

УДК 791.229.2:7.097

DOI: 10.30628/1994-9529-2026-22.1-79-104

EDN: BYISDH

Статья получена 12.08.2025, отредактирована 14.12.2025, принята 31.03.2026

**РОМАН ЛЕОНИДОВИЧ КРАСИЛЬНИКОВ**

независимый исследователь

Россия, Москва

**ResearcherID: N-8339-2016**

**ORCID: 0000-0002-4279-8263**

**e-mail: krasilnikov.rl@gmail.com**

*Для цитирования*

Красильников Р.Л. Медиапроект «Ехал Грека. Путешествие по настоящей России»: концепция, приемы, рецепция // Наука телевидения. 2026. 22 (1). С. 79–104. DOI: 10.30628/1994-9529-2026-22.1-79-104. EDN: BYISDH

## Медиапроект «Ехал Грека. Путешествие по настоящей России»: концепция, приемы, рецепция

**Аннотация.** В статье изучаются особенности медиапроекта «Ехал Грека. Путешествие по настоящей России» (2015–2022, режиссер Светлана Резвушкина). Исследовательское внимание фокусируется на специфике финансирования и производства фильмов, их содержания, демонстрации и рецепции. Проект оказывается синтетическим продуктом, который сочетает в себе государственную и частную поддержку, доступность в различных медиа (на телевидении и в интернете, онлайн-кинотеатрах), а также различную жанровую природу (от документалистики и телепередачи до видеоблога и травелога). В статье рассматриваются особенности фильмов, в том числе специфика фигуры ведущего (грека Димитриса Георгиадиса), дороги как темы и как съемочного приема, людей как «главных точек опоры» сериала. Кроме антропологического, анализируются социальный, исторический, географический, этнографический и эстетический аспекты проекта. Характерной чертой сериала называется его «диалогичность», которая выразилась в активном взаимодействии со зрителями. Таким образом, «Ехал

Published by  
Наука  
телевидения



Грека» предстает проектом, репрезентирующим не только определенный срез российской провинции в соответствующую эпоху, но и определенную степень в развитии медиапродукции.

**Ключевые слова:** «Ехал Грека», медиапроект, документалистика, телепередача, сериал, видеоблог, журналистика путешествий / трэвел-журналистика, трансмедиа, студия «Лавр», Светлана Резвущкина, Димитрис Георгиадис

**UDK 791.229.2:7.097**

DOI: 10.30628/1994-9529-2026-22.1-79-104

EDN: BYISDH

Received 12.08.2025, revised 14.12.2025, accepted 31.03.2026

**ROMAN L. KRASILNIKOV**

Independent Researcher

Moscow, Russia

Dr. Sci. (Philology), Associate Professor

**ResearcherID: N-8339-2016**

**ORCID: 0000-0002-4279-8263**

**e-mail: krasilnikov.rl@gmail.com**

For citation

Krasilnikov, R.L. (2026). Media project *Ekhal Greka: A Journey Through Real Russia*: Concept, techniques, and reception. *Nauka Televideniya—The Art and Science of Television*, 22 (1), 79–104. <https://doi.org/10.30628/1994-9529-2026-22.1-79-104>, <https://elibrary.ru/BYISDH>

## Media project *Ekhal Greka*: *A Journey Through Real Russia*: Concept, techniques, and reception

**Abstract.** This article examines the media project *Ekhal Greka: A Journey Through Real Russia* (2015–2022, directed by Svetlana Rezvushkina), focusing on its funding and production models, content, distribution, and audience reception. The project emerges as a synthetic cultural product that

combines public and private financing with multi-platform availability—on television, the internet, streaming services, and social media. It also draws on a hybrid genre identity, blending elements of documentary, television programming, video blogging, and travelogue. The analysis explores several key features of the films: the distinctive role of the host, the Greek presenter Dimitris Georgiadis; the road as both thematic core and filming device; and the representation of local people as the series' primary “anchor points.” In addition to an anthropological lens, the study considers social, historical, geographical, ethnographic, and aesthetic dimensions of the project. A defining characteristic identified is the series' “dialogic” quality, manifested in its active engagement with viewers. Ultimately, *Ekhal Greka* emerges as a project that not only captures a specific cross-section of the Russian provincial landscape during a particular era but also marks a distinct stage in the evolution of media production in Russia.

**Keywords:** *Ekhal Greka*, media project, documentary, TV show, series, video blog, travel journalism, transmedia, Lavr studio, Svetlana Rezvushkina, Dimitris Georgiadis

## ВВЕДЕНИЕ

Журналистика путешествий, или трэвел-журналистика<sup>1</sup>, является сегодня одной из активно развивающихся областей массмедиа. Продукция такого рода чрезвычайно обширна и разнообразна (в различных видах СМИ — от печатных до электронных), поэтому перед ее создателями, как правило, стоит задача выделиться среди однородного и однотипного потока информации. В этой связи, на наш взгляд, примечателен и своеобразен медиапроект «Ехал Грека. Путешествие по настоящей России» (режиссер — Светлана Резвушкина), который и стал предметом изучения для данной статьи.

Опорой для нашей работы послужила различная научная литература. Прежде всего, это исследования, посвященные трэвел-журналистике, образовавшие целое академическое направление с обширной концептуальной зарубежной и отечественной историографией (см., например,

---

<sup>1</sup> Термин «Журналистика путешествий» — в большей мере название явления в целом, а дефиниция «трэвел-журналистика» в разноязычных академических традициях коррелирует с наименованием соответствующей отрасли исследований, поэтому в дальнейшем в тексте будет использоваться именно такое определение.

обзоры: Freire & Curvelo, 2021, p. 973–974; Рубцова, Девдариани, 2021, с. 327). В статьях, коллективных сборниках и монографиях изучаются дефиниции трэвел-журналистики (Hanusch, 2010, p. 70–71; Кривцов, 2017, с. 349–350), ее задачи (Hanusch & Fürsich, 2014, p. 9–11), принципы ее критического анализа (Fürsich & Kavoori, 2001, p. 154–155), трансформация роли трэвел-журналиста в цифровую эпоху (Pirulli, 2018), особенности репрезентации «Другого» (Fürsich, 2002, p. 57–78; Показаньева, 2015, с. 1438), взгляды Запада и Востока друг на друга (Cocking, 2020, p. 105–107) и т. д. Кроме того, конечно же, нас интересовали работы, посвященные трэвел-фильмам и трэвел-влогам: в центре внимания специалистов здесь — история «географических телепередач» (Показаньева, 2014, с. 134–135), их форматы и жанры (Ильченко, 2019, с. 192–205), влияние такой продукции на выбор туристов (Chen et al., 2021, p. 169) и т. д. Подобных трудов пока немного, и носят они преимущественно обзорный характер, а отдельные медиапроекты становятся, как правило, примерами-иллюстрациями в рамках типологических описаний, а не задачей специального исследования. Так и «Ехал Грека» рассматривается в одной из статей на уровне всего лишь одного абзаца (Мясникова, Охапкина, 2020, с. 54). Поэтому нам представляется возможным и важным сконцентрировать внимание на конкретном медиапроекте, феноменологически таковой описав и выявив типологические его особенности.

Итак, **цель** работы — провести комплексное исследование медиапроекта «Ехал Грека. Путешествие по настоящей России», прежде всего, его концепции, приемов съемки, восприятия аудиторией. Предварительно была сформулирована следующая **гипотеза**: среди большого количества современных трэвел-фильмов<sup>2</sup> «Ехал Грека» смог занять свою особую нишу, представляя собой оригинальное сочетание жанровых, содержательных, формальных, рецептивных и других характеристик.

### **ХАРАКТЕРИСТИКА ИСТОЧНИКОВ**

Общая информация об интересующих нас источниках такова. Всего в рамках медиапроекта было выпущено четыре цикла фильмов, которые условно (некоторые наименования не указываются в выпусках и по-другому обозначаются на YouTube\*) можно назвать «Золотое кольцо» (2015), «Вологодская область» (2018), «Архангельская область» (2020), «Пермский край»

<sup>2</sup> См. сн. 1 к данной статье: предложенное в ней уточнение относится и к данному термину.

(2021–2022). «Золотое кольцо» состоит из шести серий («Кострома», «Галич», «Владимир», «Суздаль», «Ростов Великий», «Переславль-Залесский»); «Вологодская область» — из семи («Вологда» в двух частях, «Кириллов», «Ферапонтово», «Тотьма», «Великий Устюг», «По дороге в Тарногу»); «Архангельская область» — из двенадцати («Северная композиция», «Вельские истории», «Куда Иосиф телят гонял», «Няндомы», «Каргополь», «Северные небеса», «Заповедник», «Беломорье», «Сольвычегодск», «Пинежье», «Вьется речка Пинега», «Архангельск»); «Пермский край» — из трех («Пермь», «От Кунгура до Суксуна», «Дорога в Чердынъ»)<sup>3</sup>. Производство последнего цикла было прервано в феврале 2022 года из-за изменившейся социально-политической ситуации, но сопровождалось публикацией дополнительных материалов («Путевых заметок»), в том числе видеоролика «Кудымкар», который называется «последним выпуском»<sup>4</sup>. Следовательно, есть основания говорить об относительной завершенности изучаемого проекта, об отражении и фиксации в нем определенного среза российской действительности 2015–2022 годов, которая, как нам кажется, в перспективе может исследоваться как сегмент эпохи.

Исследуемая медиапродукция снималась независимой (об этом можно судить по фандрайзинговой истории) студией «Лавр», созданной в 2006 году и специализирующейся на производстве документальных, научно-популярных фильмов и сериалов<sup>5</sup>. Судя по первым и последним титрам выпусков «Ехал Грека», они создавались при финансовой и организационной поддержке Министерства культуры Российской Федерации («Золотое кольцо», «Вологодская область»), Российского военно-исторического общества («Золотое кольцо»), ООО «Продюсерская фирма Игоря Толстунова» («Золотое кольцо»), Российского географического общества и Фонда Тимченко («Архангельская область»). Последний цикл, посвященный Пермскому краю, был подан на рассмотрение Президентского фонда культурных инициатив<sup>6</sup>, но проект поддержан не был, поэтому средства собирали на краудфандинговой платформе [planeta.ru](http://planeta.ru)<sup>7</sup>, также был выигран конкурс Института

<sup>3</sup> Студия Лавр. (б.д.). Ехал Грека. Путешествие по настоящей России. [Плейлист]. *YouTube*\*. URL: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLB0IG7kpihDzgwqHdTrG0kwsq3AkR3Fg> (10.08.2025).

<sup>4</sup> Студия Лавр. (б.д.). Дополнительные материалы, 4 сезон «Ехал Грека». [Плейлист]. *YouTube*\*. URL: [https://www.youtube.com/playlist?list=PLB0IG7kpihDyjQ0Aow\\_23aAliaB95R\\_g5](https://www.youtube.com/playlist?list=PLB0IG7kpihDyjQ0Aow_23aAliaB95R_g5) (10.08.2025).

<sup>5</sup> Киностудия «Лавр». URL: <https://www.lavrstudio.com/> (10.08.2025).

<sup>6</sup> Президентский фонд культурных инициатив. (2021, 2 августа). Ехал грека. Путешествие по настоящей России. Пермский край. URL: <https://гранты.пфки.пф/public/application/item?id=f4d41c06-d77d-4780-931f-555e2b3483a0> (10.08.2025).

<sup>7</sup> Студия Лавр. (2021). «Ехал Грека. Путешествие по настоящей России». *Planeta.ru*. URL: <https://planeta.ru/campaigns/ehalgreka> (10.08.2025).

развития интернета<sup>8</sup>. Кроме того, в финальных титрах содержатся благодарности и другим организациям, например, в фильмах об Архангельской области — местной администрации, Ульяновскому автомобильному заводу за предоставленный автомобиль и дизайнерам одежды. В общем, перед нами типичная для независимого проекта продюсерская и фандрайзинговая ситуация, когда средства изыскивались из различных государственных или негосударственных источников, а популярность фильмов позволяла хотя бы частично прибегнуть к краудфандингу (Борисенко, 2015).

Типичным сегодня является и цифровой (конвергентный), трансмедиаальный характер проекта, приводящий к его размещению на различных медиаплощадках (Gambarato & Lapina-Kratasiuk, 2016, p. 2). Он демонстрировался на телеканалах «Культура» и «Общественное российское телевидение», опубликован на платформах YouTube\* и RUTUBE<sup>9</sup>, в онлайн-кинотеатре «Окко»<sup>10</sup>, имеет собственные страницы в социальных сетях (ВКонтакте<sup>11</sup> и др.). Контент с этих ресурсов (кроме ссылок на выпуски, это еще видеоматериалы под говорящим названием «Не вошло, а жалко!», и новости проекта, и комментарии зрителей), а также интервью с участниками съемочного процесса (прежде всего с ведущим Димитрисом Георгиадисом) и статьи о фильмах в различных СМИ стали дополнительными источниками для данного исследования.

### ЖАНРОВАЯ СПЕЦИФИКА

Трансмедиаальность (конвергентность, цифральность) проекта привела к его неоднозначной, «подвижной» жанровой природе. С одной точки зрения, перед нами документальные фильмы, фиксирующие различные стороны повседневной жизни, «портреты» людей в России 2015–2022 годов. В частности, документальность проекта подчеркивается за счет мобильной, «дрожащей» камеры, «обнажения» съемочного процесса через попадание

<sup>8</sup> Гребнева, Д. (2021, 3 декабря). Ютуб-проект «Ехал Грека» — в Кунгуре. *ИСКРА Кунгур*. URL: <https://iskra-kungur.ru/all/2021/12/03/31984/?mobil=> (10.08.2025).

<sup>9</sup> Студия Лавр. (2022). Ехал Грека. Путешествие по настоящей России. Дороги русского севера. 3 сезон. *Rutube*. URL: <https://rutube.ru/plst/107914/> (10.08.2025).

<sup>10</sup> Okko. (2018). Ехал Грека. Путешествие по настоящей России. Дороги русского севера. URL: <https://okko.tv/serial/ekhal-greka-puteshestvie-po-nastojashchej-rossii-dorogi-russkogo-severa> (10.08.2025).

<sup>11</sup> ВКонтакте. (б.д.). Ехал Грека. Путешествие по настоящей России. URL: <https://vk.com/ehalgrekaofficial> (10.08.2025).

в кадр участников съемочной группы, через их общение, сохраненное в эфире, через внезапные изменения в «сюжете», также намеренно не подвергшиеся монтажной обработке. Согласно классификации, принятой у исследователей кино, «Ехал Грека» относится к типу фильмов, где преобладает «модус участия», отличающийся использованием интервью при репрезентации действительности (Nichols, 2001, p. 34). В статусе именно документальной ленты «Ехал Грека» принял участие в Международном фестивале кино о природе «Разумный кинематограф»<sup>12</sup>.

С другой точки зрения, проект адаптировался авторами под формат телепередачи, и демонстрация на телевидении закономерно считается создателями данной медиапродукции успехом и путем к популярности. В «Ехал Грека» использовались такие классические приемы тележурналистики, как фигура ведущего (единого для всех выпусков), опять же интервьюирование, учет временных ограничений. Вместе с тем именно требования государственного телеканала «Культура», по словам ведущего проекта Димитриса Георгиадиса, привели к дополнительному редактированию выпусков третьего сезона, посвященного Архангельской области: из эфирных версий были, в частности, исключены реплики об отношении в современной России к И.В. Сталину<sup>13</sup>. Таким образом, формат телепередачи обусловил необходимость соответствующей (ре)презентации, что является распространенной практикой (Шергова, 2010, с. 47).

С третьей точки зрения, это «видеоролики» в интернете, что характеризует различные современные практики взаимодействия с данной продукцией. Периодичность «выкладывания» выпусков и яркая фигура ведущего позволяют увидеть в проекте характерные черты видеоблога, «влога», ставшего сегодня специальным предметом для изучения (Li et al., 2025, p. 1). Авторы «Ехал Грека» размещали на сетевых платформах дополнительные материалы (полные версии, не вошедшие в фильмы эпизоды, интервью, встречи со съемочной группой, ссылки на другие ресурсы), призывали к краудфандингу, объявляли конкурсы, распространяли «мерч», узнавали у зрителей их мнение об увиденном, советовались с ними относительно маршрутов для дальнейших съемок и т. д. Аудитория «видеороликов», со своей стороны, имела и имеет практически постоянный доступ к ним, возможность их использования (по меньшей мере ссылок на них, а при

<sup>12</sup> Беркова, Н. (2022, 29 декабря). «Разумный кинематограф». Заметки киноведа. *Зеленое спасение*. URL: <http://esgrs.org/?p=32318> (10.08.2025).

<sup>13</sup> Патрикеева, А. (2024, 11 марта). Димитрис Георгиадис: о детстве на Корфу, открытости русских и проекте «Ехал Грека». *Dorogi-ne-dorogi.ru*. URL: <https://dorogi-ne-dorogi.ru/interview/dimitris-georgiadis-o-detstve-na-korfu-otkrytosti-russkix-i-proekte-exal-greka.html> (10.08.2025).

определенных условиях и скачивания, передачи, самостоятельной демонстрации, самостоятельной обработки файлов и т. д.), а также возможность обратной связи с создателями проекта (посредством комментариев и личных сообщений). Таким образом, в отличие от жанров документального фильма и телевизионной передачи статус интернет-продукции позволяет достичь большей демократичности, что, например, проявляется в ответах ведущего на реплики пользователей. Вместе с тем нельзя не отметить и риски этого статуса, свойственные любым сетевым сегментам (Кастельс, 2004, с. 315–316), — от запретов и блокировок отдельных веб-платформ до «неадекватных» комментариев.

С четвертой точки зрения, перед нами сериал. С одной стороны, это формальная характеристика, обуславливающая выделение циклов и серий, а также стандартную длительность выпусков (в среднем 40–45 минут). С другой — данное жанровое определение влияло и на содержание фильмов, и на их рецепцию, создавая у зрителя чувство ожидания продолжения, феномен «открытой формы» (Кушнарева, 2013, с. 19).

Наконец, «Ехал Грека» — это трэвел-журналистика, роуд-муви, путевые очерки, травелоги, «отчеты о путешествиях» (Ефимовский, 2021, с. 82). Маршрут в проекте определялся по различным принципам — от туристического бренда («Золотое кольцо», применительно к Русскому Северу — «Серебряное ожерелье») до региональной «рамки» (Архангельская область, Вологодская область, Пермский край). Вместе с тем акцент не на достопримечательностях, а на людях (о чем еще пойдет речь в дальнейшем) делал маршрутизацию условной, а каждую серию цикла — самодостаточной. Дорожная канва позволяла контаминировать, «нанизывать» различные, не всегда связанные друг с другом истории. В итоге в фильмах преобладает не туристическое, брендовое, а антропологическое, этнографическое, феноменологическое.

## **ТИПОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ**

Далее выявим и рассмотрим типологические особенности указанных фильмов.

Прежде всего, ключевой отличительной чертой проекта «Ехал Грека» стал выбор ведущего. Как рассказывал Димитрис Георгиадис в своих интервью, он вырос на Корфу, в двадцать лет переехал в Афины, учился там

в театральной школе, затем в Москве, в ГИТИСе, на режиссерском факультете (в мастерской Евгения Каменьковича и Дмитрия Крымова)<sup>14</sup>. Когда его кандидатура была отобрана на роль ведущего в фильмах, возникло название «Ехал Грека»<sup>15</sup>. Многие в проекте определяют личные качества Георгиадиса; свой подход к съемкам в одном из интервью он описывал так: «Перед каждой поездкой мы с продюсером и режиссером Светланой Резвушкиной читали все о том месте, куда направляемся — что можем посетить, с кем пообщаться. Мы всегда обсуждали, что будет интереснее мне. Для меня как для актера было важно познакомиться с людьми, с судьбами. Я открою страшную тайну — я не очень сильно интересуюсь достопримечательностями. Хотя их в каждом городе много, и о них нужно рассказывать. Мне важно мнение человека о том или ином месте. Он ведет меня туда, значит, он хочет рассказать об этом. И я иду за ним. Приходилось жертвовать какими-то достопримечательностями ради встреч с людьми»<sup>16</sup>. Действительно, внимание к людям (нередко случайно встреченным, нередко маргинальным с точки зрения социума) и готовность их выслушать являются ключевыми особенностями журналистского стиля и Димитриса, и фильмов в целом. Ведущий никогда не смотрит на интервьюируемых свысока, проявляет к ним эмпатию, пытается понять их, его последующие комментарии почти всегда лишены критичности и полны сочувствия к респондентам.

Кроме того, Георгиадис любознателен, интересуется русской культурой, открыт к восприятию нового и неизвестного, старается испытать на себе практически все, что можно (например, купается в проруби, в Белом море, парится в бане, помогает мести улицу дворнику, занимается косторезным ремеслом и т. д.).

В фильмах постоянно проявляется и профессиональная сторона личности Димитриса — актерская (хотя он подчеркивал в интервью, что во время съемок «забывает» об актерстве и старается быть «просто человеком»<sup>17</sup>). Он представляется актером, не боится быть эксцентричным, смешным, очень живо реагирует на любые сюжеты, связанные с театральным делом:

<sup>14</sup> Цынская, О. (2022, 28 января). Путешественник из Греции — о русской глубинке, медалях и красавицах. *PIA новости*. URL: <https://ria.ru/20220128/puteshestvennik-1769373393.html> (10.08.2025).

<sup>15</sup> Сноб. (2018, 8 марта). «У русских есть потребность высказаться». Греческий актер о жизни в России. URL: <https://snob.ru/entry/158234/> (10.08.2025).

<sup>16</sup> Соколова, Н. (2016, 4 марта). Телеведущий Димитрис Георгиадис — о России и литературных вкусах. *Российская газета*. URL: <https://rg.ru/2016/03/04/televedishchij-dimitris-georgiadis-o-rossii-i-literaturnyh-vkusah.html> (10.08.2025).

<sup>17</sup> Патрикеева, А. (2024, 11 марта). Димитрис Георгиадис: о детстве на Корфу, открытости русских и проекте «Ехал Грека». *Dorogi-ne-dorogi.ru*. URL: <https://dorogi-ne-dorogi.ru/interview/dimitris-georgiadis-o-detstve-na-korfu-otkrytosti-russkix-i-proekte-exal-greka.html> (10.08.2025).

посещает усадьбу А.Н. Островского, спектакль ярославского театра, участвует в представлении в Тотье, разговаривает об А.П. Чехове в вигваме под Ростовом и т. д.

Наконец, важнейшим фактором, влияющим на образ ведущего и стилистику фильмов в целом, является то, что он иностранец, грек. Кроме названия проекта, данная особенность репрезентируется и «обигрывается» и в других аспектах программы: в акценте Георгиадиса, в связи с непониманием им некоторых слов (например, «заискивать», «куча веток»), в его удивлении по поводу обычных для русского человека вещей (он часто восклицает: «Да ладно!»), в постоянном сравнении России с Грецией (один из лейтмотивов передачи: «У нас в Греции такого нет!»), в близости религиозных, православных традиций (он участвует в службе в Ферапонтово). Сохранен в одной из серий («Владимир») и небольшой конфликт с «бдительной» женщиной, спрашивающей у иностранца разрешение на съемку. Однако в целом жители деревень и городов, поначалу с подозрением относящиеся к Георгиадису, с охотой рассказывают ему о своей жизни, о культуре страны, даже, возможно, больше раскрываются в желании что-то объяснить греку, впечатлить его своими личными, местными и национальными достижениями.

Если характеризовать этот прием, конечно же, сознательно используемый в фильме, в свете нарратологии, теории повествования, то перед нами не что иное, как «остранение» (Гюнтер, 2008, с. 154), взгляд на художественную и повседневную культуру России с точки зрения «наивного» наблюдателя. Подобный ракурс позволяет посмотреть на обычное как на необычное, на повсеместное как на уникальное, превратить рутину в своеобразный аттракцион.

Изучение рассматриваемого приема с точки зрения коммуникативистики и имагологии позволяет сделать вывод о том, что перед нами не что иное, как пример межкультурной коммуникации, межкультурного взаимодействия. Проект изначально строится на «интриге понимания/непонимания», вопросе, сможет ли иностранец понять Россию, русскую культуру. При этом, безусловно, важно, что Георгиадис — православный грек, заинтересованный, эмпатичный, образованный, уже знакомый со страной, стремящийся лучше узнать ее, хорошо говорящий на русском языке. Таким образом, столкновение с чужой культурой смягчается, но не отменяется, на чем и строится драматургия сериала. Межкультурное взаимодействие здесь проявляется в самых разных аспектах — от языкового барьера и ошибок атрибуции до определения особенностей национального характера и сопоставления культур. А поскольку это отечественный проект, то в итоге обрывается «взгляд на себя со стороны», и ключевой вопрос разворачивается

в сторону авторефлексии: «Что из увиденного знакомо самому российскому зрителю? Знает ли и понимает ли он сам себя и свою культуру?»

Еще одна ключевая особенность проекта — дорога как важнейшая составляющая фильмов. Ее жанрообразующая, сюжетообразующая, сценариеобразующая функции (их можно признать вполне формальными) чем дальше, тем сильнее переплетаются с символической ее ролью, которая закономерно вписывается в понимание этого концепта в истории российской культуры (от «Мертвых душ» Н.В. Гоголя и «Владимирки» И.И. Левитана до поэмы «Москва — Петушки» В.В. Ерофеева и т. д.). Дорога становится путем к «настоящей», «глубинной» России, к ее осмыслению, к человеческим судьбам, глубже — самими этими судьбами и самопознанием (Мартишина, 2020, с. 28). Чтобы достичь такого эффекта, съемочная группа фактически всегда начинает и заканчивает выпуски эпизодами в автомобиле, постоянно демонстрируя перемещение между локациями. Начало каждого фильма представляет собой вступление, где Георгиадис, подъезжая к очередной дестинации, ставит предварительные цели серии. Концовка, как правило, — продолжение путешествия и заключительные размышления ведущего, отражающие его восприятие увиденного и услышанного и являющиеся важным эмоциональным финалом выпуска (в нескольких сериях Димитрис от своих впечатлений плачет). Перемещение между локациями обычно сопряжено с поиском места назначения, нередко навигатор не справляется, и тогда приходится по старинке спрашивать дорогу у людей. Интересующие съемочную группу личности и достопримечательности не находятся возле центральных, «изъезженных» трасс, а требуют преодоления труднопроходимых, разбитых дорог, упоминаемых в русской фразеологии. В этом плане примечателен сохраненный при монтаже эпизод, где под Ростовом Георгиадис из-за распутицы не может добраться до некоего грека, поселившегося в глубине леса.

Во всем вышесказанном нетрудно заметить концептуальный прием: найти «настоящую Россию» не так-то просто. В этом деле технологии (конечно, символическим выглядит и выбор отечественного внедорожника «УАЗ-Патриот») оказываются менее действенными и подходящими, чем простое, доверительное человеческое общение.

Следующая ключевая особенность проекта — интерес к людям, которых создатели сериала сами назвали «главными точками опоры»<sup>18</sup> для своих фильмов. Вопрос о том, как съемочная группа находила своих «героев», стал вероятно, самым популярным среди зрителей. Во время «прямого эфира»

---

<sup>18</sup> См., например, прямой эфир со зрителями: Студия Лавр. (2019, 19 августа). Кенозерье. Случайная встреча со зрителями «Хал Грека» в Архангельской области. Внедорожные заметки. *Youtube\**. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=2VKuHdZfiSw> (10.08.2025).

Светлана Резвушкина, которая кроме выполнения продюсерских и режиссерских функций занималась и написанием сценариев фильмов, сказала, что первоначальный выбор дестинаций и «персонажей» осуществлялись ею и специальными «рисечерами», а на втором этапе к этому процессу подключался Георгиадис. В самих выпусках нередко озвучивается решение ведущего посетить того или иного человека, причем в более поздних сериях стимулом ко встрече становятся советы зрителей или интересная информация в интернете.

В «прямом эфире со зрителями» Резвушкина обозначила также подход проекта к «героям» — общение «с человеком по-человечески» («априори»). Режиссер отметила, что такой подход оказался неинтересен центральному телеканалу, «заточенным» на то, чтобы «этих людей не показывать никогда», ориентированным на привлечение публики с помощью знаменитостей. Правда, после этих слов, по окончании съемок три серии четвертого сезона, однако, прошли на телеканале «Культура», т. е. стороны смогли друг с другом договориться.

Какие же люди стали объектом изображения и повествования в фильмах? Прежде всего, это жители провинции, реализующие себя и свое дело вдали от столицы, причем нередко вопреки обстоятельствам. Среди них художники, скульпторы, поэты, музейщики, реставраторы, ученые, ремесленники, экскурсоводы, музыканты, актеры и режиссеры, реконструкторы, фольклористы, священники, монахи, местные изобретатели, журналисты, учителя, бизнесмены, директора и работники небольших предприятий, главы поселений, врачи, соцработники, водители, пенсионеры и многие другие, в т. ч. простые прохожие. Заметно, что в этом списке преобладают представители различных видов искусства, гуманитарии, знатоки местной истории и культуры. Вместе с тем съемочная группа явно искала «необычное в обычном», т. е. выявляла, оставляла в кадре людей, способных вызвать удивление у ведущего, привлечь внимание зрителя, занимающихся чем-то нетипичным, имеющих свою небанальную историю, увлекательно рассказывающих о каких-либо интересных фактах, предлагающих приобрести оригинальный опыт. Например, в «Костроме» это изобретатель велосипеда с пропеллерами и управляющий ночлежкой для бездомных, в «Галиче» — поэт-отшельник, во «Владимире» — женщина-водитель троллейбуса, в «Суздале» — «артистический человек», организовавший вязание шапок, и иконописец, работавший с А.В. Эфросом, в «Ростове Великом» — программист, живущий в вигваме, и данное перечисление можно продолжить относительно каждой серии каждого сезона. Видно, что съемочную группу интересуют также люди, ведущие себя нетипично относительно современных тенденций — оставшиеся

в провинции, уехавшие сюда из больших городов, исследующие не всегда удобные темы (например, ГУЛАГ), сохраняющие локальную культуру и т. д. И даже если «герои» рассказывают об известных достопримечательностях (Успенском соборе во Владимире, Театре оперы и балета в Перми и др.), Георгиадис старается сделать акцент на «человеческом» аспекте относительно либо предмета разговора (судьбы конкретных исторических личностей), либо самого рассказчика (обстоятельств его интереса к теме).

В конце концов обращение к «необычному в обычном» на протяжении большого количества фильмов заставляет задуматься о том, что проекту «Ехал Грека» удалось репрезентировать определенный срез российского провинциального общества данной эпохи. Ключевая его особенность (отмеченная, кстати, и Георгиадисом в «прямом эфире со зрителями») — каждодневное преодоление многочисленных трудностей ради сохранения своей культуры, природы, своего дела и себя.

Кроме интересных людей и их любопытной деятельности, в проекте, конечно же, репрезентируются и другие темы. Еще одним объектом изображения становится провинциальный город, причем большая часть серий посвящена не региональным центрам (Костроме, Владимиру, Вологде, Архангельску, Перми), а небольшим городкам (наподобие Галича, Великого Устюга, Каргополя, Вельска, Чердыни и др.). В самом масштабном цикле об Архангельской области и вовсе зачастую внимание съемочной группы сосредоточено на селах и деревнях (Малодоры, Благовещенское, Норинская, Вершинино и др.). В поисках «настоящей России» ведущий забирается «в глубинку», наблюдая, как по мере этого продвижения дороги становятся хуже, населенные пункты — более безлюдными, жители — более бедными, но не менее интересными. Эволюционируют и сами фильмы: если в «Золотом кольце» и «Серебряном ожерелье» социальные проблемы не выходили на первый план (эпизод о разрушенных деревянных домах в Вологде не попал в итоговый вариант выпуска), то в «Архангельской области» рассматриваются недостатки транспортной инфраструктуры, вопросы вымирания деревень, утраты каких-либо культурных артефактов, как и спорные вопросы истории (в первую очередь отношение к ГУЛАГу и Сталину), противостояние ряда жителей конкретной агломерации и представителей отдельных управленческих в ней структур (относительно Шиеса); экологические вопросы стали ведущими мотивами. Впрочем, последние три серии о Пермском крае, где, как известно, тоже были лагеря, оказались менее острыми с точки зрения проблематики. В итоге можно констатировать, что еще одним важным результатом проекта является в известной степени фиксация состояния российской провинции.

В «прямом эфире со зрителями» Светлана Резвушкина также упомянула исторический и географический аспекты сериала. Следовательно, проект выполняет и просветительскую функцию, рассказывая широкой аудитории о прошлом нескольких регионов, о трансформации их роли в жизни страны, об особенностях местного ландшафта и климата, а также о возможных дестинациях для других путешественников. В целом сериал стремится уйти от характерного для трэвел-журналистики описания достопримечательностей, однако в каждом выпуске Георгиадис посещает музеи и природные объекты в сопровождении гида (или человека, эту функцию выполняющего).

Хотя режиссер не хочет, чтобы проект воспринимали «только как этнографический сериал», сам его подзаголовок «Путешествие по настоящей России» (в первом сезоне — «В поисках настоящей России»), внимание к Русскому Северу, фольклору, традиционным ремеслам, национальному искусству (архитектуре, иконописи), православию, местным говорам и фразеологии свидетельствуют о важности и этнографического аспекта. «Ехал Грека», несомненно, фиксирует представления определенной части населения о своей принадлежности к русским. При этом съемочная группа также замечает и описывает в той или иной степени отличающиеся субэтнические и этнические образования — от пинежан, обладающих специфической субкультурой, до коми-пермяков, относящихся вообще к иной, финно-угорской группе.

Правда, еще раз подчеркнем, что во всех этих исторических, географических, этнографических эпизодах затрагивается краеугольный для съемочной группы антропологический аспект: фактически любая информация в «Ехал Грека» репрезентируется в ходе разговора, диалога, т. е. на излагаемые сведения накладываются особенности личности собеседника ведущего. В то же время многочисленные комментарии зрителей, выражающих благодарность за то, что они узнали о ранее не известных им фактах, как и об аналогичных красивых местах, подтверждают реализацию просветительской задачи проекта.

Не менее релевантным в фильмах (в том числе в историческом, географическом и этнографическом смысле) является создаваемый с помощью кинематографических средств образ природы. Съемочный процесс отразил все разнообразие времен года, погоды, географических объектов в указанных регионах. Один из лейтмотивов проекта — любование грека, привыкшего к совершенно другой природе, российскими пейзажами, в которых переплетаются суровость, бескрайность и монументальность.

Природа и искусство как ключевые, как правило, визуализированные темы сериала закономерно приводят нас к размышлениям о художественном начале в проекте. Не с точки зрения вымысла, а с точки зрения

эстетической стороны изображаемого. Кроме того, рефлексия по поводу специфики русского как такового вносит в некоторые фильмы исследовательские, философские элементы. Выявленные проблемы, особенно в выпусках об Архангельской области, ставят перед зрителями этические вопросы.

Таким образом, с содержательной точки зрения проект оказывается еще и отражением и изображением повседневности, культуры и природы в определенную эпоху.

### **ФОРМАЛЬНЫЕ ПРИЕМЫ**

Эстетический аспект проекта, конечно же, подкрепляется и формальными приемами, используемыми съемочной группой. Как уже говорилось ранее, в «Ехал Грека» заметна специфическая работа с камерой, а точнее — с камерами (в «прямом эфире со зрителями» режиссер говорила о применении двенадцати камер, в т. ч. смартфонных): за счет «дрожащей» картинки создается эффект присутствия, непосредственности, неподготовленности, «живой» съемки, которые часто используются в современных документальных лентах. Нельзя не заметить изобретательность операторов: наряду со стандартными ракурсами (например, в машине с переднего пассажирского кресла) они постоянно находили нестандартные (фокусируясь на колесе автомобиля, на элементах интерьера и т. д.). Кроме того, начиная с Архангельской области, применялся коптер, камера которого давала регулярный доступ виду «с высоты птичьего полета» и масштабным панорамам, усиливая эстетическую составляющую (этот прием тоже сейчас начинает изучаться) (Özgen, 2019, p. 559).

Другим формальным приемом стала съемка селфи (с демонстрацией и процесса создания снимка, и полученного результата) Георгиадиса со многими «героями» фильмов. С одной стороны, так обозначается переход между эпизодами выпусков, с другой — в этом элементе передачи можно увидеть символическое «запечатление» в памяти случившейся встречи. Исследователи отмечают в селфи черты мобильности и демократизма, которые свойственны и сериалу (Джумайло, 2018, с. 121).

Следующая особенность проекта — «обнажение» съемочного процесса, которое можно считать принципиальным и концептуальным. Зритель постоянно видит «попадающих в кадр» членов команды, их оборудование, детали каждодневного их быта. Вся команда в той или иной степени участвует

в обсуждении маршрута, увиденного и услышанного, помогает Георгиадису понять некоторые слова и ситуации, т. е. выступает в роли «проводников» в мир русской культуры.

Безусловно, все решения, касающиеся и содержания, и формальных приемов выпусков, осуществлялись на стадии постпродакшна. Во время «прямого эфира со зрителями» Резвушкина закономерно охарактеризовала этот этап работы над сериями как очень сложный, поскольку фильм длительностью в среднем 40–45 минут нередко создавался из 10-часовых материалов. В результате монтаж выпусков можно назвать современным, динамичным, максимально использующим операторские находки. Вместе с тем он отвечал и сюжетам серий, «ускоряясь» для передачи ощущения дороги, «замедляясь» в лирических эпизодах.

Важнейшим способом донесения до зрителей авторского отношения к изображаемому стала музыка Юрия Алябова (все выпуски) и Алексея Айги (в третьем и четвертом сезонах). В проекте можно заметить несколько основных музыкальных тем, хорошо сочетающихся с определенными эпизодами: «напряженная» дорожная, «ироничная» прогулочная, «лирическая» для размышлений. В сериале звучат преимущественно мелодии «в русском стиле», идентифицируемые по соответствующим мотивам и инструментам (в частности, балалайке). Эпизоды в храмах нередко сопровождаются торжественными религиозными песнопениями, тоже нацеленными на создание особого настроения. Кроме того, в фильмах немало фольклорных произведений (песен, частушек), исполняемых «героями».

Здесь уместно также обратить внимание на заставку проекта. В ней и музыка, и анимированный визуальный ряд (с видеовставками, с орнаментальным фоном) соединяют русские и греческие мотивы, резонируя с концепцией фильмов. Грек словно «сходит» с древних росписей, чтобы на автомобиле отправиться в путешествие из Москвы (по непростым дорогам, в любую погоду) по провинциальным городам, деревням, березовым и еловым лесам.

### **ОСОБЕННОСТИ ПРАГМАТИКИ**

Наконец, особенностью прагматики проекта является его взаимодействие со зрителями, другими словами — его «диалогичность». Георгиадис и Резвушкина постоянно подчеркивали важность обратной связи,

создавали для нее возможности. Во всех социальных сетях под выпусками открыты комментарии и возможно свободное высказывание (конечно же, ограниченное правилами платформ). «Адекватные» комментарии в основном выражали благодарность за интерес грека к русской культуре (в первую очередь к «глубинке»), за знакомство с ранее неизвестными людьми и местами, за озвучивание социальных проблем (с дорогами, мостами, аварийным жильем, экологией и т. д.), приглашали в другие регионы. Примечательно, что ведущий и команда проекта (где, судя по всему, есть сотрудник, отвечающий за ведение социальных сетей) отвечали на большое количество реплик. У Георгиадиса осталось такое впечатление от обратной связи: «После выхода фильма мне в социальные сети пришло много сообщений от телезрителей. Одни писали мне: как это правильно, что вы показываете красоту того, что называют “провинцией”. Другие ругались: надо было показать, что жизнь людей в глубинке не так безоблачна, какой она предстает в нашем фильме»<sup>19</sup>.

Кроме того, как мы уже отмечали ранее, аудитория влияла на маршрут съемочной группы, на встречи с конкретными людьми (что озвучивается ведущим во время фильма), а также помогала с финансированием четвертого сезона через краудфандинговую платформу. Устраивались встречи со зрителями (онлайн и офлайн), проводились конкурсы стихотворений и лучших комментариев. Таким образом, по мере популяризации сериала формировался своеобразный «заказ снизу», учитываемый и даже стимулируемый командой проекта. «Ехал Грека» вовлекал зрителей в создание и обсуждение выпусков, т. е. мы наблюдаем феномен, который в современной науке называется «культурой соучастия» (Furs, 2025, p. 155–156).

«Диалогичность» подчеркивалась также благодаря использованию других способов выхода за пределы фильмов. Съемочная группа продолжала следить за судьбой «персонажей» сериала: пригласила двух «героинь» в «прямой эфир со зрителями», приносила соболезнования в связи со смертью «героев» (например, художника Александра Кожина, часовщика Валентина Королькова). Частью образа ведущего как открытого человека стали сообщения о его личной жизни, в т. ч. свадьбы, кадры с которой были включены в один из выпусков.

---

<sup>19</sup> Соколова, Н. (2016, 4 марта). Телеведущий Димитрис Георгиадис — о России и литературных вкусах. *Российская газета*. URL: <https://rg.ru/2016/03/04/televedushchij-dimitris-georgiadis-o-rossii-i-literaturnyh-vkusah.html> (10.08.2025).

## «ЕХАЛ ГРЕКА» И ДРУГИЕ ТРЭВЕЛ-ФИЛЬМЫ

Своеобразие рассматриваемого медиапроекта невозможно доказать без его сопоставления с другой подобной продукцией. Хронологически ограничим наш сравнительный анализ XXI веком, относительно однородным с прагматической и технологической точек зрения, тематически — дискурсом о России.

Прежде всего, соотнесем «Ехал Грека» с трэвел-шоу и просветительскими трэвел-фильмами. На первый взгляд, проект Резвушкиной дистанцируется от таких шоу, как «Орел и Решка» (2011–2022, выпуски, посвященные России)<sup>20</sup> или «Руссо Экспрессо» (2022–2023)<sup>21</sup> на телеканале «Пятница», ориентированных лишь на развлечение зрителей и информирование потенциальных туристов. Однако их сближает эксцентричное поведение ведущих, готовность «фронтменов» апробировать на себе различные местные обычаи, что создает в фильмах ощущение спонтанности и непосредственности.

На другом полюсе находятся просветительские трэвел-проекты, такие как, например, «Россия. Гений места» (2013–2015)<sup>22</sup> и «Чудеса России» (2011–2015)<sup>23</sup> на телеканале «Россия», рассказывающие об исторических достопримечательностях страны. Примечательно, что в «Россия. Гений места» и «Ехал Грека» снимается одно и то же театрализованное представление, посвященное Ивану Сусанину, но Георгиадис еще и расспрашивает актера о его отношении к роли, тем самым добавляя в эпизод «человеческий фактор». Таким образом, исторические сведения, как уже говорилось, являются лишь одним из аспектов «Ехал Грека».

В отличие от трэвел-шоу названные просветительские фильмы уже называются документальными. В этой области медиапродукции «Ехал Грека», безусловно, наиболее близок к проектам о жизни простых людей, например циклом «Счастливые люди» (2008–2017, режиссер — Дмитрий Васюков)<sup>24</sup> или «Русские. XXI век» (2022–2023, режиссер — Дмитрий Краснов)<sup>25</sup>, где антропологический аспект также выходит на первый план. С точки зрения интереса к социальным проблемам проект Резвушкиной можно сопоставить,

<sup>20</sup> Орел и Решка. (б.д.). Все выпуски передачи «Орел и Решка» в России. URL: <https://orel-i-reshka.su/russia.html> (10.12.2025).

<sup>21</sup> Пятница. (б.д.) Руссо Экспрессо. Сезон 2. URL: <https://russoespresso.friday.ru/> (10.12.2025).

<sup>22</sup> Смотрим. (2015, 19 апреля). «Россия. Гений места». Ленинградская область. URL: <https://smotrim.ru/video/1204397> (10.12.2025).

<sup>23</sup> Смотрим. (2015, 24 сентября). «Чудеса России». Кенозерье. Сказка-быль. URL: <https://smotrim.ru/video/1418491> (10.12.2025).

<sup>24</sup> Vasyukov.net. (б.д.). Счастливые люди. URL: <https://vasyukov.net> (10.12.2025).

<sup>25</sup> Нестеренко центр. (б.д.) Русские. XXI век. [Плейлист]. *YouTube* \*. URL: [https://www.youtube.com/playlist?list=PLZ7FZGWE\\_aj2up0bjfFyZmMjyBZgvywm](https://www.youtube.com/playlist?list=PLZ7FZGWE_aj2up0bjfFyZmMjyBZgvywm) (10.12.2025).

к примеру, с релизом (появился в 2014-м), хотя и с иными интенциями, Андрея Лошака\*\*.

Примечательно, что и среди трэвел-шоу, и среди просветительских трэвел-фильмов выделяется медиапродукция, использующая образ ведущего-иностранца. Так, в «Поедем, поедим!» на НТВ<sup>26</sup> (2012 — по настоящее время) такую функцию выполнял британец Джон Уоррен, а затем — итальянец Федерико Арнальди. Эта программа схожа с «Ехал Грека» харизматичностью «фронтменов», интересом к местной культуре и кухне, однако «Поедем, поедим!» отличается гораздо большим акцентом на кулинарии, гораздо более значительными ресурсами, позволившими снять гораздо большее количество выпусков, и в то же время меньшей цельностью, концептуальностью и документальностью. Передача на НТВ представляет собой трэвел-шоу — с точки зрения и поведения ведущего, и сценария (выбора локаций и «героев»), и формата съемок (кадрирования, монтажа и др.).

Указанные особенности трэвел-шоу характерны и для серии фильмов «Сесиль в стране чудес»<sup>27</sup> (2017–2023) на канале «Моя планета», где ведущей стала француженка Сесиль Плеже. Вместе с тем этот проект оказался не настолько масштабным и регулярным, будучи, по всей видимости, ограниченным в ресурсах.

Программа «Моя любовь — Россия!» (2013 — по настоящее время, до 2018 — «Россия, любовь моя!»)<sup>28</sup>, которую ведет на телеканале «Культура» француз Пьер Кристиан Броше, является скорее познавательной, чем развлекательной. Здесь, так же как и в «Ехал Грека», есть и просветительский, и (в известной степени) этнографический аспекты, и встречи с «героями», и даже типологически схожая анимированная заставка, демонстрирующая путешествие иностранца по России (она стала использоваться с 2018 года, т. е. после выхода проекта Резвушкиной). Однако программа Броше отличается более «академическим» стилем, проработанным сценарием, нередкими студийными съемками интервью (преимущественно с исследователями) и акцентом на информировании зрителей об истории достопримечательностей, обычаях, ремеслах и др. И снова передача, опирающаяся на большие ресурсы, постоянно продлевается и не требует проектной завершенности.

Наличие сразу нескольких медиапроектов с ведущими-иностранцами свидетельствует об интересе российской аудитории к «взгляду на себя

---

<sup>26</sup> НТВ. (б.д.). Поедем, поедим! URL: [https://www.ntv.ru/peredacha/poedem\\_poedim](https://www.ntv.ru/peredacha/poedem_poedim) (10.12.2025).

<sup>27</sup> Моя Планета. (б.д.) Сесиль в стране чудес. [Плейлист]. *YouTube*\*. URL: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLMDGKSNNXeuJI5nu7njovJfXxnsgrRtv> (10.12.2025).

<sup>28</sup> Смотрим. (б.д.). Моя любовь — Россия! URL: <https://smotrim.ru/brand/43908> (10.12.2025).

со стороны». По всей видимости, такой ракурс представляется менее ангажированным, а потому более интересным и авторитетным.

Таким образом, «Ехал Грека» вписывается в целый ряд трендов современной трэвел-журналистики, однако представляет собой оригинальное сочетание концептуальных и формальных особенностей, позволяющее этому сериалу занять свою, уникальную нишу.

## **Выводы**

В заключение сформулируем выводы, к которым мы пришли в ходе исследования.

1. «Ехал Грека» — относительно завершённый медиапроект, отражающий определённые явления российской действительности 2015–2022 годов.

2. В создании данного проекта участвовали различные организации и люди: съёмки осуществлялись независимой студией «Лавр», финансирование — различными государственными и частными институциями, а также самими зрителями с помощью краудфандинга, что отразилось на специфике производства фильмов, их содержания, демонстрации и рецепции.

3. «Ехал Грека» — трансмедиаальный проект, использующий все многообразие современных возможностей для трансляции и взаимодействия со зрителем — от телеканалов и онлайн-кинотеатров до различных социальных сетей.

4. Проекту свойственна синтетическая жанровая природа, он соединяет в себе черты документалистики, телепередачи, видеоблога, сериала, трэвел-журналистики. Многообразие жанровых определений обусловлено разными установками фильмов: на «живую» съёмку и непосредственность, искренность фиксации реальности, яркую личность ведущего, демонстрацию на телевидении и в интернете, деление на удобные для просмотра выпуски, взаимодействие со зрителем, путешествие как сценариеобразующий фактор и т. д.

5. Специфика и успех проекта во многом определяются фигурой ведущего Димитриса Георгиадиса, его принадлежностью к греческой культуре, к профессии актёра, его интересом к русской культуре, эмпатией по отношению к людям. В результате в фильмах наблюдается межкультурное взаимодействие, формируется «взгляд на себя со стороны».

6. Важнейшей составляющей проекта является дорога. Она не только определяет сценарии фильмов, но и выводит содержание на символический, философский уровень, отсылая нас к богатой истории травелогов.

7. Основной аспект «Ехал Грека» — антропологический, «главные точки опоры» в выпусках — люди. Сериалу свойственен нестандартный подход к выбору «героев» фильмов — жителей провинции, личностей с неординарными судьбами, поступками, интересами.

8. Другими аспектами проекта стали социальный (срез общества, фиксация состояния российской провинции), исторический (рассказ об истории городов и деревень), географический (знакомство с природными объектами), этнографический (сведения о русской культуре и этнических субкультурах), просветительский (расширение кругозора зрителей).

9. В сериале можно увидеть и эстетический аспект, который выражается в репрезентации природы, искусства, а также в формальных приемах: творческой работе с камерами, «обнажении» съемочного процесса, использовании селфи, монтаже, музыкальном оформлении, заставке.

10. Характерной чертой проекта стала его «диалогичность», выразившаяся во взаимодействии со зрителями (с помощью открытых комментариев под выпусками, встреч онлайн и офлайн, различных конкурсов) и героями (даже после съемок).

11. Сериал использует концептуальные и формальные приемы, свойственные и другой трэвел-продукции (трэвел-шоу, просветительским программам, документальным фильмам), в том числе фигуру ведущего-иностранца, однако сочетание этих приемов является специфическим и уникальным.

Таким образом, «Ехал Грека» предстает проектом, репрезентирующим не только определенный срез российской провинции в соответствующую эпоху, но и определенную ступень в развитии медиапродукции.

\* Согласно ряду сообщений в открытых источниках, ресурс может нарушать законодательство РФ, вследствие чего Роскомнадзор принял необходимые меры, поэтому в настоящее время доступ пользователей к данному видеохостингу на территории Российской Федерации ограничен.

\*\* Андрей Лошак признан в РФ иностранным агентом.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Борисенко, О.А. (2015). Особенности финансирования кинопроизводства в странах с развитой киноиндустрией. *Современные проблемы науки и образования*, (1–1), 768. <https://elibrary.ru/vielap>
2. Гюнтер, Х. (2008). Остранение. В *Поэтика: словарь актуальных терминов и понятий* (с. 154). (Н. Д. Тамарченко, ред.). Москва: Издательство Кулагиной, Intrada.
3. Джумайло, О.А. (2018). Новые книги о селфи. *Практики и интерпретации: журнал филологических, образовательных и культурных исследований*, 3 (4), 118–132. <https://doi.org/10.23683/2415-8852-2018-4-118-132>, <https://elibrary.ru/ddqvwu>
4. Ефимовский, Е. (2021). Жанровая специфика травелога. *Art Logos*, (1), 79–91. [https://doi.org/10.35231/25419803\\_2021\\_1\\_79](https://doi.org/10.35231/25419803_2021_1_79), <https://elibrary.ru/gtxyjp>
5. Ильченко, С.В. (2019). *Современная трэвел-журналистика*. Москва; Берлин: Директ-Медиа.
6. Кастельс, М. (2004). *Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе* (А. Матвеев, пер.). Екатеринбург: У-Фактория.
7. Кривцов, Н.В. (2017). Трэвел-журналистика: специфика направления и его проблемы. *Вопросы теории и практики журналистики*, 6 (3), 347–365. <https://www.elibrary.ru/zrorpl>
8. Кушнарева, И. (2013). Как нас приучили к сериалам. *Логос*, (3), 9–20. <https://elibrary.ru/tpfhud>
9. Мартишина, Н.И. (2020). Аксиология дороги в российской культуре и ее философско-художественная интерпретация. *Вестник Омского государственного педагогического университета. Гуманитарные исследования*, (2), 28–33. <https://doi.org/10.36809/2309-9380-2020-27-28-33>, <https://www.elibrary.ru/qmatoy>
10. Мясникова, М.А., Охалкина, А.П. (2020). Путешествия по регионам страны и мира в российском телепространстве. *Известия Уральского федерального университета. Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры*, 26 (3), 49–56. <https://doi.org/10.15826/izv1.2020.26.3.048>, <https://www.elibrary.ru/fixybl>
11. Показаньева, И.В. (2014). Генезис отечественного научно-популярного телевидения географической тематики: возникновение телевизионной трэвел-журналистики. *Вопросы теории и практики журналистики*, (5), 74–82. <https://www.elibrary.ru/tcstbz>
12. Показаньева, И.В. (2015). Презентация образа этнического «другого» в современных трэвел-фильмах. *В мире научных открытий*, 1–3 (61), 1425–1445. <https://www.elibrary.ru/xavvzj>
13. Рубцова, Е.В., Девдариани, Н.В. (2021). Трэвел-журналистика в современной теории массовых коммуникаций. *Балтийский гуманитарный журнал*, 10 (4), 316–321. <https://www.elibrary.ru/ztujfj>

14. Шергова, К.А. (2010). Телевизионная документалистика: взаимосвязь жанра и формата. *Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика*, (1), 45–48. <https://elibrary.ru/nciphj>
15. Chen, Y., Guo, Zh., & Pan, Q. (2021). Analysis on the characteristics of travel vlog video and its impact on users' travel intention. In *Proceedings of the 7th International Conference on Humanities and Social Science Research (ICHSSR 2021)* (pp. 169–175). Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210519.034>
16. Cocking, B. (2020). *Travel journalism and travel media: Identities, places and imaginings*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/978-1-137-59908-7>
17. Freire, J., & Curvelo, R. (2021). Story creation and the impact of travel journalists on destination brands. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 37 (3), 972–980. <https://doi.org/10.30892/gtg.37332-734>
18. Furs, V. (2025). What's wrong with participatory culture? *Topos*, (1), 153–176. <https://doi.org/10.61095/815-0047-2025-1-153-176>
19. Fürsich, E., & Kavoori, A.P. (2001). Mapping a critical framework for the study of travel journalism. *International Journal of Cultural Studies*, 4 (2), 149–171. <https://doi.org/10.1177/136787790100400202>
20. Fürsich, E. (2002). How can global journalists represent the 'Other'? A critical assessment of the cultural studies concept for media practice. *Journalism*, 3 (1), 57–84. <https://doi.org/10.1177/146488490200300102>
21. Hanusch, F. (2010). The dimensions of travel journalism: Exploring new fields for journalism research beyond the news. *Journalism Studies*, 11 (1), 68–82. <https://doi.org/10.1080/14616700903290569>
22. Hanusch, F., & Fürsich, E. (2014). On the relevance of travel journalism: An introduction. In F. Hanusch & E. Fürsich (Eds.), *Travel journalism: Exploring production, impact and culture* (pp. 1–17). Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/9781137325983>
23. Gambarato, R.R., & Lapina-Kratsiuk, E. (2016). Transmedia storytelling panorama in the Russian media landscape. *Russian Journal of Communication*, 8 (1), 1–16. <https://doi.org/10.1080/19409419.2015.1121789>
24. Li, M.W., Kim, Y.R., Liu, A., Scarles, C., & Chen, J.L. (2025). Storytelling in travel vlogs: Scale development, validation, and application. *Journal of Travel Research*, 65 (3), 786–811. <https://doi.org/10.1177/00472875241312178>
25. Nichols, B. (2001). *Introduction to documentary*. Indiana University Press. Retrieved August 10, 2025 from [https://www.kufunda.net/publicdocs/Bill\\_Nichols\\_\\_\\_Introduction\\_to\\_documentary-1-3and6.pdf](https://www.kufunda.net/publicdocs/Bill_Nichols___Introduction_to_documentary-1-3and6.pdf)
26. Özgen, K. (2019). The impact of drones in documentary filmmaking: Renaissance of aerial shot. *AVANCA|CINEMA*, (10), 559–569. <https://doi.org/10.37390/ac.v0i0.74>
27. Pirolli, B. (2018). *Travel journalism: Informing tourists in the digital age*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315110738>

## REFERENCES

1. Borisenko, O.A. (2015). Osobennosti finansirovaniya kinoproizvodstva v stranakh s razvitoi kinoindustriey [The features of financing film production in countries with developed film industry]. *Sovremennye Problemy Nauki i Obrazovaniya*, (1–1), 768. (In Russ.) <https://elibrary.ru/vielap>
2. Castells, M. (2004). *Galaktika internet: Razmyshleniya ob internete, biznese i obshchestve* [The internet galaxy: Reflections on the internet, business, and society] (A. Matveev, Trans.). U-Factoria. (In Russ.)
3. Chen, Y., Guo, Zh., & Pan, Q. (2021). Analysis on the characteristics of travel vlog video and its impact on users' travel intention. In *Proceedings of the 7th International Conference on Humanities and Social Science Research (ICHSSR 2021)* (pp. 169–175). Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210519.034>
4. Cocking, B. (2020). *Travel journalism and travel media: Identities, places and imaginings*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/978-1-137-59908-7>
5. Dzhumaylo, O.A. (2018). Novye knigi o selfi [New books on selfie]. *Praktiki i Interpretatsii: Zhurnal Filologicheskikh, Obrazovatel'nykh i Kul'turnykh Issledovaniy*, 3 (4), 118–132. (In Russ.) <https://doi.org/10.23683/2415-8852-2018-4-118-132>, <https://elibrary.ru/ddqwwu>
6. Freire, J., & Curvelo, R. (2021). Story creation and the impact of travel journalists on destination brands. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 37 (3), 972–980. <https://doi.org/10.30892/gtg.37332-734>
7. Furs, V. (2025). What's wrong with participatory culture? *Topos*, (1), 153–176. <https://doi.org/10.61095/815-0047-2025-1-153-176>
8. Fürsich, E. (2002). How can global journalists represent the 'Other'? A critical assessment of the cultural studies concept for media practice. *Journalism*, 3 (1), 57–84. <https://doi.org/10.1177/146488490200300102>
9. Fürsich, E., & Kavoori, A.P. (2001). Mapping a critical framework for the study of travel journalism. *International Journal of Cultural Studies*, 4 (2), 149–171. <https://doi.org/10.1177/136787790100400202>
10. Gambarato, R.R., & Lapina-Kratasiuk, E. (2016). Transmedia storytelling panorama in the Russian media landscape. *Russian Journal of Communication*, 8 (1), 1–16. <https://doi.org/10.1080/19409419.2015.1121789>
11. Günther, H. (2008). Ostranenie [Defamiliarization]. In N.D. Tamarchenko (Ed.), *Poetika: Slovar' aktual'nykh terminov i ponyatiy* [Poetics: A dictionary of current terms and concepts] (p. 154). Kulagina Publishing House, Intrada. (In Russ.)
12. Hanusch, F. (2010). The dimensions of travel journalism: Exploring new fields for journalism research beyond the news. *Journalism Studies*, 11 (1), 68–82. <https://doi.org/10.1080/14616700903290569>
13. Hanusch, F., & Fürsich, E. (2014). On the relevance of travel journalism: An introduction. In F. Hanusch & E. Fürsich (Eds.), *Travel journalism: Exploring*

- production, impact and culture* (pp. 1–17). Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/9781137325983>
14. Ilchenko, S.V. (2019). *Sovremennaya trevel-zhurnalistsika* [Contemporary travel journalism]. Direct-Media. (In Russ.)
  15. Jefimowski, E. (2021). Zhanrovaya spetsifika traveloga [Genre specifics of travelogue]. *Art Logos*, (1), 79–91. (In Russ.) [https://doi.org/10.35231/25419803\\_2021\\_1\\_79](https://doi.org/10.35231/25419803_2021_1_79), <https://elibrary.ru/gtxyjp>
  16. Krivtsov, N.V. (2017). Trevel-zhurnalistsika: Spetsifika napravleniya i ego problem [Travel journalism: Characteristic aspects and challenges of the genre]. *Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 6 (3), 347–365. (In Russ.) <https://www.elibrary.ru/zrorpl>
  17. Kushnaryova, I. (2013). Kak nas priuchili k serialam [How we were schooled to TV series]. *Logos*, (3), 9–20. (In Russ.) <https://elibrary.ru/tpfhud>
  18. Li, M.W., Kim, Y.R., Liu, A., Scarles, C., & Chen, J.L. (2025). Storytelling in travel vlogs: Scale development, validation, and application. *Journal of Travel Research*, 65 (3), 786–811. <https://doi.org/10.1177/00472875241312178>
  19. Martishina, N.I. (2020). Aksiologiya dorogi v rossiyskoy kul'ture i ee filosofskokhudozhestvennaya interpretatsiya [Axiology of the road in Russian culture and its representation in philosophy and literature]. *Vestnik Omskogo Gosudarstvennogo Pedagogicheskogo Universiteta. Gumanitarnye Issledovaniya*, (2), 28–33. (In Russ.) <https://doi.org/10.36809/2309-9380-2020-27-28-33>, <https://www.elibrary.ru/qmatoy>
  20. Myasnikova, M.A., & Ochapkina, A.P. (2020). Puteshestviya po regionam strany i mira v rossiyskom teleprostranstve [Traveling to the regions of the country and the world on the Russian TV]. *Izvestiya Ural'skogo Federal'nogo Universiteta. Seriya 1. Problemy Obrazovaniya, Nauki i Kul'tury*, 26 (3), 49–56. (In Russ.) <https://doi.org/10.15826/izv1.2020.26.3.048>, <https://www.elibrary.ru/fixybl>
  21. Nichols, B. (2001). *Introduction to documentary*. Indiana University Press. Retrieved August 10, 2025 from= [https://www.kufunda.net/publicdocs/Bill\\_Nichols\\_\\_\\_Introduction\\_to\\_documentary-1-3and6.pdf](https://www.kufunda.net/publicdocs/Bill_Nichols___Introduction_to_documentary-1-3and6.pdf)
  22. Özgen, K. (2019). The impact of drones in documentary filmmaking: Renaissance of aerial shot. *AVANCA|CINEMA*, (10), 559–569. <https://doi.org/10.37390/ac.v0i0.74>
  23. Pirolli, B. (2018). *Travel journalism: Informing tourists in the digital age*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315110738>
  24. Pokazanyeva, I.V. (2014). Genezis otechestvennogo nauchno-populyarnogo televideniya geograficheskoy tematiki: Vozniknovenie televizionnoy trevel-zhurnalistsiki [The genesis of the Russian science popular television on geographical topic: The emergence of television travel journalism]. *Theoretical and Practical Issues of Journalism*, (5), 74–82. (In Russ.) <https://www.elibrary.ru/tcstbz>

25. Pokazanyeva, I.V. (2015). Presentatsiya obraza etnicheskogo “drugogo” v sovremennykh trevel-fil'makh [Representation of the ethnic “other” in modern travel films]. *V Mire Nauchnykh Otkrytij*, (1–3), 1425–1445. (In Russ.) <https://www.elibrary.ru/xavvzj>
26. Rubtsova, E.V., & Devdariani, N.V. (2021). Trevel-zhurnalistsika v sovremennoy teorii massovykh kommunikatsiy [Travel journalism in the modern theory of mass communications]. *Baltiyskiy Gumanitarnyy Zhurnal*, 10 (4), 316–321. (In Russ.) <https://www.elibrary.ru/ztujfj>
27. Shergova, K.A. (2010). Televizionnaya dokumentalistika: Vzaimosvyaz' zhanra i formata [Television documentaries: The relationship between genre and format]. *Vestnik Moskovskogo Gosudarstvennogo Oblastnogo Universiteta. Seriya: lingvistika*, (1), 45–48. (In Russ.) <https://elibrary.ru/nciphj>

#### СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ

##### **РОМАН ЛЕОНИДОВИЧ КРАСИЛЬНИКОВ**

доктор филологических наук,  
независимый исследователь,  
Россия, Москва

**ResearcherID: N-8339-2016**

**ORCID: 0000-0002-4279-8263**

**e-mail: krasilnikov.rl@gmail.com**

#### ABOUT THE AUTHOR

##### **ROMAN L. KRASILNIKOV**

Dr. Sci. (Philology),  
Independent Researcher,  
Moscow, Russia

**ResearcherID: N-8339-2016**

**ORCID: 0000-0002-4279-8263**

**e-mail: krasilnikov.rl@gmail.com**