуально оформить свою личную страницу на сервисе: добавить фон для канала, описание, тематические блоки и рекомендации других пользователей. В 2012 году дизайн принял более минималистичный вид с белым фоном. Блок новостей платформы и рекомендации роликов с большим количеством просмотров при просмотре отдельного видео исчезли, что сделало интерфейс более схожим с современным.

Инструменты модерации до сих пор остаются непрозрачными, однако можно утверждать, что механизмы автоматического скрывания и удаления контента в прошлом работали менее оперативно, меньшее количество факторов запускало процесс работы алгоритмов. Респонденты также отмечают, что количество жалоб на видео играло лишь незначительную роль в модерации. Пользователи могли жаловаться на контент, который действительно нарушал правила сервиса, но при этом единичные обращения могли привести к удалению видео, которое не нарушало этих правил. Таким образом, с YouTube исчезло множество роликов с персонажем по прозвищу «опасный поцык», который стал каноничным для жанра RYTP. Однако сейчас загрузить видео с этим персонажем невозможно – YouTube автоматически блокирует такие видео, предположительно из-за наличия сигареты у несовершеннолетнего героя. Более того, платформа может заблокировать и сам аккаунт, что уже произошло с несколькими авторами RYTP.



Рисунок 2. Пример оформления канала Tolmin в 2012 году, скриншот предоставлен анонимно одним из авторов. По нему также можно установить следующую особенность сервиса: до 2012 года пользователь мог создать только один канал, названный так же, как и никнейм, а потому никнеймы авторов часто становились их псевдонимами. Более того, до того же года изменить никнейм было невозможно

Figure 2. An example of Tolmin channel design in 2012, screenshot provided anonymously by one of the authors. It also shows the following peculiarity of the service: before 2012, a user could create only one channel with the same name as the nickname, and therefore the nicknames of authors often became their pseudonyms. Moreover, it was impossible to change the nickname until the same year

Пример оформления канала Tolmin в 2012 году, скриншот предоставлен анонимно одним из авторов. По нему также можно установить следующую особенность сервиса: до 2012 года пользователь мог создать только один канал, названный так же, как и никнейм, а потому никнеймы авторов часто становились их псевдонимами. Более того, до того же года изменить никнейм было невозможно.

Примерно с начала 2010-х годов на YouTube начали заходить крупные медиаконгломераты, и появились дополнительные алгоритмы, фиксирующие наличие музыки и фильмов, защищённых авторским правом. При этом модерация авторского контента стала менее строгой: ранее компании не позволяли использовать музыку в видео даже при изменении визуального содержания контента, однако впоследствии пользователям была предоставлена такая возможность. Тем не менее, некоторые исполнители до сих пор не дают разрешение на использование произведений даже для некоммерческих целей. Модерация содержания видео на YouTube значительно повлияла на мотивацию авторов продолжать работу, несмотря на всё ещё большую лояльность к платформе. (Подробнее о мотивации в использовании YouTube см. Lee & Lehto, 2013, p. 203). На любое видео мог быть наложен «флаг», а после трёх таких «флагов» канал удалялся автоматически, – так несколько авторов лишились доступа к своему контенту. Один из таких случаев описывает автор



под псевдонимом ГТНО в тематической группе ВКонтакте в 2012 году. В публикации он прикрепил ссылку на свой новый канал и написал: «Можно стараться изо всех сил, но всегда будут вещи, которые мы не в силах исправить. Как бы жутко это ни звучало, но это так» (ГТНО, 2012). Угадать заранее, что именно может привести к «флагу», было практически невозможно, поскольку привычные стратегии создания контента могли вызвать блокировку наравне с контентом, нарушающим политику платформы. Так, присутствие в видео персонажа «опасный поцык» стало одной из причин массового получения флага на каналах жанра RYTP.

Политика модерации YouTube разительно отличается от модерации медиа-материалов на платформе ВКонтакте, известной как социальная сеть с наибольшим количеством пиратского контента. Несмотря на попытки внедрить алгоритмы для выявления материалов, наделенных авторским правом (Справочник API | Roadmap, б. д.), пользователи быстро находили способы обхода ограничений. Например, в 2013 году введенные ограничения сделали многие музыкальные произведения недоступными для прослушивания. В ответ пользователи предложили несколько решений: незначительное изменение трека, увеличение его длительности или вырезание небольшого фрагмента (Maglink, 2013). Другим вариантом стало переименование аудиозаписей и использование кодовых названий для исполнителей, чьи треки подверглись удалению (Коцар, 2013). Что касается видео, авторские фильмы не подвергались проверке на ВКонтакте, что сделало платформу хранилищем для многих произведений, недоступных для свободного просмотра.

Поляризация и дисперсия сообщества

Массовый отказ от публикации работ во ВКонтакте связан с техническими ограничениями, обнаруженными администрацией тематической группы по жанру. В 2011 году администрация предприняла решение о создании ещё одной группы, поскольку в «официальной» место для загрузки видеозаписей исчерпало свой лимит. Чтобы избежать повторения этой ситуации в новой группе – «хранилище», – администрация ввела собственную систему модерации, направленную на публикацию только качественного контента. Реакцией на это со стороны части сообщества признанных авторов стало создание собственного поджанра, который включал приёмы, сочтённые недостаточно качественными для модераторов группы. Это коллективное творчество поддерживалось тем фактом, что YouTube уже позволял создавать каналы с любыми названиями, и авторы использовали это для создания ироничных проектов, предназначенных не для широкой аудитории, а для опытных авторов RYTP.

Модераторы обоих сообществ также просили подписчиков воздерживаться от обсуждения свободных тем на «стене», используя её только для публикации контента, анонсов и сообщений, непосредственно



связанных с жанром. К темам, которые попадали под запрет, относились вопросы о классификации видео как принадлежащего к жанру RYTP, обсуждения поджанров и дискуссии о будущем жанра. Администрация периодически очищала группу от обсуждений с помощью специальных скриптов, а пользователи, которым была важна возможность общения, создавали собственные сообщества или творческие объединения.

В один из дней в официальной группе было зафиксировано резкое сокращение числа подписчиков – на 50 тысяч за короткий промежуток времени. Этот аномальный отток участников нельзя было объяснить обычной активностью пользователей. Поскольку каждая группа ВКонтакте имеет уникальный идентификатор, исключалась возможность создания дубликатов, что указывало на масштабную и целенаправленную операцию. Анализ показал, что для подобного массового удаления подписчиков был использован специальный скрипт – программный код, который автоматизирует выполнение операций, невыполнимых вручную. Примеры использования таких скриптов можно найти в обучающих видеороликах на YouTube (sdfghjfdb, 2010)¹.

В основной группе жанра регулярно проводились конкурсы на лучшую работу, поддерживалась активность через игровые серверы, организовывались эфиры на тематической интернет-радиостанции, а также существовали планы по созданию собственного видеохостинга, черновики которого можно найти в веб-архиве WebArchive². В локальных сообществах обсуждения выходили за рамки самого жанра и охватывали широкий спектр тем. В то же время высокая степень вовлечённости участников в творчество друг друга способствовала активным размышлениям о состоянии жанра, актуальность которого начала ставиться под вопрос в связи с поляризацией сообщества и особенностями модерации в крупнейших тематических группах. Часть авторов выражала недовольство тем, что жанр привлекал массовую аудиторию: аналитика Google Trends подтверждает³ данные о том, что с 2012 года количество запросов с аббревиатурой RYTP постепенно увеличивается с течением времени.

Рост интереса к жанру был частично обусловлен увеличением числа пользователей интернета и более широкой доступностью средств коммуникации. Также возросло количество пользователей YouTube, что подтверждается выдачей «серебряных кнопок» русскоязычным видеоблогерам за достижение 100 тысяч подписчиков. Только в 2012 году эту награду получили наиболее популярные русскоязычные авторы. YouTube перестал быть просто платформой для публикации творчества и стал пространством для коммерциализированного контента. Хотя монетизация видео стала возможной в конце

1 Другие примеры можно найти по запросу “before:2012-11-11 скрипт вконтакте” в адресной строке сервиса YouTube.

2 Находится по следующей ссылке: https://web.archive.org/web/2024000000000*/http://www.poop-russian.ru/

3 Google Trends (n.d.). “RYTP”. <https://trends.google.ru/trends/explore?date=all&geo=RU&q=rytp&hl=ru>



2010 года, начиная с 2012 года можно говорить о полноценной возможности заработка через YouTube (Arthurs, Drakopoulou & Gandini, 2018, p. 7-10; Jeonga, Sohn, & Kwon, 2019). Доход авторов напрямую зависел от количества просмотров, поскольку встроенная реклама стабильно приносила прибыль. В связи с этим часть авторов начала рассматривать маркетинговый потенциал жанра RYTP¹.

Вместе с децентрализацией зрителей и авторов в локальных сообществах возникли внутренние течения и рабочие группы, занимающиеся экспериментальными проектами. Некоторые авторы стремились упростить контент и сделать его максимально доступным для широкой аудитории разных возрастов, в то время как другие сосредоточивались на качестве и совершенствовании приёмов RYTP. Ускоряя видео до такой степени, что неподготовленный зритель не успевал осмыслить просмотренное, авторы намеренно отсеивали тех, кто не был заинтересован в художественной ценности работ. Среди экспериментов также появились видеоролики, исследующие механики обхода алгоритмов проверки контента YouTube. Например, размывание изображения не всегда спасало видео от блокировки, однако наложение поверх другого видео или картинок позволяло публиковать даже провокационные материалы, не вызывая реакции со стороны платформы.

Жанр при реформации платформ

До 2016 года частота поисковых запросов с содержанием аббревиатуры RYTP стремительно росла, однако затем начала постепенно снижаться. В жанре сформировалось несколько поколений авторов, некоторые из которых достигли миллионов просмотров. Хотя отдельные видео продолжают привлекать внимание, в целом можно отметить, что интерес к жанру снижается. В период с 2012 по 2016 год в жанре не происходило значительных изменений, поэтому исследование переместило фокус на причины в изменениях функционала виртуальных платформ.

В 2014 году платформа ВКонтакте пережила знаковое событие: её основатель Павел Дуров покинул пост генерального директора, – с его слов – из-за давления, связанного с отказом удалить оппозиционные сообщества (Дуров, 2014; Jainer & Rantapelkonen, 2013). Павел Дуров продолжил свою работу, запустив альтернативный мессенджер Telegram, призывая пользователей переходить на более безопасные формы коммуникации в интернете (Knockel et al., 2023; Dollbaum, 2020; Vendil Pallin 2016). Действительно, часть пользователей стала реже использовать ВКонтакте из-за введённых санкций за нарушение правил, установленных новым руководством компании. В результате многие тематические чаты мигрировали из ВКонтакте в Telegram, а авторы начали развивать свои блоги на другой платформе, используя функциональные возможности, значительно отличающиеся от привычного ВКонтакте.

¹ К примеру, автор канала «Пенёк ТВ» с 2018 года принимает заказы на рекламу в видеороликах.



Не менее значимым событием стала смена алгоритмов YouTube, а именно внедрение искусственного интеллекта в технологию рекомендаций контента. YouTube не раскрывает подробности этих изменений (Pietrobruno, 2016), но пользователи отмечают их сами: например, до августа 2015 года было невозможно увидеть точное количество просмотров видео в реальном времени (Numberphile, 2012), и счётчик просмотров замирал на несколько часов. Также до 2016 года отсутствовала информация об использовании искусственного интеллекта в алгоритмах YouTube, однако в 2016 году появилась статья, описывающая новую механику рекомендаций (Covington, Adams & Sargin, 2016, p. 191-198). Одним из ключевых факторов этих алгоритмов стала продолжительность нахождения пользователя на платформе, из-за чего работы, не влияющие на активность зрителей, имели меньше шансов попасть в рекомендации (Lukoff et al., 2021). Это позволило сделать вывод, что изменения в платформах для публикации контента изменили стратегии взаимодействия авторов с сервисами, а также интерактивные функции их произведений. Поскольку сами платформы поощряли количественное потребление контента, внутренняя коммуникация перестала соответствовать требованиям жанра. Авторы и зрители отмечают, что с 2013 года они стали активнее общаться в социальных сетях с более разнообразными форматами коммуникации, включая видеозвонки, демонстрацию экрана, искажение голоса и изображения, а также через многопользовательские игры, которые создают новые формы взаимодействия, недоступные в соцсетях. Даже точечная настройка алгоритмов YouTube с 2016 года не позволяет эффективно продвигать новые мультимедийные проекты (Matamoros-Fernández et al., 2021), что вынуждает художников задумываться о целесообразности использования этой платформы, учитывая возможные проблемы с модерацией. Выходом становится обращение к другим проектам, предоставляющим площадку для высококачественного контента, но в ту же очередь исключают возможность получения обратной связи от пользователей. Комментарии к видео на YouTube являются богатым материалом для установления нового знания или проверки существующих гипотез (Хлевнюк & Максимова, 2021, с. 28-46), что ставит художников перед выбором между интерактивностью и творческой свободой в условиях виртуальных пространств.

Результаты и заключение

Частный случай жанра RYTP оказывается маркером состояния актуального мультимедийного искусства в интернет-среде, транслирующим наличие неразрывной связи политики виртуальных платформ, алгоритмизации и большей доступности интернета с трансформацией способов выразительности. Уменьшение возможности контроля зрителем поступающего контента также влияет и на те форматы интернет-искусства, где интерактивность и трансмедийность имели наибольшую ценность. Элиминация площадки для



выражения мыслей и идей в творческом сообществе способствует не исчезновению сообщества, но его большей маргинализации; уходом художников в другие форматы коммуникации, более закрытые и недоступные массовому зрителю.

Рассмотренные изменения политик и алгоритмов платформ привели к поляризации контента внутри жанра: один из них таргетирован на широкую аудиторию, в то время как другой приобрёл спонтанный характер и стал доступен лишь другим художникам или зрителям, уже знакомым с жанром. Сокращение функциональных возможностей для создания и развития сообществ на виртуальных площадках повлияло на нежелание художников бороться с нововведениями платформ и вместо этого сформировало стратегии избегания алгоритмов, автоматических механик. В результате сложившейся коммуникации диалог между авторами мультимедийных работ и зрителями превратился в полифонию, где их роли ситуативно взаимозаменяемы, но изменения политик относительно контента на YouTube и ВКонтакте привели к невозможности случайного столкновения неподготовленного зрителя с контентом, что подняло порог доступа к авторским работам. Так, авторы экспериментальных работ в жанре RYTP перестали использовать аббревиатуру, хотя их контент по-прежнему остаётся в рамках жанра, или переключилась на иные интерактивные формы самовыражения в интернете.

Результат проведенного исследования намечает темы для дальнейшего изучения интернет-искусства, а именно: стратегии адаптации художников к нестабильной политике виртуальных платформ, имеющих значительное влияние на социально-экономические сферы; влияние усиления контроля над цифровой средой на художественные практики. Отдельного внимания заслуживают альтернативные подходы к конструированию интернет-платформ, которые способствовали сохранению ценности интерактивности, лежащей в основе жанра RYTP.

Список литературы

- Adeloye, A. A., Kayode, T. D., & Akinlawon, T. K. (2024). The impact of technology on the production and consumption of contemporary art. *Art Time*, 6, 21–26.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.10894497>
- Arthurs, J., Drakopoulou, S., & Gandini, A. (2018). Researching YouTube. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 24(1), 3–15.
<https://doi.org/10.1177/1354856517737222>
- Covington, P., Adams, J., & Sargin, E. (2016). Deep Neural Networks for YouTube Recommendations. *Proceedings of the 10th ACM Conference on Recommender Systems*, 191–198.
<https://doi.org/10.1145/2959100.2959190>



- Dollbaum, J. M. (2021). Social Policy on Social Media: How Opposition Actors Used Twitter and VKontakte to Oppose the Russian Pension Reform. *Problems of Post-Communism*, 68(6), 509–520. <https://doi.org/10.1080/10758216.2020.1800492>
- Eugster, B. (2014). How Online Access Changed Amateur Video Editing. *Acta Universitatis Sapientiae, Film and Media Studies*, 9(1), 107–124. <https://doi.org/10.1515/ausfm-2015-0005>
- Figueiro, C., Lunhani, G., & Soares, G. (2016). YTPMV—Viral Error Aesthetics and Chaos Information from recycling YouTube memes as new form of Video Music. *Sonologia, Out of Phase*, 93–105.
- Fuchs, C. (2014). *Social Media: A Critical Introduction*. SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781446270066>
- Ghidini, M. (2019). Curating on the Web: The Evolution of Platforms as Spaces for Producing and Disseminating Web-Based Art. *Arts*, 8(3), 78. <https://doi.org/10.3390/arts8030078>
- Groys, B. (2015). Art Workers: Between Utopia And The Archive. In L. Cornell & E. Halter (Eds.), *Mass Effect: Art and the Internet in the Twenty-First Century (Critical Anthologies in Art and Culture)* (pp. 357–368). The MIT Press.
- Hong, N. (2022). Digital-Media-Based Interaction and Dissemination of Traditional Culture Integrating Using Social Media Data Analytics. *Computational Intelligence and Neuroscience*, 2022, 1–11. <https://doi.org/10.1155/2022/5846451>
- Jainer, M., & Rantapelkonen, J. (2013). Russian Struggle for Sovereignty in Cyber Space. *Tiede Ja Ase*, 71, 64–89.
- Jeonga, J., Sohn, K., & Kwon, O. (2019). The Effects of Content and Distribution of Recommended Items on User Satisfaction: Focus on YouTube. *Asia Pacific Journal of Information Systems*, 29(4), 856–874. <https://doi.org/10.14329/apjis.2019.29.4.856>
- Knockel, J., Dalek, J., Meletti, L., & Ermoshina, K. (2023). Not OK on VK: An Analysis of In-Platform Censorship on Russia's VKontakte. *The Citizen Lab Research Report*. <http://hdl.handle.net/1807/129345>
- Knutilla, L. (2015). *Trolling Aesthetics: The LULZ as Creative Practice* [Doctoral Dissertation, York University]. <https://yorkspace.library.yorku.ca/server/api/core/bitstreams/2e88593b-f9e6-41d0-b0e7-0adc99293dcb/content>
- Lee, D. Y., & Lehto, M. R. (2013). User acceptance of YouTube for procedural learning: An extension of the Technology Acceptance Model. *Computers & Education*, 61, 193–208. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2012.10.001>
- Lughi, G. (2014). Digital Media and Contemporary Art. *Mimesis Journal*, 3, 2, 43–52. <https://doi.org/10.4000/mimesis.686>
- Lukoff, K., Lyngs, U., Zade, H., Liao, J. V., Choi, J., Fan, K., Munson, S. A., & Hiniker, A. (2021). How the Design of YouTube Influences User Sense of Agency. *Proceedings of the 2021 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1–17. <https://doi.org/10.1145/3411764.3445467>
- Manovich, L. (2009). The Practice of Everyday (Media) Life: From Mass Consumption to Mass Cultural Production? *Critical Inquiry*, 35(2), 319–331. <https://doi.org/10.1086/596645>
- Matamoros-Fernández, A., Gray, J. E., Bartolo, L., Burgess, J., & Suzor, N. (2021). What's "Up Next"? Investigating Algorithmic Recommendations on YouTube Across Issues and Over Time. *Media and Communication*, 9(4), 234–249. <https://doi.org/10.17645/mac.v9i4.4184>



- Numberphile. (2012). *Why do YouTube views freeze at 301?* YouTube [Video]. YouTube. <https://youtu.be/olkhgagvrjl?feature=shared>
- Pietrobruno, S. (2016). YouTube flow and the transmission of heritage: The interplay of users, content, and algorithms. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 24(6), 523–537. <https://doi.org/10.1177/1354856516680339>
- Salah, A. A. (2010, July). The online potential of art creation and dissemination: DeviantArt as the next art venue. *Proceedings of the 2010 International Conference on Electronic Visualisation and the Arts. Electronic Visualisation and the Arts (EVA 2010)*. <https://doi.org/10.14236/ewic/EVA2010.4>
- Smirnov, I., Sivak, E., & Kozmina, Y. (2016). In Search of Lost Profiles: The Reliability of VKontakte Data and Its Importance for Educational Research. *Voprosy Obrazovaniya / Educational Studies* Moscow, 4, 106–122. <https://doi.org/10.17323/1814-9545-2016-4-106-122>
- Thuijs, S. (2011). *YouTube Poop. A picture of the Digital*. Personal Public Publishings. <https://stijniethuijs.files.wordpress.com/2011/09/scriptie-youtube-poop-v-2.pdf>
- Vendil Pallin, C. (2017). Internet control through ownership: The case of Russia. *Post-Soviet Affairs*, 33(1), 16–33. <https://doi.org/10.1080/1060586X.2015.1121712>
- Wang, V., & Wang, D. (2021). The Impact of the Increasing Popularity of Digital Art on the Current Job Market for Artists. *Art and Design Review*, 9(3), 242–253. <https://doi.org/10.4236/adr.2021.93019>
- Maglink. (2013, июнь 16). Блокировка аудиозаписей Вконтакте. Восстанавливаем плейлист. Хабр. <https://habr.com/ru/articles/183470/>
- Sdfghjhd. (2010). *Использование скриптов Вконтакте!* [Видео] YouTube. <https://youtu.be/JVImUWpjVus?si=XKjVi98pEp3ljTII>
- Дуров, П. (2014, апрель 21). Судя по новостям, в результате моего публичного отказа на прошлой неделе сегодня меня уволили с должности генерального директора Вконтакте. VK. https://vk.com/durov?w=wall_45624
- Коцар, Ю. (2013, июнь 17). *Верните музыку в VK*. Газета.Ru. https://www.gazeta.ru/tech/2013/06/17_a_5382493.shtml
- М. А. Кронгауз в интервью газете «Вечерняя Москва» рассказал о «Словаре языка интернета.ru». (2017, январь 10). Школа филологических наук НИУ ВШЭ. <https://philology.hse.ru/conflictology/news/200602142.html>
- Пученкова, Л. (2015). *Установка панели навигации в вики-меню в группе Вконтакте* [Видео]. YouTube. <https://youtu.be/Uk5G9ouw9jw?feature=shared>
- Справочник API | Roadmap. (б. д.). VK для разработчиков. https://dev.vk.com/ru/reference/roadmap?ref=old_portal
- Хлевнюк, Д. О., & Максимова, А. С. (2021). Родины нашего страха: Рецепция фильма Юрия Дудя** «Колыма» в социальных сетях. *Интеракция. Интервью. Интерпретация*, 13(4), 28–46. <https://doi.org/10.19181/inter.2021.13.4.2>

** — Признан иностранным агентом на территории Российской Федерации



References

- Adeloye, A. A., Kayode, T. D., & Akinlawon, T. K. (2024). The impact of technology on the production and consumption of contemporary art. *Art Time*, 6, 21–26.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.10894497>
- API Reference | Roadmap. (n. d.). VK for developers. https://dev.vk.com/ru/reference/roadmap?ref=old_portal (In Russian).
- Arthurs, J., Drakopoulou, S., & Gandini, A. (2018). Researching YouTube. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 24(1), 3–15.
<https://doi.org/10.1177/1354856517737222>
- Covington, P., Adams, J., & Sargin, E. (2016). Deep Neural Networks for YouTube Recommendations. *Proceedings of the 10th ACM Conference on Recommender Systems*, 191–198.
<https://doi.org/10.1145/2959100.2959190>
- Dollbaum, J. M. (2021). Social Policy on Social Media: How Opposition Actors Used Twitter and VKontakte to Oppose the Russian Pension Reform. *Problems of Post-Communism*, 68(6), 509–520.
<https://doi.org/10.1080/10758216.2020.1800492>
- Durov, P. (2014, April 21). *Judging by the news, as a result of my public refusal last week, I was fired from my position as CEO of VKontakte today*. VK. https://vk.com/durov?w=wall1_45624 (In Russian).
- Eugster, B. (2014). How Online Access Changed Amateur Video Editing. *Acta Universitatis Sapientiae, Film and Media Studies*, 9(1), 107–124. <https://doi.org/10.1515/ausfm-2015-0005>
- Figueiro, C., Lunhani, G., & Soares, G. (2016). YTPMV—Viral Error Aesthetics and Chaos Information from recycling YouTube memes as new form of Video Music. *Sonologia, Out of Phase*, 93–105.
- Fuchs, C. (2014). *Social Media: A Critical Introduction*. SAGE Publications Ltd.
<https://doi.org/10.4135/9781446270066>
- Ghidini, M. (2019). Curating on the Web: The Evolution of Platforms as Spaces for Producing and Disseminating Web-Based Art. *Arts*, 8(3), 78. <https://doi.org/10.3390/arts8030078>
- Groys, B. (2015). Art Workers: Between Utopia And The Archive. In L. Cornell & E. Halter (Eds.), *Mass Effect: Art and the Internet in the Twenty-First Century (Critical Anthologies in Art and Culture)* (pp. 357–368). The MIT Press.
- Hong, N. (2022). Digital-Media-Based Interaction and Dissemination of Traditional Culture Integrating Using Social Media Data Analytics. *Computational Intelligence and Neuroscience*, 2022, 1–11.
<https://doi.org/10.1155/2022/5846451>
- Jainer, M., & Rantapelkonen, J. (2013). Russian Struggle for Sovereignty in Cyber Space. *Tiede Ja Ase*, 71, 64–89.
- Jeonga, J., Sohn, K., & Kwon, O. (2019). The Effects of Content and Distribution of Recommended Items on User Satisfaction: Focus on YouTube. *Asia Pacific Journal of Information Systems*, 29(4), 856–874. <https://doi.org/10.14329/apjis.2019.29.4.856>
- Khlevnyuk, D. O., & Maximova, A. S. (2021). Birthplaces of Our Fear: Reception of Yuri Dud's** Documentary “Kolyma” in Social Media. *Interaction. Interview. Interpretation*, 13(4), 28–46.
<https://doi.org/10.19181/inter.2021.13.4.2> (In Russian).



- Knockel, J., Dalek, J., Meletti, L., & Ermoshina, K. (2023). Not OK on VK: An Analysis of In-Platform Censorship on Russia's VKontakte. *The Citizen Lab Research Report*.
<http://hdl.handle.net/1807/129345>
- Knutilla, L. (2015). *Trolling Aesthetics: The LULZ as Creative Practice* [Doctoral Dissertation, York University]. <https://yorkspace.library.yorku.ca/server/api/core/bitstreams/2e88593b-f9e6-41d0-b0e7-0adc99293dcb/content>
- Kotsar, Yu. (2013, June 17). *BringthemusicbacktoVK*. Gazeta.Ru.
https://www.gazeta.ru/tech/2013/06/17_a_5382493.shtml (In Russian).
- Lee, D. Y., & Lehto, M. R. (2013). User acceptance of YouTube for procedural learning: An extension of the Technology Acceptance Model. *Computers & Education*, 61, 193–208.
<https://doi.org/10.1016/j.compedu.2012.10.001>
- Lughi, G. (2014). Digital Media and Contemporary Art. *Mimesis Journal*, 3, 2, 43–52.
<https://doi.org/10.4000/mimesis.686>
- Lukoff, K., Lyngs, U., Zade, H., Liao, J. V., Choi, J., Fan, K., Munson, S. A., & Hiniker, A. (2021). How the Design of YouTube Influences User Sense of Agency. *Proceedings of the 2021 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1–17.
<https://doi.org/10.1145/3411764.3445467>
- M. A. Krongauz in an interview with the newspaper “Vechernyaya Moskva” told about the “Dictionary of the language of the Internet.ru”. (2017, January 10). School of Philological Sciences of the National Research University Higher School of Economics.
<https://philology.hse.ru/conflictology/news/200602142.html> (In Russian).
- Maglink. (2013, June 16). *Blocking audio recordings in Vkontakte. Restore the playlist*. Habr.
<https://habr.com/ru/articles/183470/> (In Russian).
- Manovich, L. (2009). The Practice of Everyday (Media) Life: From Mass Consumption to Mass Cultural Production? *Critical Inquiry*, 35(2), 319–331. <https://doi.org/10.1086/596645>
- Matamoros-Fernández, A., Gray, J. E., Bartolo, L., Burgess, J., & Suzor, N. (2021). What's “Up Next”? Investigating Algorithmic Recommendations on YouTube Across Issues and Over Time. *Media and Communication*, 9(4), 234–249. <https://doi.org/10.17645/mac.v9i4.4184>
- Numberphile. (2012). *Why do YouTube views freeze at 301?* YouTube [Video]. YouTube.
<https://youtu.be/olkhgagvrjl?feature=shared>
- Pietrobruno, S. (2016). YouTube flow and the transmission of heritage: The interplay of users, content, and algorithms. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 24(6), 523–537. <https://doi.org/10.1177/1354856516680339>
- Puchenkova, L. (2015). *Setting a navigation bar in a wiki menu in a VKontakte group* [Video]. YouTube.
<https://youtu.be/Uk5G9ouw9jw?feature=shared> (In Russian).
- Salah, A. A. (2010, July). The online potential of art creation and dissemination: DeviantArt as the next art venue. *Proceedings of the 2010 International Conference on Electronic Visualisation and the Arts*. Electronic Visualisation and the Arts (EVA 2010).
<https://doi.org/10.14236/ewic/EVA2010.4>
- Sdfghjhd. (2010). *Using Vkontakte scripts!* [Video] YouTube. <https://youtu.be/JVImUWpjVus?si=XKjVi98pEp3ljTII> (In Russian).



- Smirnov, I., Sivak, E., & Kozmina, Y. (2016). In Search of Lost Profiles: The Reliability of VKontakte Data and Its Importance for Educational Research. *Voprosy Obrazovaniya / Educational Studies Moscow*, 4, 106–122. <https://doi.org/10.17323/1814-9545-2016-4-106-122>
- Thuijs, S. (2011). *YouTube Poop. A picture of the Digital*. Personal Public Publishings. <https://stijniethuijs.files.wordpress.com/2011/09/scriptie-youtube-poop-v-2.pdf>
- Vendil Pallin, C. (2017). Internet control through ownership: The case of Russia. *Post-Soviet Affairs*, 33(1), 16–33. <https://doi.org/10.1080/1060586X.2015.1121712>
- Wang, V., & Wang, D. (2021). The Impact of the Increasing Popularity of Digital Art on the Current Job Market for Artists. *Art and Design Review*, 9(3), 242–253. <https://doi.org/10.4236/adr.2021.93019>

** — Recognized as a foreign agent in the Russian Federation