

**Московский государственный университет
имени М. В. Ломоносова**

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра новых медиа и теории коммуникации

**Ключевые тенденции развития англоязычного YouTube:
форматы, продвижение и инфлюенсеры**

Выпускная квалификационная работа
студента IV курса
спец. отделения

Калимулина Бориса Борисовича

Научный руководитель:

кандидат филологических наук, доцент
Фольц Анастасия Олеговна

К ЗАЩИТЕ

_____ / _____ /
« ____ » _____ 2020 г.

Зав. кафедрой

К ЗАЩИТЕ

_____ / _____ /
« ____ » _____ 2020 г.

Москва 2020

АННОТАЦИЯ

В выпускной квалификационной работе исследован вопрос эволюции видеоплатформы YouTube, установлены ее основные функции, проведен анализ каналов ведущих англоязычных ютуберов и самых популярных форматов контента, выявлены особенности их влияния на развитие видеоплатформы и на появление интернет-трендов последнего десятилетия, установлены особенности работы видеоблогеров с аудиторией. Исследование направлено на то, чтобы показать, как YouTube эволюционировал из видеохостинга в одну из ведущих социальных платформ с миллиардами пользователей по всему миру, а так же дать прогноз его будущего развития, учитывая события и тенденции, набирающие популярность в настоящее время. Основные положения могут быть использованы в соответствующих образовательных курсах.

ABSTRACT

The graduation paper «Key tendencies of the development of English-speaking YouTube: formats, promotion and influencers» examines the evolution of YouTube and elucidates its functions. There was made an analysis of the most popular English-speaking channels and content; as a part of the study there were discovered the particularities of their influence on the evolution of the platform and the appearance of the internet-trends of the last decade. The research is focused on the evolution of YouTube from video hosting services to the leading social platform with billions of users and on prediction of the YouTube's future considering the modern trends. The main statements can be used in the relevant educational courses.

Работа написана мною самостоятельно и не содержит неправомерных заимствований.

« ____ » _____

Оглавление

| | |
|--|-----------|
| Введение..... | 4 |
| Глава 1. Эволюция YouTube: от видеохостинга до одной из самых влиятельных социальных платформ | |
| 1.1. История и эволюция YouTube | 10 |
| 1.2. Функционал современного YouTube | 15 |
| 1.3. Работа YouTube и блогеров с аудиторией..... | 20 |
| Глава 2. Главные инфлюенсеры англоязычного YouTube — создатели трендов | |
| 2.1. Топовые блогеры и моменты их взлета на вершину..... | 33 |
| 2.2. Самые популярные тренды YouTube: их появление и распространение по мировому интернету..... | 46 |
| 2.3. Взаимодействие ютуберов между собой для взаимного роста и поддержания собственной популярности..... | 55 |
| Глава 3. Будущее YouTube | |
| 3.1. Перспективные направления каналов..... | 61 |
| 3.2. Прогноз будущего YouTube..... | 78 |
| Заключение..... | 86 |
| Библиографический список..... | 89 |

Введение

Современную жизнь тяжело представить без интернета. Его появление ускорило темп развития человечества. Всемирная сеть выполняет разнообразные функции: развлекательную, образовательную, коммуникативную, ее используют для работы, онлайн-покупок и как средство заработка. По состоянию на апрель 2020 года всемирный интернет насчитывает более 4.5 миллиардов пользователей, что составляет практически 60% от мирового населения¹.

После создания Всемирной сети в 1989 году было несколько ключевых исторических моментов, повлиявших на ее рост и развитие. Одним из таких событий считается появление видеохостинга YouTube в 2005 году. До момента его создания в мировом интернете не существовало ни одного сайта, на котором пользователи могли удобно и беспрепятственно делиться с миром видеороликами. В течение 15 лет YouTube развивается и твердо занимает место одной из ведущих социальных платформ современности. Согласно официальной статистике, по состоянию на 2020 год этой видеоплатформой пользуются более 2 миллиардов человек, что составляет практически половину всех пользователей Всемирной паутины, и ежедневно на платформе просматривается более 1 миллиарда часов видеороликов².

Выпускная квалификационная работа посвящена исследованию истории создания и развития англоязычного YouTube. **Объектом исследования** являются каналы ведущих англоязычных ютуберов. **Предмет исследования** — контент этих каналов, форматы его представления и особенности взаимодействия блогеров с аудиторией. В исследовании мы стараемся дать оценку каналам не только по тому, какой контент они создают, но и по уровню их влияния на аудиторию, выявляя тем самым главных инфлюенсеров YouTube.

В качестве эмпирической базы были рассмотрены следующие англоязычные YouTube-каналы: “PewDiePie”, “KSI”, “MrBeast”, “DramaAlert”, “Sidemen”, “Logan Paul”, “T-Series”, “jacksepticeye”, “Games Done Quick”,

¹ Global digital population as of April 2020 // Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/> (дата обращения: 25.04.2020).

² YouTube для прессы // YouTube About. URL: <https://www.youtube.com/about/press/> (дата обращения: 20.04.2020).

“Markiplier”, “Dude Perfect”, “First We Feast”, “TVFilthyFrank”, “Behzinga”, “W2S”, “FaZe Clan”, “VanossGaming”, “Joe Weller”, “FBE”, “Jinx”, “jacksfilms”, “ZIAS!”, “Zach Choi ASMR”, “Paul Davids”, “DashieGames”, “Miniminter”.

Актуальность работы обусловлена тем, что современный интернет практически невозможно представить без YouTube, а именно без блогеров и создаваемого ими видеоконтента. Разнообразие форматов и тематического содержания видео настолько велико, что его тяжело включить в рамки единственного исследования, особенно учитывая тот факт, что платформа не стоит на месте и ее содержание постоянно развивается и обновляется. Для увеличения разнообразия видеороликов ютьюберы взаимодействуют не только между собой, но и с аудиторией и рекламодателями, что стимулирует их к непрекращающемуся творчеству. На топ-250 каналов всего YouTube приходится около 66% англоязычного контента³. Однако в России он практически не изучается и неизвестен, хотя без преувеличения можно сказать, что большинство идей российского YouTube (как и всех неанглоязычных стран) позаимствованы именно оттуда.

Стоит отметить, что YouTube привлекает исследователей практически с самого начала своего существования. Однако, несмотря на масштабы видеоплатформы, практически все исследования получаются узконаправленными и, в основном оформляются в виде научных статей для журналов. В качестве примера можно взять работу Лимор Шифман, доцента Еврейского университета в Иерусалиме, она изучает цифровые медиа и массовую культуру. В 2011 году она написала статью под названием «Анатомия мема YouTube»⁴. В ней она рассматривает феномен понятия «мем» и пытается разобраться, почему это явление настолько популярно в интернете. Одним из главных выводов, к которому приходит Лимор Шифман, — это то, что мемы существуют сами по себе, их невозможно создать специально, и возникают они

³ 6 Common Features Of Top 250 YouTube Channels // Twinword. URL: <https://www.twinword.com/blog/features-of-top-250-youtube-channels/> (дата обращения: 20.04.2020).

⁴ An anatomy of a YouTube meme // Shifman L. New Media and Society. Sage. 2011.

только после того, как публика хорошо ознакомится с первоисточником будущего мема.

Существуют и более общие работы на тему YouTube, но их мало, и авторы таких работ в итоге все равно приходят к более узким областям изучения. К примеру, статья «Новая аутентичность? Коммуникативные практики на YouTube»⁵ Эндрю Толсона, профессора и исследователя в сферах медиа, телевидения и коммуникаций, начинается с попыток рассмотреть YouTube в целом. В итоге автор несколько раз называет YouTube «пост-телевизионным» явлением и проводит параллели с телевидением.

По официальной статистике YouTube, сейчас насчитывается более 41 миллионов создателей контента⁶, более 2 миллиардов ежемесячных пользователей и более миллиарда часов просмотра каждый день⁷. YouTube доступен в 91 стране и на 80 разных языках мира⁸. То есть доступ к платформе имеет практически каждый пользователь интернета.

В выпускной квалификационной работе мы постарались рассмотреть эту масштабную видеоплатформу настолько широко, насколько этого позволяют рамки подобного исследования.

Новизна работы заключается в том, что в настоящее время не существует авторитетных научных исследований на тему англоязычного YouTube на русском языке, несмотря на его масштабы и бесспорное влияние на развитие глобального интернета в целом. Представленные в данной работе данные датированы 2018-2020 гг., в то время как существующая литература по данной теме по большей части устарела, и в ней отсутствуют последние изменения и тенденции англоязычного YouTube.

⁵ A new authenticity? Communicative practices on YouTube // Tolson A. Journal Critical Discourse Studies. Vol. 7. 2010.

⁶ Social Blade. URL: <https://socialblade.com/> (дата обращения: 20.04.2020).

⁷ YouTube для прессы // YouTube About. URL: <https://www.youtube.com/about/press/> (дата обращения: 20.04.2020).

⁸ YouTube Revenue and Usage Statistics (2020) // Business of Apps. URL: <https://www.businessofapps.com/data/youtube-statistics/> (дата обращения: 20.04.2020).

Цель исследования — показать поэтапное развитие YouTube, оценить вклад блогеров в развитие платформы и дать прогноз будущему росту и направленности контента видеоплатформы.

Задачи исследования:

1. Рассмотреть историю создания и эволюции YouTube из сайта с видеороликами в ведущую социальную мультимедийную платформу.
2. Определить основные и дополнительные функции видеоплатформы.
3. Проанализировать каналы ведущих англоязычных блогеров, которые внесли весомый вклад в развитие YouTube.
4. Изучить популярные интернет-тренды, повлиявшие на привлечение аудитории к видеоплатформе.
5. Разобраться в относительно новых и перспективных направлениях каналов на YouTube, и оценить их вероятную популярность в будущем.

Теоретической базой исследования послужили работы следующих исследователей в сфере массовой коммуникации: Варганова Е.Л. — профессор, доктор филологических наук, декан Факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова; Лев Манович — профессор, автор книг по теории цифровых культур и медиа; Бриттани Хеннесси (Brittany Hennessy) — автор бестселлера №1 по социальным медиа; Шон Каннелл (Sean Cannell) — международный публичный спикер, тренер по становлению медийных личностей; Марк Губерти (Marc Guberti) - тренер спикеров и бизнесменов, его онлайн курсы проходят более 100 000 студентов; Джозеф Хог (Joseph Hogue) — профессиональный финансовый аналитик, неоднократно выступал в качестве эксперта для Bloomberg; Памела Расселл (Pamela Russell) — маркетолог, участвовавшая в крупнейших американских проектах; Габриэль Бот (Gabriel Both) — эксперт в области YouTube и видео-маркетинга; Пол Дуриш (Paul Dourish) — профессор, проводит исследования на стыке компьютерных и социальных наук; Алиса Марвик (Alice Marwick) — профессор, исследователь в области медиа манипуляции и приватности в интернете; Патрик Вондерау (Patrick Vonderau) — профессор, исследователь в области медиа и коммуникаций; Мальте Зивитц

(Malte Ziewitz) — профессор, исследует роль управления и регулирования через сетевое окружение; Хосе ван Дейк (José van Dijck) — профессор, автор публикаций в области новых медиа; Йохай Бенклер (Yochai Benkler) — профессор, изучает право, интернет и общество; Софи Бишоп (Sophie Bishop) — доктор наук, исследователь в области цифрового маркетинга и коммуникаций; Эндрю Толсон (Andrew Tolson) — профессор, исследователь в сферах медиа, телевидения и коммуникаций; Лимор Шифман (Limor Shifman) — доцент Еврейского университета в Иерусалиме, изучает цифровые медиа и массовую культуру.

Стоит отметить, что практически все используемые источники являются англоязычными вследствие того, что на русском языке не существует литературы, необходимой для раскрытия темы данной выпускной квалификационной работы. Также автор отмечает, что большинство актуальных книг, написанных про видеоплатформу YouTube, не являются научными и написаны в рамках маркетинга, PR или в качестве пособий по извлечению прибыли из платформы. Поэтому автор работы также обращается к актуальным и надежным интернет-источникам и книгам, написанным популярными англоязычными ютьюберами.

В ходе работы были задействованы следующие методы исследования:

- типологический анализ;
- исторический метод;
- сопоставительный анализ;
- традиционный содержательный анализ;
- эксперимент.

Теоретическая и практическая значимость работы заключается в том, что полученная систематизированная информация и собранные практическим путем данные могут быть использованы в дальнейших исследованиях на тему не только англоязычного, но и всего мирового YouTube. Так же данное исследование может оказаться полезным для изучения будущим мультимедийным журналистам, начинающим ютьюберам и всем, кому

интересен вопрос развития и функционирования видеоплатформы YouTube в целом.

Структура выпускной квалификационной работы обусловлена целью, предметом и задачами данного исследования. Работа состоит из аннотации, введения, трех глав и заключения.

Необходимо отметить, что в работе используются заимствованные из английского языка термины, касающиеся изучаемой темы. Их значения и перевод указываются в сносках. Использование данных терминов обусловлено тем, что они вошли в обиход и не воспринимаются блогерами и аудиторией как иностранные или заимствованные. Целью автора данной работы было познакомить читателя с этими словами и выражениями, а так же со случаями их употребления.

ГЛАВА 1. ЭВОЛЮЦИЯ YOUTUBE: ОТ ВИДЕОХОСТИНГА ДО ОДНОЙ ИЗ САМЫХ ВЛИЯТЕЛЬНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ ПЛАТФОРМ

1.1. История и эволюция YouTube

YouTube создали в 2005 году три бывших сотрудника компании «ПейПал» (PayPal): Джавед Карим, Чад Хёрли и Стив Чен (рис. 1).



Рис. 1⁹. Слева направо: Чад Хёрли, Стив Чен, Джавед Карим

По словам создателей, еще в 2004 году они поняли, что не существовало такого места в интернете, где люди могли бы свободно делиться своими видео. Карим спустя несколько лет, в одном из интервью, раскрыл, что идея создания такой платформы появилась как результат двух событий, случившихся в 2004 году¹⁰:

1) «Неисправность костюма» во время музыкального выступления Джастина Тимберлейка и Джанет Джексон на популярном в США спортивном событии «Супербоул»¹¹. Неизвестно по какой причине в конце выступления Тимберлейк резко дернул Джексон за верхнюю часть одежды и произошел курьез — из-за «неисправности костюма» Джастин Тимберлейк случайно

⁹ 21 Mind-Blowing YouTube Facts And Numbers // Harsh Agrawal. ShoutMeLoud. URL: <https://www.shoutmeloud.com/interesting-youtube-facts.html> (дата обращения 15.05.2020).

¹⁰ The History of Youtube // Engadget. URL: <https://www.engadget.com/2016-11-10-the-history-of-youtube.html> (дата обращения: 15.02.2020).

¹¹ Название финальной игры за звание чемпиона Национальной футбольной лиги США.

обнажил грудь Джексон в прямом эфире на национальном телевидении. Музыканты и организаторы принесли свои извинения, а сам эпизод стал одной из самых популярных новостей в интернете 2004 года¹².

2) Землетрясение в Индийском океане 2004 года, вследствие которого образовалось одно из самых разрушительных цунами в истории человечества. По разным данным, гигантская волна унесла жизни от 230 до 300 тысяч человек. Точную цифру назвать невозможно из-за большого количества пропавших без вести во время этой трагедии¹³.

В 2005 году на реализацию идеи создания такой платформы создатели получили 11.5 миллионов долларов США от компании “Sequoia Capital”. В апреле этого же года для тестирования было загружено самое первое видео на платформе под названием «Я в зоопарке» (“Me at the zoo”)¹⁴. На 18-секундном видео Джавед Карим стоит на фоне слонов в зоопарке и произносит следующую фразу: «Итак, мы стоим около слонов. Эти ребята круты тем, что у них очень-очень длинные хоботы. И это классно. Это все, что я хотел сказать».

Сайт начал полноценно работать в декабре 2005 года после завершения бета-тестирования. В 2006 году YouTube был куплен компанией Google за 1.65 миллиарда долларов США.¹⁵

Несмотря на то, что YouTube существует с 2005 года, популярность к нему начала приходить только в 2012 году. В это время YouTube перестал быть обычным видеохостингом, и на его платформе появилась блогосфера.

В 2010 году на платформе был запущен проект YouTube Rewind. Руководство решило выпускать на официальном канале платформы видеообзоры самых популярных видео и событий YouTube за прошедший год,

¹² 'Nipplegate' revisited: What really happened between Janet Jackson and Justin Timberlake? // USA Today. URL: <https://www.usatoday.com/story/sports/nfl/2018/01/31/nipplegate-revisited-what-really-happened-between-janet-jackson-and-justin-timberlake/1083557001/> (дата обращения: 15.02.2020).

¹³ Indian Ocean tsunami: Then and now // BBC. URL: <https://www.bbc.com/news/world-asia-30034501> (дата обращения: 15.02.2020).

¹⁴ Me at the zoo // jawed. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=jNQXAC9IVRw> (дата обращения: 15.02.2020).

¹⁵ YouTube // Britannica. URL: <https://www.britannica.com/topic/YouTube> (дата обращения: 15.02.2020).

выкладывая по одному видео каждый декабрь. За 2010¹⁶ и 2011¹⁷ годы просмотры Rewind составили 6 млн и 12 млн соответственно.

Успешным для платформы и блогеров стал 2012 год — «Rewind YouTube Style 2012»¹⁸ посмотрели более 190 млн пользователей. Отличается качество ролика и количество приглашенных ютьюберов, и за основу был взят клип «PSY — Gangnam Style»¹⁹, который первым в истории платформы и интернета набрал более 1 миллиарда просмотров все в том же 2012 году. С этого момента каждый последующий годовой видеобзор собирает более 100 миллионов просмотров.

Youtube сейчас

По данным Socialblade.com, сайта официальной статистики социальных медиаплатформ, 1 января 2011 года на платформе было 15 каналов²⁰, имеющих 1 миллион подписчиков. Это считалось большим достижением. В 2020 году насчитывается не менее 7000 каналов, преодолевших так называемый «миллионный барьер»²¹.

Несмотря на успех первого поколения YouTube-блогеров, включенных в Rewind в 2012 году, последователей в первое время у них практически не появлялось. Причин было несколько:

- была необходима техника для съемок;
- кому-то пришлось ради блогерства бросить работу;

¹⁶ YouTube Rewind 2010: Year in Review // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=UFnXm6cjGwU> (дата обращения: 15.02.2020).

¹⁷ YouTube Rewind 2011 // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=SmnkYyHQqNs> (дата обращения: 15.02.2020).

¹⁸ Rewind YouTube Style 2012 // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=iCkYw3cRwLo> (дата обращения: 15.02.2020).

¹⁹ PSY - GANGNAM STYLE(강남스타일) M/V // officialpsy. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=9bZkp7q19f0> (дата обращения: 15.02.2020).

²⁰ Top 15 Most Subscribed Youtube Channels (2011-2018) // TheRankings. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=FM15W89bNC0> (дата обращения: 15.02.2020).

²¹ TOP 5000 SUBSCRIBED YOUTUBE CHANNELS (SORTED BY SUBSCRIBER COUNT) // Social Blade. URL: <https://socialblade.com/youtube/top/5000/mostsubscribed> (дата обращения: 15.02.2020).

- некоторые родители были против того, чтобы их дети занимались блогерством²².

В 2013-2014 гг. платформа стала платить сначала популярным каналам, а потом и всем авторам, примерно по 1\$ за 1000-1500 просмотров (цена варьировалась в зависимости от страны блогера), что позволяло создателям вирусных видео зарабатывать тысячи долларов в день. Спонсоры, в свою очередь, стали платить «топовым»²³ каналам десятки тысяч долларов за рекламу.

Самые популярные ютуберы начали покупать себе дорогие спортивные машины, дома и летать на частных самолетах между континентами, чтобы принять участие в создании телепрограмм, фильмов и мультфильмов. Все это снималось в виде влогов и приносило еще больше денег. Это стало отправной точкой стремительного роста блогерства по всему миру²⁴.

Качество уступает количеству

Согласно Socialblade.com, на данный момент зарегистрировано более 41 миллиона создателя контента на YouTube²⁵. Учитываются лишь те, кто пользуется услугами Socialblade и зарегистрирован на сайте. Существует вероятность, что у некоторых авторов может быть по несколько каналов, которые они ведут вне статистики.

Исходя из этого можно сделать вывод, что вариаций контента на YouTube бесконечное множество. В этом есть свой плюс: множество идей для ютуберов и большое разнообразие для зрителей. Однако из-за высокой конкуренции и постоянной погони за новой аудиторией блогеры жертвуют качеством контента ради большего количества видеороликов.

²² Markiplier Lied to His Mom About Becoming a YouTuber // Late Night with Seth Meyers. URL: https://www.youtube.com/watch?v=EvYxexot_Ig (дата обращения: 15.02.2020).

²³ от англ. - “top” : вершина, первое место, высшая ступень.

²⁴ 10 Richest YouTubers of 2020 (Logan Paul, MrBeast, PewDiePie, David Dobrik) // Trend Central. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=4jgi-LKiVlk> (дата обращения: 15.02.2020).

²⁵ Social Blade. URL: <https://socialblade.com/> (дата обращения: 15.02.2020).

Также стоит отметить, что современные ютуберы не привязаны к определенному типу каналов. Эта тенденция отмечается и у блогеров первого поколения YouTube — стерлись границы форматов их контента.

Примеры топовых каналов с их статистикой и особенностями контента (эти каналы подробно разобраны в главе 2):

1. PewDiePie (Швеция/Англия/США)²⁶ - видеоигры, мемы, обзоры трендов;

Общее число подписчиков: 104 млн;

Просмотры: 24,7 млрд.

2. KSI (Англия)²⁷ - видеоигры, мемы, рэп, футбол, бокс;

Общее число подписчиков: 29 млн;

Просмотры: 6.8 млрд.

3. MrBeast (США)²⁸ - челленджи²⁹, раздача денег и оплата покупок обычным людям за счет спонсоров, международные соревнования для ютуберов, благотворительность;

Общее число подписчиков: 34.3 млн;

Просмотры: 5.2 млрд.

При исследовании видеороликов разных лет отмечается изменение в подходе к процессу съемки. В ранние годы блогерства ютуберы пытались сделать красивый фон для съемок и старались делать видео без помарок с минимальным количеством монтажа. Сейчас больше используется «живая» съемка. Блогеры не вырезают из роликов «неудачные» моменты, называя их «фейлами»³⁰ во время съемок. Примеры фейлов: неудачно произнесенные

²⁶ PewDiePie. URL: <https://www.youtube.com/user/PewDiePie/featured> (дата обращения: 15.02.2020).

²⁷ KSI. URL: <https://www.youtube.com/user/KSI0lajidebt/featured> (дата обращения: 15.02.2020).

²⁸ MrBeast. URL: <https://www.youtube.com/user/MrBeast6000/featured> (дата обращения: 15.02.2020).

²⁹ от англ. - “challenge” : бросать вызов.

³⁰ от англ. - “fail” : провал, неудача.

фразы, расфокусировка камеры, падение камеры³¹, проблемы со звуком, форс-мажорные ситуации. Зачастую эти моменты обыгрываются с юмором, вследствие чего создается эффект более живого видео.

Ориентировочно до 2017 года ютьюберы в своих видеороликах неоднократно повторяют, что тратят много времени на видеомонтаж. Однако сейчас, из-за высокой конкуренции и постоянного давления аудитории, которой необходим ежедневный свежий контент, у ютьюберов нет времени на самостоятельную обработку видео. Из-за этого они нанимают себе видеомонтажеров³², зачастую позволяя им нарезать и монтировать видео на свое усмотрение.

1.2. Функционал современного YouTube

YouTube постоянно развивается и становится все более сложной и разнообразной видеоплатформой. Вначале люди использовали YouTube для того, чтобы делиться своими видео с другими пользователями. Сейчас платформа периодически приобретает новые функции, и на данном этапе развития YouTube выделяются следующие:

1) YouTube стал полноценной социальной платформой

Во-первых, ютьюберы нередко поднимают важные вопросы, волнующие людей. Зрители откликаются на такой контент через лайки³³, комментарии и репосты. В комментариях под видео можно найти большие цепочки переписок, в которых аудитория активно обсуждает увиденное.

Во-вторых, на фоне подписок на один и тот же канал или тип контента, люди часто знакомятся через комментарии в YouTube и подписываются на каналы друг друга. Однако на платформе пока не введена опция переписки через

³¹ SIDEMEN LEARN 24 SKILLS IN 24 HOURS // Sidemen. URL: https://www.youtube.com/watch?v=N_xGrRni9E4&t=1518s (дата обращения: 15.02.2020).

³² UPDATE - LOOKING FOR AN EDITOR // W2Splays. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=4qvqZncUgco> (дата обращения: 15.02.2020).

³³ от англ. - "like" : любить, понравиться.

личные сообщения, поэтому после знакомства люди переходят в другие социальные сети для продолжения общения.

2) YouTube одновременно выполняет функции СМИ, информационного агентства и ньюсмейкера

Когда случается какое-либо громкое событие, пользователи практически сразу же заходят на YouTube в поисках видеороликов очевидцев. Платформа позволяет загружать большие по размеру видеоролики быстро, давая возможность аудитории получить наиболее полную и актуальную информацию.

Средства массовой информации периодически ссылаются на видео очевидцев в YouTube как на первоисточники. В современных выпусках новостей стало нормой увидеть, как в новостной сюжет добавлен видеоролик с YouTube с указанием канала автора оригинального видео.

Ютьюберы могут становиться ньюсмейкерами в силу совершаемых ими действий. Намного чаще ньюсмейкерами становятся блогеры, совершившие скандальные поступки. Здесь срабатывает одно из правил шоу-бизнеса: скандалы и негатив продаются хорошо.

Некоторые ютьюберы обрели популярность, позиционируя свои каналы как новостные. К примеру, одно из самых популярных самодельных СМИ на YouTube — “DramaAlert” («ДрамаАлёрт»)³⁴ и его ведущий Дэниел “Keemstar” («Кимстар») Ким (рис. 2).

³⁴ DramaAlert. URL: <https://www.youtube.com/user/NewDramaAlert/featured> (дата обращения: 23.02.2020).



Рис. 2³⁵. Дэниел “Keemstar” («Кимстар») Ким

Его канал основан на новостях про звезд интернета и скандалах, связанных с ними. Одной из главных «фишек» контента Дэниела стала достоверность информации и прямой доступ к ньюсмейкерам³⁶. Он старается поддерживать личную связь с популярными блогерами и во время своего выпуска может позвонить некоторым из них и попросить прокомментировать ту или иную ситуацию. У него много «хейтеров»³⁷, которые считают, что это не журналистика, и его канал не имеет никакого отношения к новостям. Ким на такие заявления не обращает внимания и продолжает свою работу. Замечено, что один из его любимых методов привлечения аудитории — «кликбейт»³⁸ в описаниях к видео (рис. 3).

³⁵ DramaAlert. URL: <https://www.youtube.com/user/NewDramaAlert/featured> (дата обращения: 23.02.2020).

³⁶ от англ. - “newsmaker” : термин, обозначающий человека, обладающего достаточным количеством информации и компетентности, чтобы выступать в качестве источника новости.

³⁷ от англ. - “hate” : ненависть.

³⁸ от англ. - “clickbait” (“click” - щелчок + “bait” - наживка) : контент-приманка, снаружи привлекающий зрителей своей сенсационностью и неординарностью, но не соответствующий этому по своему содержанию.

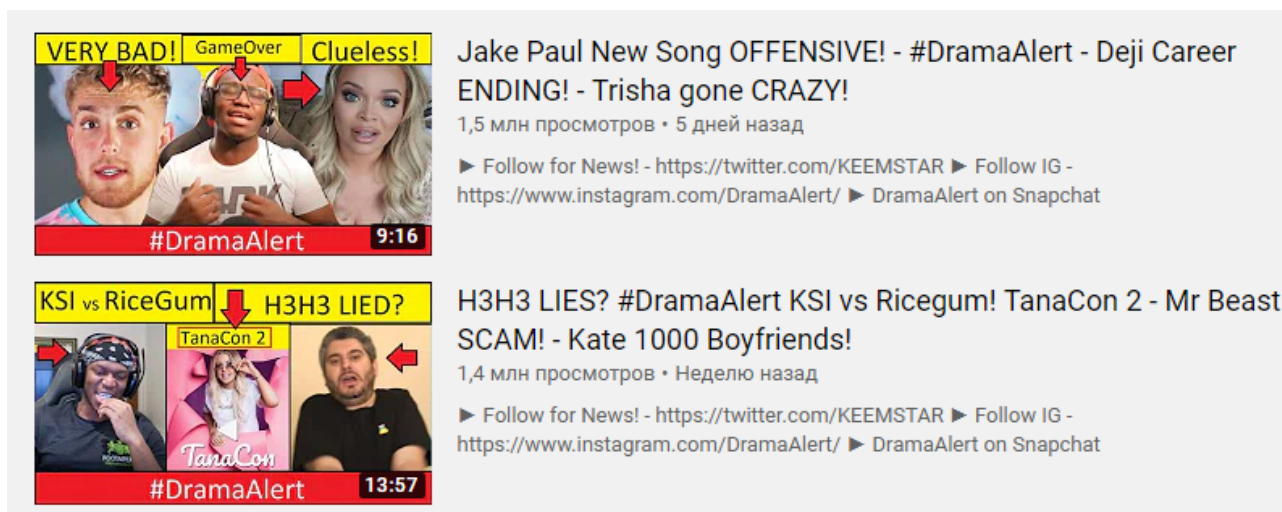


Рис. 3³⁹ Примеры кликбейтных заголовков и превью в видеороликах DramaAlert

3) YouTube стал большим общедоступным жестким диском.

Как показывает исследование, топовые ютуберы имеют на своих каналах в среднем от 500 до 5000 загруженных видео в зависимости от их активности и типа контента. Такое большое количество контента связано с тем, что практически все ютуберы живут за счет стабильно выкладываемых видеороликов. Некоторые из них загружают свои ролики по определённому расписанию, указанному в описании к их каналу или в баннере. Также блогеры стали делать ностальгические видео, в которых они просматривают свой старый контент и критикует себя в прошлом⁴⁰. Этим они стимулируют свою аудиторию вернуться к старым видео. Такой ход позволяет им зарабатывать еще больше денег, потому что их преданные фанаты возвращаются и пересматривают старый контент снова и снова.

В отличие от обыкновенных блогеров, разные корпорации создают свои каналы и загружают на платформу десятки, а порой и сотни тысяч видео, как на большой жесткий диск. В основном это новостные ТВ-каналы, развлекательные ТВ-каналы, кинокомпании или звукозаписывающие компании. В качестве примера автор рассматривает Индию, в которой YouTube обрел популярность не так давно, но развивается с большой скоростью. Из топ-100 индийских каналов

³⁹ DramaAlert. URL: <https://www.youtube.com/user/NewDramaAlert/featured> (дата обращения 23.02.2020).

⁴⁰ Markiplier Reacting to Old Videos // Markiplier. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=OhkHixg368Q> (дата обращения: 23.02.2020).

- на YouTube, имеющих больше всего подписчиков в стране⁴¹:
- 25 каналов загрузили на платформу от 10 тысяч до 100 тысяч видеороликов;
 - 2 компании имеют по 103 тысячи видеороликов;
 - 2 компании загрузили более 150 тысяч видео.

В основном все эти видео состоят из кинофильмов или музыкальных видеоклипов. Можно предположить, что зрители не успевают просматривать такое количество контента, но если учитывать, что в Индии живут более 1.3 млрд людей⁴² и то, что большое количество поклонников «Болливуда»⁴³ живут за пределами этой страны, цифры кажутся вполне реальными.

4) YouTube используют как стартовую площадку для начала карьеры.

Благодаря видеоплатформе сейчас можно стать киноактером⁴⁴ или певцом. В настоящее время наблюдается рост количества музыкантов на платформе. Стать профессиональным музыкантом всегда было непросто, потому что нужны студия, аппаратура, деньги на продвижение, связи среди музыкальных лейблов⁴⁵ и еще много различных нюансов. Сейчас же любители музыки записываются дома и растут через YouTube, где и находят своего слушателя. Люди создают собственные лейблы и самостоятельно через YouTube собирают тысячи человек на свои выступления в клубах. Одним из ярких примеров того, как музыкант стал знаменитостью, создавая свои произведения дома в спальне — это история восемнадцатилетней американской суперзвезды Билли Айлиш, которая завоевала 5 премий Грэмми в 2020 году⁴⁶.

⁴¹ TOP 250 YOUTUBERS IN INDIA SORTED BY SB RANK // Social Blade. URL: <https://socialblade.com/youtube/top/country/in> (дата обращения: 23.02.2020).

⁴² Численность населения Индии // Statdata. URL: <http://www.statdata.ru/naselenie-indii-chislennost> (дата обращения: 23.02.2020).

⁴³ Болливуд // Тонкости Туризма. URL: <https://tonkosti.ru/%D0%91%D0%BE%D0%BB%D0%BB%D0%B8%D0%B2%D1%83%D0%B4> (дата обращения: 23.02.2020).

⁴⁴ WE'RE MAKING A MOVIE! // Logan Paul. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Vf8DnekLwm4> (дата обращения: 23.02.2020).

⁴⁵ Бренд, созданный компаниями, занимающимися производством, распространением и продвижением аудио- и видеозаписей на носителях разных форматов.

⁴⁶ Billie Eilish Carpool Karaoke // The Late Late Show with James Corden. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=uh2qGWfmESk> (дата обращения: 23.02.2020).

Знаменитый канадский певец Джастин Бибер предвосхитил эту тенденцию еще в 2007 году, когда начал выкладывать на YouTube свои музыкальные видеоролики в 13 лет. Тогда, благодаря платформе, его случайно заметили музыкальный продюсер Скутер Браун и знаменитый американский певец Ашер. Вскоре после этого Бибер стал знаменитостью и до сих пор является одним из самых популярных певцов в мире.

1.3. Работа YouTube и блогеров с аудиторией

Аудитория — неотъемлемая часть современного интернета. Без нее не смогут жить ни интернет, ни телевидение, ни радио, ни СМИ. Могут существовать миллионы блогеров, которые будут создавать и загружать в сеть миллион видео каждый день, но это будет бессмысленным, если не будет зрителей.

Ютьюберы в своих видео часто используют следующую фразу: «Комментируйте, ставьте лайки и подписывайтесь на канал». Постоянно растущие подписчики — это жизненно важное условие для функционирования любого YouTube-канала. Важным фактором является не только количество подписчиков, но и их вовлеченность. Лайки и комментарии — основной показатель востребованности блогера. Чем выше вовлеченность, тем выше вероятность, что ютьюбер найдет себе нового спонсора и его видео попадут в топ.

У современного зрителя имеется очень широкий выбор контента. Есть возможность ежедневно подписываться на десятки новых каналов и забывать про старые. Если ютьюберы не поддерживают интерес аудитории к своему каналу, они ее теряют. Это послужило причиной того, что блогеры стали вежливее и учтивее к своим подписчикам, они чаще благодарят своих фанатов и говорят, что без них, все достижения ютьюберов были бы невозможны⁴⁷.

⁴⁷ Thank You! (19 MILLION SUBSCRIBERS) // jacksepticeye. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=cIxFKNIQ7wU> (дата обращения: 04.03.2020).

Исследование показывает, что ютьюберы стараются максимально тесно общаться с аудиторией. Популярный и простой метод — лайкнуть несколько комментариев к своим видео, после чего люди остаются довольными проявленным к ним вниманием. Помимо этого, блогеры просят подписчиков оставлять в комментариях свои пожелания к будущему контенту и свои мысли по поводу затронутых в видеороликах тем. Встречались случаи, когда ютьюберы создавали специальные чарты для голосования с текстами из серии: «Прохождение какой видео игры мне записать в следующий раз?».

Автор ВКР неоднократно встречал видеоролики, в которых для удержания внимания аудитории ютьюберы устраивают конкурсы с дорогими призами⁴⁸ (подарочные карты, мобильные телефоны, дорогие компьютеры), или устраивают «мит-энд-грит» (“meet-and-greet”)⁴⁹ с фанатами, рассказывая, где их можно будет найти. Зачастую такие встречи с фанатами⁵⁰ устраиваются либо на больших выставках как Comic Con⁵¹, либо в аэропорту, где не разрешено большое скопление людей, и у блогеров есть повод уйти от толпы под предлогом улетающего самолета.

YouTube пострадал от собственных пользователей

Как показывает практика, если неуважительно отнестись к пользователям платформы и не учитывать их пожелания, то это может иметь неприятные последствия. В ходе написания данной работы выяснилось, что YouTube периодически страдает от своих же пользователей.

В пункте 1.1 было указано, что “YouTube Rewind 2012” стал одним из главных стартовых толчков, принесших в дальнейшем платформе международную популярность. Однако, начиная с 2017 года, три видео:

⁴⁸ THE BIGGEST CHRISTMAS GIVEAWAY! // Miniminter. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=xbSVzva5I2k> (дата обращения: 04.03.2020).

⁴⁹ от англ. - “meet” : встретиться + “greet” : поприветствовать.

⁵⁰ SIDEMEN MANCHESTER MEET UP // Sidemen. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=qvPEt52H2ZY> (дата обращения: 04.03.2020).

⁵¹ SAN DIEGO COMIC CONVENTION. URL: <https://www.comic-con.org/> (дата обращения: 04.03.2020).

“YouTube Rewind 2017”⁵², “YouTube Rewind 2018”⁵³ и “YouTube Rewind 2019”⁵⁴ попали в ТОП-20 видео с самым большим количеством дислайков⁵⁵ на платформе⁵⁶.

“YouTube Rewind 2018” стал самым «дислайкнутым» видео в истории - более 17 миллионов дислайков против 2.8 миллионов лайков. Исходя из комментариев, можно сделать вывод, что публику разозлил тот факт, что в видео были вставлены не ютьюберы года и самые популярные мемы, а самые продаваемые лица и продукция. Негативно публика отнеслась и к тому, что платформа второй год подряд не была приглашает в “YouTube Rewind” ютьюбера №1 — PewDiePie («Пьюдипай»), который в 2018 году по мнению многих пользователей YouTube был лицом 2018 года⁵⁷.

До “YouTube Rewind 2018” самым «нелюбимым» на платформе видео был видеоклип Джастина Бибера “Justin Bieber - Baby ft. Ludacris (Official Music Video)”⁵⁸ 2010 года. При изучении комментариев становится видно, что пользователи платформы были настолько злы на YouTube за “YouTube Rewind 2018”, что возвращались к видеоклипу Джастина Бибера восьмилетней, на тот момент, давности и отменяли свои дислайки, чтобы официальное видео YouTube получило самый низкий рейтинг за всю историю. Вот пример одного из таких комментариев (рис. 4):

⁵² YouTube Rewind: The Shape of 2017 | #YouTubeRewind // YouTube. URL:

<https://www.youtube.com/watch?v=FlsCjmMhFmw&t=45s> (дата обращения: 04.03.2020).

⁵³ YouTube Rewind 2018: Everyone Controls Rewind | #YouTubeRewind // YouTube. URL:

<https://www.youtube.com/watch?v=YbJOTdZBX1g&t=1s> (дата обращения: 04.03.2020).

⁵⁴ YouTube Rewind 2019: For the Record | #YouTubeRewind // YouTube. URL:

<https://www.youtube.com/watch?v=2IAe1cqCOXo&t=59s> (дата обращения: 04.03.2020).

⁵⁵ от англ. - “dislike” : невзлюбить, чувствовать неприязнь.

⁵⁶ Top 20 most disliked YouTube videos ever // Dexerto. URL: <https://www.dexerto.com/entertainment/here-are-the-20-most-disliked-you-tube-videos-ever-250043> (дата обращения: 04.03.2020).

⁵⁷ “YouTube Rewind 2018” #YouTubeRewind REACTION!!! // Dwayne N Jazz. URL:

<https://www.youtube.com/watch?v=zv8-3uLXhgs> (дата обращения: 04.03.2020).

⁵⁸ Justin Bieber - Baby ft. Ludacris (Official Music Video) // Justin Bieber. URL:

<https://www.youtube.com/watch?v=kffacxfA7G4> (дата обращения: 04.03.2020).

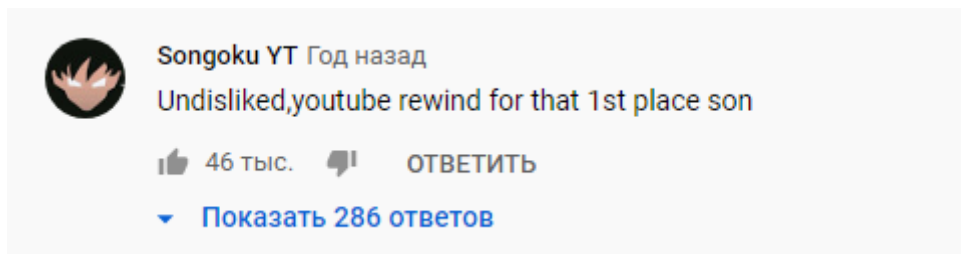


Рис. 4⁵⁹. «Забрал дислайк, сынок, первое место будет за YouTube Rewind»

Самый популярный ютубер PewDiePie учел пожелания зрителей и выложил свой собственный вариант: “YouTube Rewind 2018, но этот на самом деле хороший”⁶⁰. В видеоклипе он высмеял несколько ключевых моментов из оригинального видео, добавил все самые важные мемы и интернет-события того года, и почтил память умерших за тот год популярных и любимых аудиторией людей. Видео собрало почти в 3 раза меньше просмотров — 72 миллиона против почти 200 миллионов у оригинала, но ролик PewDiePie получил практически рекордную для платформы разницу лайков/дислайков: 8.9 миллионов лайков и 103 тысячи дислайков.

В 2019 году YouTube попытался реабилитироваться и сделал топ-10 самых, по мнению платформы, популярных видео в интернете за этот год. Эта идея тоже оказалась неудачной: по сравнению с предыдущим годом, просмотров стало в два раза меньше — 100 миллионов, но при этом по дислайкам оно заняло 3 место в ТОП-20 самых дислайкнутых видеороликов, набрав - 8.8 миллионов дислайков против 3.3 миллионов лайков.

Комментарии в этот раз были шуточные и ироничные, нежели негативные. Одним из самых популярных комментариев стал следующий (рис. 5):

⁵⁹ Justin Bieber - Baby ft. Ludacris (Official Music Video) // Justin Bieber. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=kffacxfA7G4> (дата обращения: 04.03.2020).

⁶⁰ YouTube Rewind 2018, but it's actually good // PewDiePie. URL: https://www.youtube.com/watch?v=By_Cn5ixYLg&t=5s (дата обращения: 04.03.2020).

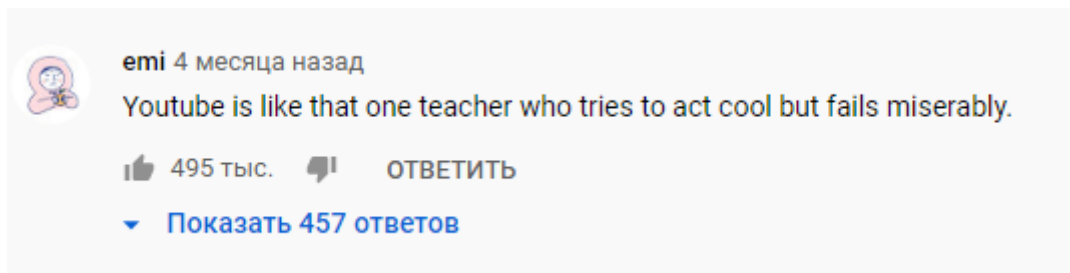


Рис. 5⁶¹. «YouTube похож на учителя, который старается казаться крутым, но с треском проваливается»

Изучив комментарии, автор работы сделал вывод, что аудитория не столько злится на YouTube, сколько расстроена платформой. Миллионы пользователей возвращаются в самые первые ролики “YouTube Rewind” и говорят в комментариях о том, что они скучают по тому, как YouTube относился к аудитории раньше.

Прибыль от работы с аудиторией

YouTube позволяет зарабатывать на своей аудитории, что, по сути, и является целью практически всех блогеров. Поначалу основная прибыль ютьюберов шла от просмотров видео, за которые им платила сама платформа (и сейчас продолжает платить), а также от вовлеченности аудитории, которая приносила создателям контента контракты с новыми спонсорами.

Сейчас основным источником дохода самых популярных блогеров является «мерч»⁶². Они создают собственные бренды, договариваются с производителями одежды и аксессуаров и делают собственные сайты с онлайн-магазинами.

Примерами одних из самых брендов платформы являются:

- SidemenClothing⁶³

⁶¹ YouTube Rewind 2019: For the Record | #YouTubeRewind // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=2IAelcqCOXo&t=59s> (дата обращения: 04.03.2020).

⁶² от англ. - “merchandise” : товар, изделие, атрибутика.

⁶³ Sidemen Clothing. URL: <https://www.sidemenclothing.com/> (дата обращения: 04.03.2020).

Владельцами являются английская группа ютуберов «Сайдмен» (“Sidemen”)⁶⁴. Ассортимент товаров варьируется от брендовой одежды для мужчин и женщин, до аксессуаров для телефонов, наушников и брендовых игровых джойстиков. Бренд пользуется большим спросом у фанатов по всему миру, в силу чего ютуберы организовали международную экспресс-доставку для своих клиентов.

- Maverick⁶⁵

Бренд скандально известного американского блогера Логана Пола⁶⁶. Название он дал в честь своего любимого попугая Маверика, который изображен на логотипе бренда. Во время пандемии коронавируса⁶⁷ он быстро переключился с обычной одежды на продажу защитных масок, нехватка которых сказывается повсеместно и при посещении сайта появляется следующее послание: «Спасибо! Из-за слишком высокого спроса мы, к сожалению, вынуждены сообщить, что у нас закончились запасы 30000 масок для защиты от пандемии. Мы работаем над дополнительным производством, чтобы помочь людям быть в большей безопасности. Пожалуйста, подпишитесь на email рассылку, чтобы мы могли вам сообщить о грядущем поступлении товаров Маверик. И самое главное - оставайтесь в безопасности и будьте здоровы!»

Привлечение аудитории к благотворительности

Не всегда ютуберы используют свою популярность для зарабатывания денег на личные нужды. Благотворительные организации периодически обращаются к топовым блогерам с просьбой подключиться к той или иной кампании по сбору денежных средств.

⁶⁴ Sidemen. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCDogdK17t7NHZQ95aEwkdMw> (дата обращения: 04.03.2020).

⁶⁵ Maverick Clothing. URL: <https://maverickclothing.com/> (дата обращения: 04.03.2020).

⁶⁶ Logan Paul. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCG8rbF3g2AMX70yOd8vqIZg> (дата обращения: 04.03.2020).

⁶⁷ Коронавирус // Всемирная организация здравоохранения. URL: <https://www.who.int/ru/health-topics/coronavirus/coronavirus> (дата обращения: 04.03.2020).

Далее в работе рассмотрены несколько примеров ютуберов, которые смогли собрать большие суммы денег на благотворительность.

1) *Jacksepticeye & “Hope from home”*



Рис. 6⁶⁸. Шон “jacksepticeye” («Джексептикай») МакЛоглин

7 апреля 2020 года на сайте для благотворительных движений Tiltify.com началась компания под названием «Надежда из дома» (“Hope from home”)⁶⁹. Суть компании заключалась в том, чтобы собрать денежные средства для помощи всем, кто пострадал от эпидемии коронавируса и испытывает финансовые трудности. Первым среди больших блогеров к кампании подключился знаменитый ирландский ютубер Шон “jacksepticeye” («Джексептикай») МакЛоглин⁷⁰ (рис. 6), имеющий почти 24 миллиона подписчиков и 12.5 миллиардов просмотров.

На платформе YouTube он начал прямую трансляцию под названием «Я нуждаюсь в вас СЕЙЧАС больше, чем когда-либо...» (“I need you all NOW more

⁶⁸ jacksepticeye. URL: <https://www.youtube.com/user/jacksepticeye> (дата обращения 08.03.2020).

⁶⁹ Hope From Home // Tiltify. URL: <https://tiltify.com/united-way/hopefromhome> (дата обращения: 08.04.2020).

⁷⁰ jacksepticeye. URL: <https://www.youtube.com/user/jacksepticeye/featured> (дата обращения: 08.03.2020).

than ever...”)71. Этот «стрим»72 продлился 11 часов 28 минут. Шон популярен своими прохождениями видеоигр и комментированием популярных интернет мемов, но в течение первых трех часов стрима он просто читал сообщения всех, кто жертвует деньги для кампании (с каждым взносом денег можно было оставлять любое короткое сообщение для Шона), и тех, кто жертвовал большие суммы свыше 1000\$, он записывал маркером на свою ручную «доску почета». Так же он неоднократно повторял, что у него нет необходимости кривляться на камеру и играть в видеоигры, чтобы его подписчики помогли ему с благотворительностью, потому что они понимающие и хорошие люди. Спустя три часа Шон захотел отблагодарить свою аудиторию и начал ее развлекать, играя в видеоигры, шутя на фоне «хромакея»73 и включая видеообращения других людей, которые присоединились к благотворительной акции.

Несмотря на свою популярность, Шон не ожидал такого мощного отклика и сострадания от своих подписчиков. За первые два часа трансляции было собрано 250 000\$, спустя шесть часов сумма превысила отметку в 550 000\$, а в итоге было собрано 676 353.44\$ за 11.5 часов трансляции. Позже, при просмотре официальной статистики кампании, можно было увидеть, что сам Шон так же пожертвовал 100 000 \$74. Кампания длилась с 7.04.2020г по 1.05.2020г, и финальная собранная сумма составила 1,855,961.24\$.

2) “Games Done Quick”75

“Games Done Quick”76 («Геймз Дан Куик») или “GDQ” («ДжиДиКью») — это серия так называемых игровых марафонов, проводимых с 2011 года77. На эти события приглашаются «мастера видеоигр», которых называют «спидранеры» (“speedrunners”), то есть эксперты в скоростном прохождении видеоигр. Вся

71 I need you all NOW more than ever... // jacksepticeye. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=0r98RtzvyD4&t=37010s> (дата обращения: 08.04.2020).

72 от англ. - “stream” : живая трансляция.

73 технология «зеленый экран» для совмещения двух и более изображений или кадров в одной композиции.

74 Hope From Home - Jacksepticeye // Tiltify. URL: <https://tiltify.com/@jacksepticeye/hope-from-home-jacksepticeye> (дата обращения: 08.04.2020).

75 Games Done Quick. URL: <https://www.youtube.com/user/gamesdonequick/featured> (дата обращения: 11.03.2020)

76 «игры проходятся быстро».

77 Games Done Quick. URL: <https://gamesdonequick.com/> (дата обращения: 11.03.2020).

привлекательность их деятельности заключается в том, что они в прямом эфире и при зрителях способны пройти различные видеоигры за считанные минуты или часы, в то время как у обычного игрока на это могут уйти недели. Скоростное прохождение видеоигр требует от игроков идеального знания игровой механики, всевозможных слабых мест в программировании игры. Чтобы использовать их как преимущество, спидранеры иногда взламывают компьютерные игры с помощью специальных программ, чтобы увидеть эти «пробелы». Основной целью этих игроков является постоянное установление новых мировых рекордов по времени прохождения, чтобы показать другим свое превосходство.

Исходя из прочтения некоторых комментариев к подобным событиям, автор сделал вывод, что некоторые зрители думают примерно следующее: «спидранеры занимаются полной ерундой и тратят свою жизнь на никому ненужные рекорды». В течение девяти лет существования GDQ доказывают обратное. Начиная с 2011 года главной целью проведения игровых марафонов под эгидой GDQ является благотворительность.

За годы своего существования Games Done Quick объединились с несколькими благотворительными организациями, самыми крупными из которых являются:

1. «Врачи без границ»⁷⁸ - международная независимая некоммерческая медицинская гуманитарная организация.
2. «Предотвратить рак»⁷⁹ - фонд и одна из ведущих некоммерческих организаций здравоохранения США, занимающаяся ранним выявлением и профилактикой рака.

Каждый год GDQ устраивают два недельных события: по одному зимой и летом. На этих событиях в течение недели лучшие игроки мира, практически без остановки сменяя друг друга, проходят видеоигры, устраивают между собой соревнования и взламывают компьютерные игры при помощи компьютерных

⁷⁸ Doctors without borders. URL: <https://www.doctorswithoutborders.org/> (дата обращения: 11.03.2020).

⁷⁹ The Prevent Cancer Foundation. URL: <https://www.preventcancer.org/> (дата обращения: 11.03.2020).

программ. У зрителей есть возможность жертвовать деньги и оставлять благодарности и пожелания, которые зачитываются ведущими вслух для всех зрителей и игроков. Одним из важных элементов события являются денежное голосование за разные вещи: имя персонажа, какого персонажа выберет игрок, условия прохождения игр — на какой пункт больше всего было потрачено денег, тот и побеждает. Как показывает исследование, большая часть собранных денег поступает именно через такие голосования.

Спидранеры проделывают большую работу для того, чтобы сохранять привлекательность Games Done Quick и продолжать собирать большие суммы для фондов. Они постоянно совершенствуют свои навыки, ищут новые способы обмануть игру, или устраивают беспрецедентное шоу, в котором спидранеры проходят видеоигру вдвоем с завязанными глазами, держа один джойстик на двоих, то есть полностью синхронизируя свои действия друг с другом⁸⁰.

На данный момент GDQ собрали больше 26 миллионов долларов США, а самое большое разовое пожертвование составляет 356 тысяч долларов⁸¹.

3) “Markiplier собрал 500 000\$ за 24 часа”

Марк “Markiplier” («Маркиплайер») Фишбах⁸² (рис. 7) — один из самых популярных англоязычных ютуберов. Его канал насчитывает 25.5 миллионов подписчиков и почти 13 миллиардов просмотров. На своем канале он в основном играет в видеоигры и комментирует смешные видео или мемы.

⁸⁰ Mike Tyson's Punch-Out!! by sinister1 and zallard1 in 23:39 - AGDQ2020 // Games Done Quick. URL: https://www.youtube.com/watch?v=ILGY_BNYLx8 (дата обращения: 11.03.2020).

⁸¹ All Events // Games Done Quick. URL: <https://gamesdonequick.com/tracker/> (дата обращения: 11.03.2020).

⁸² Markiplier. URL: <https://www.youtube.com/user/markiplierGAME> (дата обращения: 11.03.2020).



Рис. 7⁸³. Марк “Markiplier” («Маркиплайер») Фишбах

Исходя из комментариев зрителей и блогеров, делается вывод, что это один из немногих ютьюберов, которого любит практически вся часть того YouTube сообщества, с которым он когда-либо пересекался. Негативные комментарии в его адрес поступают редко. В некоторых топовых комментариях к видеороликам, в которых он присутствует, его иногда называют «Киану Ривз от YouTube»⁸⁴ (рис. 8).

Аудитория отмечает его любовь и заботу о своих подписчиках и то, что он постоянно участвует в многочисленных благотворительных акциях и привлекает к ним свою большую аудиторию.

⁸³ Markiplier. URL: <https://www.youtube.com/user/markiplierGAME> (дата обращения: 11.03.2020).

⁸⁴ Актер Киану Ривз - один из самых любимых персонажей в мировом интернете.



Рис. 8⁸⁵. «Маркиплайер — Киану Ривз от YouTube. Хорошо выглядит, заботлив и добр, и просто является «парнем, которого тяжело ненавидеть»

Случился даже такой момент, когда YouTube из-за ошибки в одном из своих автоматизированных алгоритмов начал блокировать Google-аккаунты подписчиков Марка. Марку удалось связаться с вершущкой компании YouTube и помочь большинству пострадавших восстановить все, что у них было. Подробнее эта ситуация рассмотрена в главе 3.

Markiplier принял участие в десятках благотворительных акций как самостоятельно, так и при помощи своих друзей ютьюберов. Например, 23 февраля 2018 года Марк организовал 48-часовой благотворительный стрим для сбора денег на сайте для благотворительных движений Tiltify.com. Целью сбора денег была помощь бездомным людям. В одном из своих интервью он объяснил, почему решил провести эту большую 48-часовую благотворительную прямую трансляцию: «Меня всегда гложет тот факт, что у меня не хватает времени, чтобы уделить внимание всем (и друзьям, и поклонникам). Был один ребенок из Make-A-Wish Foundation⁸⁶, с которой мне довелось встретиться лишь мельком. Два месяца спустя я узнал, что она умерла. Несколько дней я был сам не свой и постоянно думал лишь о том, что этот мир покинул прекрасный смеющийся человек, а у меня практически не было шанса узнать ее. Это изменило все. После этого я решил провести 48-часовой благотворительный стрим. Сначала меня

⁸⁵ Markiplier Answers the Web's Most Searched Questions | WIRED // WIRED. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=3c03hBfakms> (дата обращения: 11.03.2020).

⁸⁶ Благотворительный фонд «Исполни желание», помогающий исполнять желания смертельно больным детям.

посетила мысль о том, что 48 часов — это много, затем я подумал, что это — ничто по сравнению с тем, что переживают нуждающиеся люди. И если я могу заставить себя это сделать, если я могу заработать денег для благих целей, если я могу направить свою аудиторию в это правильное русло — так почему бы мне этого не сделать?». ⁸⁷

Марк покинул стрим ровно через 24 часа, но оставил его включенным, передав эстафету своему другу — популярному ирландскому ютьюберу Шону “jacksepticeye” МакЛоглину, который также часто принимает участие в благотворительности.

За 24 часа онлайн, Марк собрал 513 000\$⁸⁸. Пока это самая большая сумма, которую разово собирал Марк за благотворительные стримы. В описании к своему каналу он указал, что в общей сложности им было собрано более 3 000 000\$ на благотворительность⁸⁹.

⁸⁷ Markiplier Answers the Web's Most Searched Questions | WIRED // WIRED. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=3c03hBfakms> (дата обращения: 11.03.2020).

⁸⁸ Markiplier Raises \$500,000 In 24 Hours For Homeless Youth Organization ‘My Friend’s Place’ // Tubefilter. URL: <https://www.tubefilter.com/2019/02/26/markiplier-charity-livestream-amount-raised-my-friends-place/> (дата обращения: 11.03.2020).

⁸⁹ About // Markiplier. URL: <https://www.youtube.com/user/markiplierGAME/about> (дата обращения: 11.03.2020).

ГЛАВА 2. ГЛАВНЫЕ ИНФЛЮЕНСЕРЫ АНГЛОЯЗЫЧНОГО YOUTUBE — СОЗДАТЕЛИ ТРЕНДОВ

2.1. Топовые блогеры и моменты их взлета на вершину

Для того, чтобы получить более полное представление об эволюции видеоплатформы YouTube, автор работы считает необходимым изучить каналы ведущих англоязычных ютьюберов-инфлюенсеров.⁹⁰ Далее приведены примеры тех блогеров, которые внесли и вносят значимый вклад в развитие YouTube в разных областях.

1. “PewDiePie”⁹¹

Подписчики: 104 млн;

Просмотры: 24.9 млрд.



Рис. 9⁹². Феликс “PewDiePie” («ПьюДиПай») Чэльберг

Феликс “PewDiePie” («ПьюДиПай») Чэльберг (30 лет, родом из Швеции) — считается ютьюбером №1 (рис. 9). Начиная с 2013 года, он занимает первую

⁹⁰ от англ. - “influence” : влиять. Человек, имеющий влияние на аудиторию в определённой сфере.

⁹¹ PewDiePie. URL: <https://www.youtube.com/user/PewDiePie> (дата обращения: 19.03.2020).

⁹² PewDiePie. URL: <https://www.youtube.com/user/PewDiePie> (дата обращения 19.03.2020)

строчку по количеству подписчиков среди каналов, принадлежащих физическим лицам.

Изначально Феликс позиционировал свой канал как игровой, сейчас он официально отмечен как развлекательный. На протяжении нескольких лет его главной тематикой видео были, на тот момент новые “Let’s play”⁹³-прохождения видеоигр. Благодаря этому формату PewDiePie в короткий срок стал самым популярным игровым каналом на платформе YouTube⁹⁴.

Помимо этого, популярность ему принесла его «фишка» — brofist (брофист/братский кулак). В конце своих видео Феликс подносит кулак к камере, давая возможность своим зрителям «ударится» с ним кулаками через экран. Такого до PewDiePie не делал никто, и этим жестом он завоевал любовь своей растущей в геометрической прогрессии аудитории. Он назвал ее “Bro Army”⁹⁵, приглашая всех желающих присоединиться к этой «большой семье». Многие фанаты Феликса писали в комментариях, что, «когда он подносит кулак к камере, невозможно не поднести кулак к монитору в ответ», или присылали ему на почту письма следующего содержания: «В те дни, когда мне плохо, и я не хочу иметь дело с этим миром, я включаю твои видео. После пары просмотров мне становится намного лучше, я становлюсь счастливее. И я знаю несколько человек, которые испытывают такие же чувства»⁹⁶.

PewDiePie много раз повторял в своих видео, что аудитория для него важнее всего, и что ему было радостно делать видео даже для своих первых 200 подписчиков, с которыми он общался через комментарии и электронную почту. Можно сделать вывод, что благодаря этому вовлеченность его аудитории с самого начала была высокой. Феликс сделал почтовый адрес, на который фанаты могли присылать ему письма и посылки. Если кто-то из поклонников присылал ему рисунки на тему его канала, он добавлял их в конце своих видео со словами благодарности. Канал шведа стал самым быстро растущим на платформе.

⁹³ «давайте поиграем».

⁹⁴ Top 15 Most Subscribed Youtube Channels (2011-2018) // TheRankings. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=FM15W89bNC0> (дата обращения: 19.03.2020)

⁹⁵ «армия братанов».

⁹⁶ WHAT'S IN MY MAIL?! (Mailtime!) (Fridays With PewDiePie - Part 52) // PewDiePie. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=veRPGLZqAM0&t=393s> (дата обращения: 19.03.2020).

Вследствие этого он стал самым популярным ютьюбером. Однако в 2014 году ему пришлось закрыть комментарии на несколько месяцев. «Большинство из комментариев — это спам», — так он прокомментировал свое решение.

В 2015 году PewDiePie выпустил книгу «Эта книга любит тебя». Это пародия на книги по саморазвитию, состоящая из простых предложений-мотиваций с иллюстрациями. По состоянию на январь 2017 года было продано около 112 тысяч копий.

2019 год Феликс назвал самым удачным в своей жизни. Во-первых, он женился. Во-вторых, благодаря «гонке за первое место» с индийской корпорацией T-Series, он стал первым соло-ютьюбером, достигшим отметки в 100 миллионов подписчиков.

Сейчас его канал заполнен разнообразным контентом: видеоигры, обзоры мемов, рассуждения на социальные темы, даже было несколько видео на тему дегустации виски из различных стран и обзор прочитанной им литературы.

2. “KSI”⁹⁷

Подписчики: 29.5 млн;

Просмотры: 6.6 млрд.

Олажиде “KSI” («КейЭсАй») Олатунжи (26 лет, родом из Англии) — родители и друзья его коротко называют “JJ” (ДжейДжей) — один из самых влиятельных ютьюберов Великобритании (рис. 10). Начиная свою карьеру с компьютерных игр. Популярность и деньги изначально к нему пришли благодаря футбольному симулятору “FIFA”. KSI не только играл в него, но и постоянно критиковал разработчиков в своих видео за все недостатки игры и снял несколько видеопародий на эту тему.

⁹⁷ KSI. URL: <https://www.youtube.com/user/KSI0lajidebt/featured> (дата обращения: 19.03.2020).



Рис. 10⁹⁸. Олажиде “KSI” («КейЭсАй») Олатунжи

В 2013 году Олажиде с шестью друзьями создали YouTube-группу The Sidemen⁹⁹ (позже просто Sidemen). Их целью было совместное продвижение и рост на платформе. Двигателем прогресса стал KSI, который на тот момент уже был довольно популярен в Англии.

Так же он стал рекламировать сайты, на которых можно было купить внутриигровую валюту, чтобы потратить ее на футбольные карточки в FIFA. Неизвестно, были ли эти сайты его собственностью или нет, но благодаря этому, уже в 21 год он купил автомобиль Lamborghini Aventador стоимостью от 250 000 фунтов стерлингов. В будущем этот автомобиль принес Олажиде еще большую популярность: это было время, когда блогеры заработали на свои первые автомобили и хвастались ими в видеороликах перед своими фанатами и коллегами по платформе.

С 2012 по 2014 год KSI предпринял несколько попыток начать музыкальную карьеру рэпера, но это получилось только после покупки нового автомобиля. В 2015 году KSI на своем канале выложил музыкальный клип на

⁹⁸ KSI. URL: <https://www.youtube.com/user/KSIolajidebt/featured> (дата обращения: 19.03.2020).

⁹⁹ Sidemen. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCDogdK17t7NHZQ95aEwkdMw> (дата обращения: 19.03.2020).

рэп-песню “Lamborghini”¹⁰⁰, записанную совместно с рэпером P Money и попавшую в британские чарты. На данный момент видео имеет 111 миллионов просмотров и до сих пор является самым популярным на его канале. Это послужило хорошим стартом для будущей музыкальной карьеры KSI. На данный момент он записал совместные песни с такими известными рэперами как: Rick Ross, Waka Flocka Flame, Lil Baby, S-X и многими другими.

24 сентября 2015 году ДжейДжей выпустил книгу под названием “I Am a Bellend” (цензурный перевод: «Я полный идиот») в Англии. Через пять дней книга появилась в США под названием “I Am a Tool” (перевод практически такой же).

В 2017 году у KSI возник конфликт с другим популярным британским ютубером Джо Уэллером (“Joe Weller”)¹⁰¹, и у Олажиде возникла идея разрешить конфликт на боксерском ринге, параллельно разыграв придуманный им «Чемпионский пояс YouTube». Так как оба блогера не имели достаточный уровень подготовки, им было разрешено провести любительский боксерский поединок. Бой состоялся 3 февраля 2018 года на Copper Box Arena в Лондоне. Прямую трансляцию поединка на YouTube смотрели 1.6 миллионов зрителей, а запись поединка собрала 19 миллионов просмотров¹⁰². После этого боя появилась мода среди ютуберов — для решения любого конфликта вызывать друг друга на бой по правилам бокса или смешанных единоборств. Олажиде позже провел два поединка с популярным блогером из США Логаном Полом, один из которых состоялся на профессиональном уровне.

В 2019 году KSI сообщил, что приостанавливает свою боксерскую деятельность, чтобы сосредоточиться на музыкальной карьере.

¹⁰⁰ KSI - Lamborghini (Explicit) ft. P Money // KSI. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=708mjaHTwKc> (дата обращения: 19.03.2020).

¹⁰¹ Joe Weller. URL: <https://www.youtube.com/user/nuevafilms> (дата обращения: 19.03.2020).

¹⁰² KSI VS JOE WELLER FULL FIGHT // KSI. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=y4bDWUD-EkQ&t=3s> (дата обращения: 19.03.2020).

3. “Logan Paul”¹⁰³

Подписчики: 20.8 млн;

Просмотры: 5 млрд.

Логан Пол (24 года, родом из США) — одна из самых скандальных и популярных звезд в интернете (рис. 11). Свою карьеру Логан Пол начинал в 2014 с платформы Vine (Вайн). Став знаменитостью на этой платформе, он переехал в Лос-Анджелес совместно с другими популярными «вайнерами». Однако из-за проблем, которые испытывала Vine, ему пришлось перенести свой контент сначала в Instagram и Facebook, а затем и на YouTube, где он решил сосредоточиться на ежедневных влогах. Всего он выложил 536 ежедневных видео, 465 из которых, по словам самого Логана, были сняты подряд «без пропуска одного дня»¹⁰⁴.

В своих влогах ютьюбер неоднократно демонстрировал, как параллельно с созданием контента для YouTube, он снимается в кино и записывает музыкальные треки.

Пол заработал популярность так же благодаря собственному бренду мерча “Maverick”¹⁰⁵. Название было выбрано в честь клички его попугая Маверик. Во всех своих видео Логан постоянно повторяет слоган: «это лучший мерч в бизнесе», призывает своих зрителей «быть как Маверик» и постоянно подталкивает своих подписчиков заказывать вещи на его сайте. В большинстве своих видео он демонстрирует свой Мерседес, который, по словам ютьюбера, был сделан на заказ и стоил 300 000\$. Еще Логан неоднократно раздавал бесплатно брендовые вещи своим фанатам на улицах¹⁰⁶.

¹⁰³ Logan Paul. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCG8rbF3g2AMX70yOd8vqIZg/featured> (дата обращения: 19.03.2020).

¹⁰⁴ THE END OF LOGAN PAUL VLOGS... // Logan Paul. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=WapBwuNtUzQ&t=104s> (дата обращения: 19.03.2020).

¹⁰⁵ Maverick Clothing. URL: <https://maverickclothing.com/> (дата обращения: 19.03.2020).

¹⁰⁶ DRIVING THE \$400,000 DUCK TAPED TRUCK! // Logan Paul. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=WIHkx-Ky4Q> (дата обращения: 19.03.2020).



Рис. 11¹⁰⁷. Логан Пол

Помимо влогов, музыки и кино, Логан стал популярным из-за участия в нескольких скандалах. Самым крупным из которых стало видео, в котором Логан с друзьями находится в японском «лесу самоубийц» — Аокигахара. В этом лесу запрещено сходить с основных троп из-за риска потеряться или встретить людей, погибших в лесу. Логан с друзьями решили, что снимать необходимо там, где это запрещено, и очень скоро обнаружили человека, совершившего самоубийство¹⁰⁸. Возмутительной для общества оказалась реакция Логана и его друзей, которые смеялись, радовались находке и не выказывали никакого уважения к погибшему. Жесткой критике со стороны зрителей, звезд и СМИ подверглись не только все участники видео, но и сам YouTube. Платформа не только разрешила выложить это видео, но оно занимало первое место в тренде до того момента, пока не было удалено.

¹⁰⁷ Richard Shotwell/Invision/AP. URL: <https://www.engadget.com/2019-01-02-logan-paul-new-lows-2018-doesnt-matter.html> (дата обращения 19.03.2020).

¹⁰⁸ YouTube star under fire for video of apparent suicide victim // ABC News. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=WjNFGZLJLss> (дата обращения: 19.03.2020).

После этого скандала Логан принес свои извинения всем¹⁰⁹, но его обвиняли в том, что он просил прощения неискреннее. Так же Логан объявил, что перестает выпускать ежедневные видео¹¹⁰ и сделает акцент не на количестве контента, а на качестве, чтобы больше не допускать подобных ошибок.

Переключить внимание аудитории со скандала в Японии ему помогли два боксерских поединка с британцем KSI. После этого он создал один из самых популярных подкастов в интернете — “Impulsive” («Импóлсив»)¹¹¹, имеющий более 2 миллионов подписчиков.

4. “Dude Perfect”¹¹²

Подписчики: 50 млн;

Просмотры: 10.4 млрд.

Dude Perfect («Дюд Пёрфект») входит в «десятку лучших американских каналов» на платформе и в «тройку лучших мировых спортивных каналов» в YouTube¹¹³ (рис. 12).

Канал был создан пятерыми друзьями: Тайлер Тони, Коби Коттон, Кори Коттон, Коди Джонс и Гаррет Хилберт.

Изначально главной направленностью канала были «трикшоты»¹¹⁴ с использованием спортивного инвентаря. Из-за высокой трудности выполняемых трюков, на которые, по словам создателей, иногда уходило по несколько часов и несколько сотен попыток, их видео несколько лет стабильно набирают миллионы просмотров. Так, например, пятиминутное видео с трикшотами при помощи мячика для пинг-понга на данный момент собрало 200 миллионов просмотров¹¹⁵.

¹⁰⁹ So Sorry. // Logan Paul. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=QwZT7T-TXT0> (дата обращения: 19.03.2020).

¹¹⁰ THE END OF LOGAN PAUL VLOGS... // Logan Paul. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=WapBwuNtUzQ&t=104s> (дата обращения: 19.03.2020).

¹¹¹ Impulsive. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCGeBogGDZ9W3dsGx-mWQGJA/featured> (дата обращения: 19.03.2020).

¹¹² Dude Perfect. URL: <https://www.youtube.com/user/corycotton/featured> (дата обращения: 19.03.2020).

¹¹³ Dude Perfect // Social Blade. URL: <https://socialblade.com/youtube/user/corycotton> (дата обращения: 19.03.2020).

¹¹⁴ от англ. - “trickshot” : трюковый выстрел/ трюковый бросок.

¹¹⁵ Ping Pong Trick Shots 2 | Dude Perfect // Dude Perfect. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=UtsfUAHkyWQ> (дата обращения: 19.03.2020).



Рис. 12¹¹⁶. Слева направо: Коби Коттон, Коди Джонс, Тайлер Тони, Гаррет Хилберт, Кори Коттон

После того, как Dude Perfect осознали уникальность своего контента, они решили попробовать войти в Книгу рекордов Гиннеса, благодаря своим трюкам. 16 мая 2016 года они выложили видео, в котором официально установили 11 мировых рекордов Гиннеса, включая «Самый высокий баскетбольный бросок», закинув мяч в баскетбольное кольцо с крыши здания высотой 162 метра¹¹⁷.

Dude Perfect — одни из немногих ютьюберов, которые смогли закрепиться не только на YouTube, но и на телевидении. 14 апреля 2016 года они запустили собственное шоу “The Dude Perfect Show” на телеканале Nickelodeon, которое продолжается и по сей день.

5. “MrBeast”¹¹⁸

Подписчики: 33 млн;

Просмотры: 5 млрд.

Джимми “MrBeast” («МистерБист») Доналдсон (21 год, родом из США) — считается одним из самых главных инфлюенсеров интернета на данный момент (рис. 13).

¹¹⁶ Dude Perfect. URL: <https://www.youtube.com/user/corycotton/featured> (дата обращения: 19.03.2020).

¹¹⁷ World Record Edition | Dude Perfect // Dude Perfect. URL: https://www.youtube.com/watch?v=gm2_6DX_0Bw&t=401s (дата обращения: 19.03.2020).

¹¹⁸ MrBeast. <https://www.youtube.com/user/MrBeast6000> (дата обращения: 19.03.2020).



Рис. 13¹¹⁹. Джимми “MrBeast” («МистерБист») Доналдсон

Популярность к MrBeast пришла после того, как он стал выкладывать многочасовые видео, на которых выполняет различные «челленджи». Например, видео «Считаю от 1 до 100 000 в течение одно видео» (“Counting To 100,000 In One Video”)¹²⁰, которое длится почти 24 часа (на самом деле оно заняло 40 часов, но из-за технических трудностей его пришлось сократить), или 17-часовое видео «Я сказал: «Логан Пол» 100 000 раз» (“Saying Logan Paul 100,000 Times”)¹²¹, которое собрало более 16 миллионов просмотров.

Заработав несколько миллионов подписчиков, он нашел спонсоров для нового контента на своем канале. В разных видеороликах Джимми показывает,

¹¹⁹ MrBeast. <https://www.youtube.com/user/MrBeast6000> (дата обращения: 19.03.2020).

¹²⁰ Counting To 100,000 In One Video // MrBeast. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=xWcldHxHFpo> (дата обращения: 23.03.2020).

¹²¹ Saying Logan Paul 100,000 Times // MrBeast. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=FX6rml2Yjs&t=3s> (дата обращения: 23.03.2020).

как он раздает спонсорские деньги, от 10 000\$ до 100 000\$, случайным людям: от разносчиков пиццы¹²² до стримеров в интернете¹²³.

Затем он начал проводить экстремальные челленджи среди своих друзей и подписчиков. Самым популярным видео с 79 миллионами просмотров является «Я высыпал 100 миллионов конфет Orbeez на заднем дворе моего друга» (“I Put 100 Million Orbeez In My Friend's Backyard”)¹²⁴, где он вместе со своими друзьями высыпает на заднем дворе 100 миллионов конфет.

Пик популярности MrBeast приходится на 2019 год. Сначала он начал движение “Subscribe to PewDiePie” («Подписывайтесь на PewDiePie»)¹²⁵, чтобы помочь Феликсу Чельбергу сохранить первое место по количеству подписчиков в борьбе с индийской корпорацией T-Series¹²⁶. К этому движению присоединились многие знаменитые ютуберы и звезды, и благодаря этому PewDiePie преодолел отметку в 100 миллионов подписчиков.

Вторым событием стала благотворительная акция #TeamTrees (#КомандаДеревья)¹²⁷. Во время массовых лесных пожаров по всему миру MrBeast совместно с ютубером Марком Робером организовали всемирный челлендж собрать 20 миллионов долларов для того, чтобы посадить 20 миллионов деревьев, призывая людей жертвовать деньги для Arbor Day Foundation¹²⁸. Необходимая сумма была собрана меньше, чем за год, а среди пожертвовавших деньги были ведущие блогеры и несколько миллиардеров, включая Илона Маска, Тобиаса Лютке и Марка Бениоффа.

¹²² Tipping Pizza Delivery Guys \$10,000 // MrBeast. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=uotb9ZHnI2g> (дата обращения: 23.03.2020).

¹²³ Donating \$100,000 To Streamers With 0 Viewers // MrBeast. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Y6jC6VaO3j0> (дата обращения: 23.03.2020).

¹²⁴ I Put 100 Million Orbeez In My Friend's Backyard // MrBeast. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=3TflpIIIQH4&t=96s> (дата обращения: 23.03.2020).

¹²⁵ I Bought Every Billboard In My City For This // MrBeast. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=qZNxvnQv0h4> (дата обращения: 23.03.2020).

¹²⁶ T-Series. URL: <https://www.youtube.com/user/tseries> (дата обращения: 23.03.2020).

¹²⁷ Planting 20,000,000 Trees, My Biggest Project Ever! // MrBeast. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=HPJKxAhLw5I> (дата обращения: 23.03.2020).

¹²⁸ Arbor Day Foundation. URL: <https://www.arborday.org/> (дата обращения: 23.03.2020).

6. “First We Feast”¹²⁹

Подписчики: 8.5 млн;

Просмотры: 1.3 млрд.



Рис. 14¹³⁰. Шон Эванс — ведущий шоу Hot Ones

“First We Feast” («Фёст Уи Фист») — американский канал про кулинарию, созданный в 2014 году. Его основу составляет шесть шоу:

- “Hot Ones” («Хот Уанс»);
- “The Burger Show” («Зе Бёге Шоу»);
- “Feast Mansion” («Фист Мэншн»);
- “Food Skills” («Фуд Скиллз»);
- “Food Grails” («Фуд Грэйлз»);
- “Gochi Gang” («Гочи Гэнг»).

Самое популярное шоу на канале — Hot Ones с ведущим Шоном Эвансом (рис. 14). Шон приглашает на интервью звезд кино, спорта или шоу-бизнеса, во время которого предлагает им съесть 10 куриных крыльев, приправленных самыми острыми в мире соусами чили. Крылья необходимо съесть от самого легкого до самого острого, приготовленного для последнего вопроса. Острота

¹²⁹ First We Feast. URL: <https://www.youtube.com/user/FirstWeFeast> (дата обращения: 23.03.2020).

¹³⁰ First We Feast. URL: <https://www.youtube.com/user/FirstWeFeast> (дата обращения: 23.03.2020).

соуса определяется по шкале жгучести Сквилла. Самый легкий соус соответствует отметке в 1800 «сковиллов». Самый острый соус приготовлен First We Feast по собственному рецепту из самых острых видов перца чили. Его острота превышает отметку в 2 миллиона «сковиллов». Примечательно, что Шон каждый раз ест такие же крылья вместе с гостем, чтобы «им было легче».

Проанализировав шоу Hot Ones, автор данного исследования делает вывод, что успех и популярность этого типа интервью складывается из следующих элементов:

1) Фанаты и гости признают Шона Эванса одним из лучших в мире интервьюеров на данный момент. Звезды практически в каждом видео хвалят его за подготовленные вопросы и проделанную «домашнюю работу». Ему удается найти факты или истории, о которых звезды сами давно забыли, или их никто до Шона об этом не спрашивал. Фанаты отмечают профессионализм Шона, который подстраивается под каждого гостя и грамотно ведет беседу. Гости удивляются терпению Шона по отношению к острому соусу, потому что ему приходится скрывать весь дискомфорт и продолжать интервью как ни в чем не бывало.

2) Hot Ones — это практически единственное место в интернете, где фанаты могут увидеть «селебрити» добровольно страдающих от острого соуса. Редко кому из гостей удастся съесть все 10 крыльев не испытывая дискомфорта. Реакция гостей примерно одинаковая: у них появляется насморк, они начинают плакать, потеть, кричать, пить воду или молоко, или бегают по студии¹³¹.

3) Шон Эванс в одном из своих интервью¹³² сказал, что они придумали формат интервью с острыми крыльями по ряду причин:

- многие любят куриные крылья;
- когда селебрити испытывает дискомфорт от миллионов сковиллов, проявляется их настоящая сущность;

¹³¹ The Best Da Bomb Reactions of 2019 | Hot Ones // First We Feast. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=GDEVOCTW4qk> (дата обращения: 02.04.2020).

¹³² Sean Evans of 'Hot Ones' 🍷 - Best/Worst Guests, Publicists, Khaled, etc - Jim Norton & Sam Roberts // First We Feast. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=0GnwXrGyNmU> (дата обращения: 02.04.2020).

- когда звезды сосредоточены на остроте соуса, они ослабляют свою защиту и рассказывают больше, чем могли бы себе позволить в другой ситуации.

2.2. Самые популярные тренды YouTube: их появление и распространение по мировому интернету

Ютьюберы-инфлюенсеры и аудитория являются неотъемлемой частью развития видеохостинга YouTube. В результате их взаимодействия создаются интернет-тренды, которые распространяются по платформе с большой скоростью и привлекают новых пользователей. Об этих интернет-трендах и пойдет речь дальше.

1. “Gangnam Style”¹³³

15 июля 2012 года на YouTube был загружен клип “Gangnam Style” («Гэнгам Стайл») южнокорейского музыканта PSY (рис. 15). Клип привлек внимание запоминающейся мелодией и хаосом, творящимся на экране.



Рис. 15¹³⁴. Живое исполнение “Gangnam Style”

¹³³ PSY - GANGNAM STYLE(강남스타일) M/V // officialpsy. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=9bZkp7q19f0> (дата обращения: 02.04.2020).

¹³⁴ Psy performing live/Image from Twitter // Firstpost. URL: <https://www.firstpost.com/entertainment/south-korea-wants-gangnam-style-singer-psy-to-perform-in-north-korea-pyongyang-officials-oppose-the-plan-4407549.html> (дата обращения 15.05.2020).

Видео оказалось вирусным и стало первым в истории платформы, достигнув отметки в 1 миллиард просмотров. Песня заняла первое место в чартах более чем в 30 странах, а видеоролик был самым просматриваемым до июля 2017 года.

Из-за большой популярности тренда зрители узнавали о нем из телевидения, радио, от звезд в интернете и даже политиков. Все это побуждало людей заходить на платформу, чтобы не оказаться вне тренда. Сейчас этот ролик набрал более 3.5 миллиардов просмотров.

2. *“Harlem Shake”*¹³⁵

В феврале 2013 года интернет узнал о “Harlem Shake” («Гарлем Шейк»). Это тренд превратился в один из самых масштабных и вирусных мемов за всю историю.

Его запустил Джордж Миллер, известный под псевдонимами “Joji” («Джоджи») или “FilthyFrank” («ФилсиФренк»)¹³⁶. Со своими друзьями он снял короткое комедийное видео под музыку “Baauer - Harlem Shake” (рис. 16). По его словам, он совсем не ожидал такого отклика у аудитории и сначала не поверил, что людям действительно это понравилось. Оригинальное видео собирало десятки тысяч просмотров в минуту, а на YouTube стали загружаться тысячи пародий на оригинальное видео.

Этот мем принес YouTube новую аудиторию и трафик. Однако, исходя из исследования, главным плюсом тренда можно считать другое. Новой аудитории приходилось регистрироваться на платформе для того, чтобы загрузить собственные видео-пародии. До этого основной трафик просмотров шел от незарегистрированных пользователей.

¹³⁵ DO THE HARLEM SHAKE (ORIGINAL) // DizastaMusic. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=8vJiSSAMNWw> (дата обращения: 02.04.2020).

¹³⁶ TVFilthyFrank. URL: <https://www.youtube.com/user/TVFilthyFrank> (дата обращения: 02.04.2020).



Рис. 16¹³⁷. DO THE HARLEM SHAKE (ORIGINAL). Джордж Миллер справа в розовом костюме

3. «Дисс-треки»¹³⁸

В период с 2014 по 2017 годы на YouTube появлялось большое количество вирусных, но не масштабных трендов. Их количество вполне логично, потому что практически каждому блогеру необходимо делать что-то эксклюзивное и «громкое» для привлечения аудитории. Этот период малых трендов продолжался до 2017 года.

6 августа 2017 года британский ютубер KSI выложил видео «Я покидаю The Sidemen» (“I’m Leaving The Sidemen”)¹³⁹. В нем он рассказывает, что покидает созданную им YouTube-группу Sidemen¹⁴⁰ из-за конфликта с одним из

¹³⁷ DO THE HARLEM SHAKE (ORIGINAL) // DizastaMusic. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=8vJiSSAMNWw> (дата обращения: 02.04.2020).

¹³⁸ от англ. - “diss-track” : рэп-произведение, целью которого является словесная атака на оппонента, включая сквернословие, раскрытие каких-то личных секретов человека или, к примеру, оскорбление его семьи.

¹³⁹ I’m Leaving The Sidemen // KSI. URL: https://www.youtube.com/watch?v=0zeg_RDsn-4 (дата обращения: 02.04.2020).

¹⁴⁰ Sidemen. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCDogdK17t7NHZQ95aEwkdMw> (дата обращения: 02.04.2020).

семи участников — Итаном “Behzinga” («Безинга») Пэйном¹⁴¹. В видео KSI всячески высмеивает своего «бывшего друга» и показывает небольшой отрывок рэп-песни, в котором он неодобрительно отзывается обо всей группе Sidemen.



Рис. 17¹⁴². Все дисс-треки Sidemen

Этот видеоролик набрал более 9 миллионов просмотров и привлек внимание платформы. Ответ Итана «Драма» (“Drama ”)¹⁴³ в виде «дисс-трека» был снят и выложен менее чем за сутки и собрал 14 миллионов просмотров. Еще больший ажиотаж вызвал ответ второго, после KSI, по величине ютубера группы - Гарри “w2s” («ДабльюТуЭс») Льюиса¹⁴⁴. Ему понадобилось два дня, чтобы написать дисс на KSI и снять клип. Видео «KSI отстой» (“KSI Sucks ”)¹⁴⁵ собрало 56 миллионов просмотров и начало серию взаимных диссов, в которых Sidemen устроили «войну» с KSI и его сторонниками (рис. 17). Они поливали другу друга грязью и раскрывали публике секреты остальных, включая «правдивые истории» в стрип-клубах, наркотики, разбитые машины и обо всем,

¹⁴¹ Behzinga. URL: <https://www.youtube.com/user/Behzinga> (дата обращения: 02.04.2020).

¹⁴² ALL SIDEMEN DISS TRACKS IN ORDER! // MoreSidemen. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=1-VliQe5o1w> (дата обращения 02.04.2020).

¹⁴³ Behzinga - Drama (Official Music Video) // Behzinga. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ki1sl4Ad08Q> (дата обращения: 02.04.2020).

¹⁴⁴ W2S. URL: <https://www.youtube.com/user/wroetoshaw> (дата обращения: 02.04.2020).

¹⁴⁵ W2S - KSI Sucks (RiceGum & KSI Diss Track) Official Video // W2S. URL: https://www.youtube.com/watch?v=pmcFL_qLhMo (дата обращения: 02.04.2020).

что остается за кадром. Вскоре KSI вернулся в группу Sidemen и сообщил, что разногласия улажены.

Примерно через год он рассказал, что по большей части конфликт был «фейковым», но некоторые разногласия действительно имели место¹⁴⁶. Стоит отметить, что члены Sidemen практически сразу после этого выступили с заявлениями, что многое сказанное про наркотики, стрип-клубы и подобные негативные вещи являлись выдумкой для подогрева интереса к видеороликам.

Sidemen суммарно получили более 300 миллионов просмотров всех дисс-треков и собственных реакций на клипы других, а также несколько миллионов подписчиков. Начался «год дисс-треков» - именно так был назван 2017 год на YouTube. Ютуберы по всему миру буквально приняли моду поливать друг друга грязью и снимать диссы. Этой ситуацией воспользовались «каналы-реакции» (подробнее о них в главе 3), которые анализировали треки и высказывали свое мнение по тому или иному конфликту. Этот тренд продолжался практически весь год, пока сам себя не исчерпал.

4. «Год бокса»

Второй год подряд ведущий тренд на платформе YouTube создал KSI. Его конфликт с другим британским ютубером Джо Уэллером (“Joe Weller”)¹⁴⁷ перерос в любительский боксерский поединок, который состоялся 3 февраля 2018 года на Copper Box Arena в Лондоне при полной арене зрителей. Прямую трансляцию поединка на YouTube смотрели 1.6 миллионов зрителей, а запись боя собрала 19 миллионов просмотров¹⁴⁸. После того, как KSI победил техническим нокаутом, он заявил, что готов подраться с любым ютубером, но предпочел бы любого из братьев Пол: Логана Пола или Джейка Пола.

История закончилась двумя боксерскими поединками между англичанином KSI и американцем Логаном Полом. У фанатов противостояние получило название «Англия против США». Событие оказалось востребованным

¹⁴⁶ WAS THE SIDEMEN BEEF FAKE? // KSI. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=TNI8IckD29A> (дата обращения: 02.04.2020).

¹⁴⁷ Joe Weller. URL: <https://www.youtube.com/user/nuevafilms> (дата обращения: 02.04.2020).

¹⁴⁸ KSI VS JOE WELLER FULL FIGHT // KSI. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=y4bDWUD-EkQ&t=1172s> (дата обращения: 02.04.2020).

у аудитории, так как каждый из них имеет более 20 миллионов подписчиков на YouTube и считался звездой платформы в своей стране.



Рис. 18¹⁴⁹. Официальный постер к “KSI vs Logan Paul 2”

Первый поединок прошел на любительском уровне в Манчестере и закончился ничьей. Фанаты и ютуберы, следившие за конфликтом стали требовать реванш. Для второго поединка оба блогера получили боксерскую лицензию и разрешение провести бой на профессиональном уровне в Лос-Анжелесе на арене Staples Center (рис. 18). KSI выиграл этот поединок раздельным решением, и оба блогера решили завершить конфликт.

По официальному заявлению Атлетической Комиссии штата Калифорния, каждый блогер получил гарантированный гонорар в размере 900 000\$ только за выход на бой¹⁵⁰. Было скрыто, сколько бойцы получили спонсорских денег. Исходя из ажиотажа и масштаба события, можно предположить, что ютуберы получили несколько миллионов долларов.

¹⁴⁹ HIGHLIGHTS | KSI vs. Logan Paul 2 // DAZN USA. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=5to980XceD4> (дата обращения: 09.04.2020).

¹⁵⁰ KSI vs Logan Paul prize money: How much will fight winner take home after rematch? // Independent. URL: <https://www.independent.co.uk/sport/general/boxing/ksi-vs-logan-paul-prize-money-purse-earn-how-much-belt-time-uk-stream-a9196701.html> (дата обращения: 02.04.2020).

В качестве подтверждения слов о больших масштабах этого события, автор отмечает, что перед главными боями “KSI vs Joe Weller”¹⁵¹ и “KSI vs Logan Paul 1”¹⁵² в карде турнира числились только бои между ютьюберами, то есть боксерами-любителями. В то время как вторым и третьим по значимости событиями перед “KSI vs Logan Paul 2”¹⁵³ были два профессиональных поединка:

- 1) Билли Джо Сондерс vs Косересо Марсело — за титул чемпиона мира по версии WBO;
- 2) Девин Хейни vs Альфредо Сантьяго — за титул чемпиона мира по версии WBC.

После этого на платформе появилась новая мода — вызывать друг друга на поединки. по правилам бокса или смешанных единоборств.

5. “Подписывайтесь на PewDiePie”

С августа 2018 года по апрель 2019 года продолжалось соревнование PewDiePie с индийской звукозаписывающей корпорацией T-Series за наибольшее количество подписчиков. PewDiePie в одном из своих видео сказал, что «ему необходима помощь в этой борьбе» и получил отклик от знаменитого американского ютьюбера — MrBeast¹⁵⁴.

MrBeast выкупил несколько билбордов с призывом «Подписывайтесь на PewDiePie», заплатил за рекламу с таким же слоганом на радио Северной Каролины и снял 12-часовое видео, в котором он повторяет слово “PewDiePie” 100 000 раз¹⁵⁵. После этого ему удалось прорекламить движение во время одного из самых популярных американских спортивных событий — «Супербоул»¹⁵⁶ (рис. 19).

¹⁵¹ KSI VS JOE WELLER FULL FIGHT // KSI. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=y4bDWUD-EkQ&t=1172s> (дата обращения: 02.04.2020).

¹⁵² KSI VS. Logan Paul - FULL FIGHT #KSIvsLogan // KSIvsLogan. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=HYmE1i2gJGA> (дата обращения: 02.04.2020).

¹⁵³ HIGHLIGHTS | KSI vs. Logan Paul 2 // DAZN USA. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=5to980XceD4> (дата обращения: 09.04.2020).

¹⁵⁴ I Bought Every Billboard In My City For This // MrBeast. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=qZNxvnQv0h4&t=5s> (дата обращения: 09.04.2020)

¹⁵⁵ Saying Pewdiepie 100,000 Times // MrBeast. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=mGIpOtncmSM> (дата обращения: 09.04.2020).

¹⁵⁶ Название финальной игры за звание чемпиона Национальной футбольной лиги США.



Рис. 19¹⁵⁷. MrBeast (в центре) с друзьями на «Супербоул»

Основная идея данного движения — поддержать простых создателей контента на платформе YouTube против корпораций, которые продвигают свой материал на платформе за деньги, не давая шанса на честную конкуренцию.

Вскоре к «Подписывайтесь на PewDiePie» подключились влиятельные ютуберы платформы, такие как “Markiplier” (25 млн подписчиков), “jacksepticeye” (23.5 млн подписчиков) и даже Logan Paul (20 млн подписчиков), с которым у PewDiePie были натянутые отношения.

Стоит отметить, что PewDiePie сам обратился за помощью к Loganу Полу с предложением забыть все разногласия и присоединиться к борьбе, привлекая свою аудиторию. Logan согласился и пообещал пожертвовать на благотворительность по 1 шведской кроне за каждого из своих подписчиков, кто поможет Феликсу. Американец уточнил, что поможет при одном условии: если он это делает, PewDiePie должен будет прорекламировать на своем канале его

¹⁵⁷ I Advertised Pewdiepie At The Super Bowl // MrBeast. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=qPBfTPJHSOQ&t=24s> (дата обращения: 09.04.2020).

брендовую одежду “Maverick”¹⁵⁸. После этого Логан Пол посвятил подкаст тому, чтобы его подписчики поддержали шведа, а PewDiePie сдержал обещание и в знак благодарности в одном из своих видео надел брендовый худи Maverick¹⁵⁹.

В общем это движение принесло PewDiePie более 30 миллионов новых подписчиков и позволило преодолеть отметку в 100 миллионов подписчиков.

Не обошлось и без негативных последствий популярности движения. 15 марта 2019 года произошли два террористических акта в мечетях Новой Зеландии, в результате которых были убиты 51 человек и 49 получили ранения. Один из террористов вел прямую трансляцию расстрела людей, и перед тем, как совершить теракт, он сказал: «Помните, парни - подписывайтесь на PewDiePie». Шведский блогер отреагировал сразу же, как узнал об этом, назвав упоминание его в этом теракте отвратительным и выразив соболезнование родственникам погибших.

28 апреля 2019 года PewDiePie выложил видео «Прекращение мема Подписывайтесь на PewDiePie» (“Ending the Subscribe to Pewdiepie Meme”), в котором шведский блогер сказал следующее: «Изначально движение имело позитивный эффект, и мне было невероятно приятно, что по всему миру меня поддерживают ведущие блогеры и миллионы фанатов. Это было забавно и весело. Однако, затем до меня стали доходить новости о нехороших вещах. Стоит понимать, что, когда в движении участвуют 90 миллионов человек, всегда найдутся несколько дегенератов, которые будут использовать его в своих корыстных целях. Один из таких моментов — граффити с призывом подписаться на меня на Мемориале, посвященном Второй Мировой Войне. Это было отвратительно. Мы проследили за тем, чтобы надпись удалили с мемориала и пожертвовали деньги парку, в котором он стоит. Я не хотел, чтобы это движение было сопряжено с такими отвратительными поступками, а мое имя опорочено через них. Затем произошло то, что вряд ли кто-то мог предугадать — теракт в Новой Зеландии. Я ограничился только сообщением в Твиттере лишь потому,

¹⁵⁸ HELLO PEWDIEPIE... THE LOGANG IS HERE // Logan Paul. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=dAywfoqE9ok> (дата обращения: 09.04.2020).

¹⁵⁹ I'm not afraid to say it... LWIAY - #0061 // PewDiePie. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Nqh8dSzQV-g&t=15s> (дата обращения: 09.04.2020).

что не хочу уделять лишнее внимание террористам. «...» Изначально все начиналось позитивно и весело, но, к сожалению, веселье закончилось, и ситуация зашла слишком далеко. Я принял решение прекратить это движение. Хочу поблагодарить всех людей, кто меня поддерживает. Раз мы начали позитивно, то давайте и закончим это на позитивной ноте»¹⁶⁰.

2.3. Взаимодействие ютуберов между собой для взаимного роста и поддержания собственной популярности

С самого начала развития блогерства на YouTube создатели контента поняли, что совместные с другими каналами проекты выгодны для всех: для ютуберов — это привлечение новой аудитории, а для зрителей — разнообразие контента и возможность увидеть несколько знаменитых блогеров вместе.

При исследовании данного вопроса автор отметил следующие варианты взаимодействия ютуберов:

1. Коллаборации¹⁶¹

Сотрудничество между ютуберами стало визитной карточкой YouTube на стадии обретения популярности платформы. В 2020 году это вошло в норму, однако в период 2012-2014 годов это был популярный у зрителей вид контента.

Первыми и самыми простыми «коллаборациями» стали игровые видео. Главной трудностью для записи таких видео, по словам блогеров, было наличие качественного стабильного интернет-соединения. Дискомфорт вызывала и разница по времени, так как многие ютуберы находились в разных часовых поясах.

Второй тип коллабораций — живое присутствие. Видео, в которых блогеры показывают, как добираются друг к другу в гости в другие города или страны, приветствуются зрителями и сейчас. Основная сложность такого сотрудничества — это освободить плотный ютуберский график для путешествия и съемок и соотнести его с графиками своих партнеров.

¹⁶⁰ Ending the Subscribe to Pewdiepie Meme // PewDiePie. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Ah5MYGQBYRo> (дата обращения: 09.04.2020).

¹⁶¹ «сотрудничество».

Основное условие коллабораций — создание сразу нескольких качественных видеороликов на разную тематику, которые размещаются поровну на каналах участников коллаборации. В описании к каждому видео взаимно размещаются ссылки на социальные сети блогеров.

2. Конфликты

Этим способом привлечения аудитории пользовались задолго до появления YouTube. Уже давно людям известно, что скандалы продаются намного лучше, чем хорошие новости.

Из-за миллионов создателей контента на платформе, ютьюберам стало сложнее удерживать аудиторию и сохранять нужный уровень вовлеченности зрителей. Фанаты быстро забывают про каналы, которые больше не могут создать что-то привлекательное.

По этой причине ютьюберам иногда приходится прибегать к напоминанию о себе через скандалы или конфликты. До 2017 года прямые конфронтации на платформе были не очень популярны, но с наступлением «года дисс-треков» ситуация поменялась.

В 2020 году стало нормальным знать, с кем конфликтует тот или иной ютьюбер, или с чем он категорически не согласен. Каждый волен выражать свое мнение, даже если его об этом мнении не спрашивали.

Два самых популярных способа выразить свое негативное отношение ютьюберов друг к другу это: написать на человека дисс-трек либо вызвать его на поединок по правилам бокса или смешанных единоборств. Нередко разногласия решаются через соревнования в видеоиграх между блогерами. Гораздо реже ютьюберы пытаются разрешать конфликты при помощи дискуссии либо через интернет, либо в личной беседе на камеру.

3. YouTube-группы

После подробного анализа самых популярных каналов можно сделать вывод, что наибольшего успеха добились ютьюберы, которые объединились в группы. Обычно в таких группах создается один общий канал, на который выкладывается различного рода контент, включающий всех членов

объединения. То есть ютьюберы зарабатывают деньги и наращивают аудитории не только за счет собственных видео, но и получают доход от общего канала.

В настоящее время самыми успешными и популярными в мире считаются 3 объединения ютьюберов:

- “Sidemen” («Сайдмен») из Англии;
- “Vanoss Crew” («Команда Вэносса») — международная группа;
- “Faze Clan” («Фэйз Клан») из США.

1) *Sidemen*¹⁶²

Суммарное количество подписчиков: более 90 миллионов;

Суммарное количество просмотров: более 23 миллиардов.

Британская группа, состоящая из 7 ютьюберов и основанная Олажиде “KSI” Олатунжи (рис. 20). Отличительной особенностью от двух других рассматриваемых групп является то, все члены группы должны принимать участие в съемках каждого видеоролика.

За редким исключением, если необходимо четное количество человек, они тянут жребий кто не будет участвовать в съемках. В двух остальных группах количество участников видео постоянно меняется.

Изучение комментариев канала Sidemen показало, что фанаты с большой любовью относятся к каждому из членов Sidemen и часто называют их не группой, а семьей.

¹⁶² Sidemen. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCDogdK17t7NHZQ95aEwkdMw> (дата обращения: 09.04.2020).



Рис. 20¹⁶³. Слева направо по нижней половине рисунка: Тоби Браун, Джош Брэдли, Саймон Минтер, Гарри Льюис, Итан Пэйн, Олажиде Олатунжи, Викрам Барн

2) *Vanoss Crew*

Суммарное количество подписчиков: более 70 миллионов;

Суммарное количество просмотров: более 20 миллиардов.

Vanoss Crew — неофициальное название международной группы ютуберов, играющих совместно в видеоигры. Их называют «группой Vanoss» в честь главной фигуры группы — канадского ютубера Эвана “VanossGaming” («Вэносгейминг») Вонга¹⁶⁴ (25 миллионов подписчиков и 12 млрд просмотров).

Группа состоит из 9 человек, среди которых американцы, канадцы и ирландцы (рис. 21). В отличие от двух других рассматриваемых групп, видео Vanoss Crew носят исключительно игровой характер. За редким исключением они могут снять музыкальный клип, но он обязательно будет пересекаться с игровой тематикой и будет нарисован в виде мультфильма.

¹⁶³ THE SIDEMEN THEN AND NOW // MM7Games. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=DzjIES9WZwg> (дата обращения 09.04.2020).

¹⁶⁴ VanossGaming. URL: <https://www.youtube.com/user/VanossGaming> (дата обращения: 09.04.2020).



Рис. 21¹⁶⁵. Фото группы не существует. Для работы взят рисунок фаната, точно подчеркивающий мультяшный стиль каналов каждого члена группы

3) *FaZe Clan*¹⁶⁶

Суммарное количество подписчиков: более 40 миллионов;

Суммарное количество просмотров: более 5 миллиардов.

Faze Clan — американская группа ютуберов. Среди рассматриваемых в данной работе групп, является самой нестабильной по количеству участников и тематике контента (рис. 22).

¹⁶⁵ VinegarStrokes. Steam Community. URL:

<https://steamcommunity.com/sharedfiles/filedetails/?l=bulgarian&id=1235034572> (дата обращения 09.04.2020).

¹⁶⁶ FaZe Clan. URL: <https://www.youtube.com/user/FaZeClan> (дата обращения: 09.04.2020).



Рис. 22¹⁶⁷. FaZe Clan принимают участие в благотворительности Make-A-Wish Foundation¹⁶⁸

Несмотря на явное отставание в количестве просмотров от двух предыдущих групп, FaZe Clan имеет преимущество. Изначально бренд создавался не как объединение ютуберов, а как киберспортивная организация. Сейчас в их киберспортивной команде насчитывается более 50 спортсменов, выступающих на международных соревнованиях в 10 игровых дисциплинах. Стоит отметить, что их результаты на киберспортивной арене всегда высоки, а в команду набирают лучших в рейтингах киберспортсменов.

¹⁶⁷ FaZe Clan Makes A Wish // FaZe Clan. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=oRG7NTsQE14> (дата обращения 09.04.2020).

¹⁶⁸ Благотворительный фонд «Исполни желание», помогающий исполнять желания смертельно больным детям.

ГЛАВА 3. БУДУЩЕЕ YOUTUBE

3.1. Перспективные направления каналов

В 2020 году YouTube насчитывает более 40 миллионов создателей контента¹⁶⁹, более 2 миллиардов пользователей и более миллиарда часов просмотра каждый день¹⁷⁰.

Исходя из приведенных данных, можно сделать вывод, что на платформе имеется бесконечное разнообразие контента. Однако любой тип контента рано или поздно надоедает аудитории, и ютуберы постоянно находятся в поиске новых идей, чтобы удержать интерес зрителей к своим каналам. При более детальном изучении данного вопроса становится ясно, что оригинальные идеи для видеороликов практически моментально адаптируются другими блогерами на платформе и со временем так же теряют свою актуальность из-за переизбытка похожих видео.

Изучив контент последних 5 лет, автор работы выделяет три типа каналов, идеи которых прижились вопреки критике и не утратили своей актуальности до сих пор:

1. Каналы реакции (reaction channels);
2. Каналы мукпан (mukbang channels);
3. Каналы АСМР (asmr channels).

3.1.1. Каналы реакции

Братья Файн

Смысл каналов реакции прост: ютуберы впервые смотрят различные видеоролики и записывают на камеру свою реакцию на происходящее. Идею создания такого типа контента приписывают двум братьям из США: Бенни Файн (Benny Fine) и Рафи Файн (Rafi Fine) — владельцам канала “FBE” («ЭфБиИ»)

¹⁶⁹ Social Blade. URL: <https://socialblade.com/> (дата обращения: 20.04.2020).

¹⁷⁰ YouTube для прессы // YouTube About. URL: <https://www.youtube.com/about/press/> (дата обращения: 20.04.2020).

(Fine Bros Entertainment)¹⁷¹, имеющего 20 миллионов подписчиков и 8.8 миллиардов просмотров (рис. 23).



Рис. 23¹⁷². Рафи Файн (слева), Бенни Файн (справа)

Их первоначальной идеей было показывать детям на камеру разные видео в интернете. Эту серию видеороликов они назвали «Реакция детей» (“Kids react”). Первое успешное видео было выложено 6 ноября 2010 года под названием «Реакция детей на вирусные видео» (“Kids React to Viral Videos”)¹⁷³. Оно собрало почти 7 миллионов просмотров, хотя все видеоролики канала до этого имели менее одного миллиона. Так появилась одна из самых узнаваемых франшиз в англоязычном интернете под названием «Реакция» (“React”), в честь которой братья Файн назвали свой второй по популярности канал, имеющий 12.7 миллионов подписчиков.

После этого они начали снимать видеореакции других возрастных групп: тинейджеров, взрослых и пожилых. Причем, для каждой возрастной группы они

¹⁷¹ FBE. URL: <https://www.youtube.com/user/TheFineBros> (дата обращения: 20.04.2020).

¹⁷² FBE. URL: <https://www.youtube.com/user/TheFineBros> (дата обращения: 20.04.2020).

¹⁷³ Kids React to Viral Videos (Leave Britney Alone, Trololo, Berries and Cream, Japanese Commercial) // FBE. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=UKgY12Jwkh4> (дата обращения: 20.04.2020).

наняли по несколько человек, которые являются постоянными лицами их канала. Заработав популярность, они стали приглашать знаменитых ютуберов и снимать их реакцию на вирусные тренды¹⁷⁴ — это было их взаимное продвижение на платформе.

Британец KSI сделал то, что впоследствии стало популярным в YouTube — снял ответ на реакцию тинейджеров на его канал. Видео получило название «Реакция KSI на реакцию тинейджеров на KSI» (“KSI Reacting to Teens Reacting To KSI Olajidebt ”)¹⁷⁵ и в описании к видео отметил, что заголовок видео получился забавным. После этого знаменитые ютуберы стали снимать похожие реакции под предлогом того, что им интересно мнение участников популярного канала React о своем контенте.

У FBE оказалось несколько звездных фанатов канала. Среди них американская певица Билли Айлиш¹⁷⁶ — восемнадцатилетняя суперзвезда, завоевавшая 5 премий Грэмми в 2020 году. В 2018 году FBE узнали, что Билли любит их канал, и пригласили ее в качестве звездного гостя для записи ответной реакции на видео «Тинейджеры реагируют на Билли Айлиш» (“TEENS REACT TO BILLIE EILISH ”)¹⁷⁷. В ходе видеоролика «Билли Айлиш реагирует на реакцию тинейджеров на Билли Айлиш» (“Billie Eilish Reacts To Teens React To Billie Eilish ”)¹⁷⁸ она призналась в любви к каналу и к самим братьям Файн, а также сказала, что хорошо помнит почти всех участников их канала, потому что смотрела их в то время, когда еще не была знаменитой. Третьим видео серии они сделали реакцию тинейджеров на реакцию Билли Айлиш. Блогеры были шокированы тем фактом, что Билли знала практически каждого из них. Стоит отметить, что название третьего видео получилось довольно необычным для платформы: «Тинейджеры реагируют на реакцию Билли Айлиш на реакцию

¹⁷⁴ YouTubers React to Viral Videos Ep. #1 (Gangnam Style, Evolution of Dance, Catch the Ice Dude) // FBE. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=P8hTt7aUTrA> (дата обращения: 20.04.2020).

¹⁷⁵ KSI Reacting to Teens Reacting To KSI Olajidebt // KSI. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=wCTWC5opFeU> (дата обращения: 20.04.2020).

¹⁷⁶ Billie Eilish. URL: <https://www.billieeilish.com/> (дата обращения: 20.04.2020).

¹⁷⁷ TEENS REACT TO BILLIE EILISH // FBE. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=3re6AM53bXM> (дата обращения: 20.04.2020).

¹⁷⁸ Billie Eilish Reacts To Teens React To Billie Eilish // FBE. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=85Rzda2P4-E> (дата обращения: 20.04.2020).

тинейджеров на Билли Айлиш» («Teens React To Billie Eilish Reacts To Teens React To Billie Eilish»)¹⁷⁹.

В 2015 году стали появляться другие каналы видеореакций, но они отличались от FBE. Люди стали снимать свою собственную реакцию. Движению начало набирать популярность и, по сути, отнимать аудиторию и просмотры и у FBE. Братьям Файн это не понравилось и в 2016 году они подали документы на регистрацию торговой марки слова «Реакция» («Reaction»). Если бы за ними зарегистрировали данный термин, это давало бы им возможность отсуживать у любого YouTube-канала до 50% прибыли при следующих условиях:

- блогеры произносят слово «реакция» в видео;
- блогеры делают что-либо отдаленно напоминающее контент братьев Файн.

То есть под угрозой находились даже каналы, которые делали обзоры на различные товары, или ютьюберы, выступающие как музыкальные или кинокритики. Когда эта новость дошла до блогеров и пользователей YouTube, FBE подверглись жесткой критике. Они потеряли несколько сотен тысяч подписчиков и сотрудничество с многими крупными ютьюберами. В итоге братья Файн отозвали свою заявку на регистрацию торговой марки, признали ошибки и принесли извинения всему сообществу YouTube.

Другие каналы реакции

Одним из основателей продвижения контента «самодельных» реакций стал Дезмонд “Jinx” («Джинкс») Брэйди¹⁸⁰ (рис. 24).

Дезмонд брал популярные видео топовых блогеров и записывал свою реакцию на них. В видео он чаще всего улыбался или смеялся, но не комментировал увиденное. Когда его видеоролики стали набирать миллионы просмотров, это привлекло внимание создателей контента, которым пользовался Jinx. Он подвергся жесткой критике за то, что не указывает авторов используемых видеороликов, то есть использует чужой контент для заработка и нарушает авторские права других.

¹⁷⁹ Teens React To Billie Eilish Reacts To Teens React To Billie Eilish // FBE. URL: https://www.youtube.com/watch?v=K4ul5B6gn_g (дата обращения: 20.04.2020).

¹⁸⁰ Jinx. URL: <https://www.youtube.com/user/STARSOSILLY/featured> (дата обращения: 20.04.2020).



Рис. 24¹⁸¹. Дезмонд “Jinx” («Джинкс») Брэйди

Один из самых популярных блогеров 2015 года Джек “jacksfilms” («Джексфилмс») Дуглас¹⁸² вызвал его на открытые дебаты на новостном канале DramaAlert.¹⁸³ Джек заявил следующее: «Jinx не делает ничего, он просто ворует контент других ютуберов и зарабатывает на этом деньги». Судя по реакции зрителей в комментариях, можно сделать вывод, что Джек победил в дебатах. Позже Дезмонд заявил, что, если кто-то из авторов хочет запретить ему использовать свой контент, они должны написать ему лично. Этот скандал закончился тем, что просмотры на канале Дезмонда упали с нескольких миллионов до нескольких тысяч.

Защита авторских прав блогеров

Эта ситуация спровоцировала волну критики ведущих ютуберов в сторону YouTube. Они говорили, что платформа не защищает авторские права и позволяет открыто использовать их контент другим людям. Представители YouTube заявили, что пересмотрят политику компании в отношении авторских прав и монетизации¹⁸⁴. Несколько обновлений политики на тему авторских прав

¹⁸¹ Jinx. URL: <https://www.youtube.com/user/STARSOSILLY/featured> (дата обращения: 20.04.2020).

¹⁸² jacksfilms. URL: <https://www.youtube.com/user/jacksfilms> (дата обращения: 20.04.2020).

¹⁸³ JacksFilms Vs Jinx Debate #DramaAlert Are Reaction Videos Free Booting? // DramaAlert. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=uNPS5QJmVvs> (дата обращения: 20.04.2020).

¹⁸⁴ Получение блогерами прибыли с видеороликов.

поставили под угрозы существование каналов реакции, потому что вся прибыль с них перенаправлялась владельцам авторских прав. В финальной правке всех юридических нюансов на платформе YouTube появился пункт «добросовестного использования»¹⁸⁵ чужого контента. Примечание к нему гласит:

«В каждой стране понятие «добросовестное использование» трактуется по-своему. Например, в США чужой контент можно без разрешения подвергать творческой переработке для создания роликов с пояснениями, обзоров, научных и обучающих видео, а также новостных сюжетов.

Если вы без разрешения включили в свое видео чужой контент и не до конца уверены, допустимо ли это в вашем случае, проконсультируйтесь с юристом. Это позволит вам избежать правового конфликта и судебного разбирательства».

Ютуберы оперативно разобрались с юридической стороной данного вопроса, что способствовало росту численности каналов реакции. В отличие от Jinx, теперь каналы соблюдают все правовые аспекты, чтобы их не лишили возможности монетизации.

Благодаря тому, что YouTube уделил время данному вопросу, многие топовые блогеры не только перестали критиковать данный тип контента, но стали сами записывать видеоролики с реакцией на трендовые вирусные видео, мемы или контент друг друга.

Исследование показывает, что каналы реакции являются одним из основных средств рекламы трейлеров кинофильмов, сериалов, видеоигр или музыкальных альбомов. При этом крупные компании не лишают возможности монетизации такие каналы. Они руководствуются следующим: большинство зрителей все равно посмотрят оригинальный трейлер, чтобы оценить его самостоятельно без комментариев других людей.

Каналы любителей музыки

¹⁸⁵ Добросовестное использование // YouTube About. URL: <https://www.youtube.com/about/copyright/fair-use/#yt-copyright-myths> (дата обращения: 20.04.2020).

Изучив контент ведущих каналов реакции, автор делает вывод, что реакции ютуберов на музыку стали самым популярным направлением этого движения. В качестве примера автор приводит канал реакции на музыку “ZIAS!” («ЗИАС!»)¹⁸⁶. Он функционирует с 2016 года и имеет 3.4 миллиона подписчиков и 477 миллионов просмотров. Самый просматриваемый видеоролик канала набрал 17.5 просмотров¹⁸⁷.



Рис. 25¹⁸⁸. “B.Lou” (слева), “Zias” (справа)

Сейчас “Zias” и “B.Lou”, владельцы канала (рис. 25), приглашают исполнителей песен к себе в гости, чтобы записать на камеру совместную реакцию на их собственные песни¹⁸⁹.

Причина популярности таких каналов

В ходе изучения данной темы автор заметил, что в комментариях встречается множество людей, которые не понимают, зачем существуют такие

¹⁸⁶ ZIAS!. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCwKTAvm2mY5-A4dFY4xCgqw/featured> (дата обращения: 20.04.2020).

¹⁸⁷ XXXTENTACION - Look At Me (Prod. by Rojas)- REACTION // ZIAS!. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=xyjrR68FD38> (дата обращения: 24.04.2020).

¹⁸⁸ ZIAS!. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCwKTAvm2mY5-A4dFY4xCgqw/featured> (дата обращения: 20.04.2020).

¹⁸⁹ Trippie Redd - The Grinch- REACTION w/Trippie Redd // ZIAS!. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=vWszUCxfXc> (дата обращения: 24.04.2020).

каналы. Основным аргументом большинства таких зрителей — ютьюберы не делают ничего сами и пользуются чужим контентом.

Одним из таких критиков являлся Эрик Скелтон — заместитель главного редактора сайта Complex.com¹⁹⁰. Чтобы разобраться в этом вопросе, он провел небольшое исследование, результаты которого разместил в своей статье 2018 года¹⁹¹. В ней он изучает эту тему на примере вышеупомянутого канала “ZIAS!”. Цель исследования — понять, почему большое количество людей смотрит на то, как два человека реагируют на новые музыкальные клипы.

За ответом он обратился к доценту Лизе Азиз-Задех из «Института мозга и творчества» в Университете Южной Калифорнии. В ответном электронном письме она сообщила, что в человеческом мозгу имеются зеркальные нейроны, из-за которых люди могут испытывать удовольствие, когда наблюдают за тем, как незнакомцы слушают музыку в интернете.

«Зеркальные нейроны — это нейроны, которые одинаково активно как в те моменты, когда мы совершаем любое действие (например берем в руки кружку), так и в моменты, когда мы наблюдаем за действиями других людей», - говорит Лиза. «Зеркальные нейроны могут побудить нас автоматически испытывать чувства других людей. Таким образом, когда мы видим, как другие делают что-либо приносящее удовольствие и радость (например, всюю «зажигают» под классную музыку), мы можем невольно почувствовать такие же эмоции, наблюдая за ними, потому что уже когда-то испытывали подобное при прослушивании музыки, и нам знакомы эти ощущения»¹⁹².

Вывод, к которому приходит Скелтон в своем исследовании, заключается в том, что люди смотрят каналы реакции по большей части для того, чтобы разделить с ютьюберами похожие эмоции от просмотра разного типа контента.

¹⁹⁰ Сайт принадлежит большой американской развлекательной медиакомпани “Complex Media”.

¹⁹¹ The Fascinating Rise of YouTube Music Reaction Videos // ERIC SKELTON. Complex Media. URL: <https://www.complex.com/pigeons-and-planes/2018/01/youtube-music-reaction-videos-rise-science-understanding> (дата обращения: 24.04.2020).

¹⁹² The Fascinating Rise of YouTube Music Reaction Videos // ERIC SKELTON. Complex Media. URL: <https://www.complex.com/pigeons-and-planes/2018/01/youtube-music-reaction-videos-rise-science-understanding> (дата обращения: 24.04.2020).

Автор данной выпускной квалификационной работы провел дополнительное исследование на эту тему. Исходя из просмотренных им более сотни видео на тему музыкальных реакций, автор пришел к выводу, что аудитории так же нравится наблюдать за тем, как блогеры реагируют на непривычные для них вещи, в данном случае — жанры музыки. Большую популярность набирают видеоролики с названиями из серии «Любитель рэпа впервые слушает тяжелый металл», «Рэпер впервые слушает корейскую поп-музыку», «Металлисты впервые слушают рэп» и тому подобное. Помимо этого, наблюдается тенденция появления привязки реакций к профессиям: «Учитель вокала реагирует на песню», «Футболист реагирует на хоккей», «Продюсер реагирует на клип».

Автор исследования отмечает, что такая тактика привлечения новых подписчиков оказалась весьма успешной. Особенно выделяются ютьюберы, выбирающие для реакции «гигантов» музыкального мира с миллионами фанатов. В качестве примера можно привести следующих исполнителей: «Металлика»¹⁹³ в жанре мэтал-музыки, «Эминэм»¹⁹⁴ в жанре рэп-музыки и «Билли Айлиш»¹⁹⁵ в жанре поп-музыки. Услышав песню любимого исполнителя и увидев положительную реакцию ютьюбера, фанаты в комментариях начинают советовать либо другие песни этого же певца, либо похожих музыкантов такого же жанра. Это привлекает новых подписчиков и обеспечивает большое количество просмотров за короткие сроки.

Нельзя не отметить и минусы такой стратегии развития канала. Как только ютьюбер меняет направление канала: слушает менее популярные песни, другие группы или жанры музыки — происходит спад числа просмотров его контента. Для достижения прежних больших цифр блогерам приходится повторять весь процесс снова и снова, но популярные музыкальные группы рано или поздно заканчиваются, и ютьюберов ждет неминуемый спад вовлеченности пользователей.

¹⁹³ Metallica. URL: <https://www.metallica.com/> (дата обращения: 24.04.2020).

¹⁹⁴ Eminem. URL: <https://www.eminem.com/> (дата обращения: 24.04.2020).

¹⁹⁵ Billie Eilish. URL: <https://www.billieeilish.com/> (дата обращения: 24.04.2020).

3.1.2. Каналы АСМР и мокпан

Термин «АСМР» (“ASMR”) расшифровывается как «автономная сенсорная меридиональная реакция». Если говорить простым языком, то асвр — это приятное расслабляющее ощущение, распространяющееся от кожи головы и рук по всему телу, вызываемое чаще звуковыми, и реже визуальными стимулирующими действиями: плавными движениями, шуршанием, шепотом, легким похрустыванием и так далее. Обычно к асвр видео прибегают люди для того, чтобы расслабиться и быстрее уснуть, поэтому больше всего поисковых запросов на YouTube происходит с мобильных устройств примерно в 22:00-23:00 независимо от часового пояса¹⁹⁶. Серьезного научного изучения этого феномена пока не существует, и асвр действует не на всех¹⁹⁷. Тем не менее, автор исследования отмечает, что зрителей привлекает и содержание видео, и процесс, при помощи которого оно создается: 1) блогер кладет перед собой случайный набор предметов, от которых могут быть получены разнообразные звуки; 2) он/она рассказывает про них в начале видео, причем разговаривает исключительно шепотом и таким образом, чтобы было слышно «чмоканье» губ при каждом отдельном слове; 3) начинает плавно применять к каждому предмету по очереди разное физическое воздействие, извлекая таким образом разнообразные звуки. Важным условием просмотра является то, что зритель должен надеть оба наушника. Микрофоны в асвр-видео настроены таким образом, что по желанию блогера звук может переключаться от одного уха к другому, увеличивая разнообразие ощущений во время просмотра.

Второй термин «Мокпан» (“MukBang/Meokbang”) имеет корейское происхождение. Он появился в результате слияние двух корейских слов “muk-ja” («давайте есть») и “bang-song” («трансляция») и дословно переводится как «трансляция приема пищи». Видеотрансляции поедания пищи появились примерно в 2010 году в Южной Корее на корейском стриминговом сервисе

¹⁹⁶ АСМР: важный тренд на YouTube, о котором вы даже не слышали // Allison Mooney. Think with Google. URL: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/ru-ru/insights-trends/user-insights/asmr-vazhnyi-trend-na-youtube-o-kotorom-vy-dazhe-ne-slyshali/> (дата обращения: 24.04.2020).

¹⁹⁷ ASMR, explained: why millions of people are watching YouTube videos of someone whispering // German Lopez. Vox Media. URL: <https://www.vox.com/2015/7/15/8965393/asmr-video-youtube-autonomous-sensory-meridian-response> (дата обращения: 24.04.2020).

“AfreecaTV”¹⁹⁸. Первоначальная идея заключалась в том, что прием пищи совершается человеком не в одиночку, а в компании других людей. Именно поэтому появились первые блогеры, которые ели на камеру, отвечали на вопросы своих зрителей и получали небольшие благодарственные взносы от своих фанатов. Некоторые звезды мокпана говорят о том, что постоянно получают от своих поклонников сообщения с текстом благодарности за то, что они «поели вместе»¹⁹⁹.

Чуть позже появился «современный американский» мокпан. Его суть отличается от корейского оригинала. Во-первых, поедание пищи происходит не в прямом эфире, а в записи. Во-вторых, изменилось содержание: теперь блогер раскладывает перед собой большое количество пищи, ставит чувствительный микрофон на стол и в течение длительного времени практически молча поедает приготовленный «инвентарь». Единственными звуками, которые исходят от блогеров являются громкое чавканье, хруст от пережёвывания еды и громкие звуки проглатывания пищи.

Изначально автор думал рассматривать эти два понятия отдельно, но начав вбивать оба термина в поисковик YouTube пришел к выводу, что они не существуют друг без друга. Если набрать в поисковике платформы «мокпан», в топовых результатах будут видео асбр, и наоборот. Это позволяет понять, почему современный мокпан настолько отличается от оригинальной идеи — люди получают удовольствие от звуков поедания еды не меньше, чем от шепота, похрустывания или легкого шуршания.

Автор исследования признается, что эта область YouTube оказалась для него самой неожиданной во всей выпускной квалификационной работе. Особенно та часть, в которой ему предстояло выяснить мнение людей, ставших поклонниками асбр и мокпана. Далее приводятся несколько комментариев преданных фанатов искусства поедания большого количества еды в чувствительный микрофон:

¹⁹⁸ America Is Fascinated With Mukbangs — Here's Why They Are So Popular // GABRIELLE BERNARDINI. DISTRACTIFY. URL: <https://www.distractify.com/p/why-is-mukbang-popular> (дата обращения: 24.04.2020).

¹⁹⁹ Why is Mukbang so popular online? // CGTN. URL: https://news.cgtn.com/news/3d3d414e31637a4d79457a6333566d54/share_p.html (дата обращения: 24.04.2020).

1) «Я горда тем, что я из тех людей, которые получают наслаждение от просмотра мокпан-видеороликов. Когда соединяются мокпан и асбр, получается отличное расслабляющее средство. <...> Вот несколько причин, по которым я смотрю эти видео:

- Я люблю звук, когда люди чавкают;
- Я очень чувствительна к постоянному движению рук;
- От этого у меня появляется аппетит;
- Я люблю слушать истории из жизни других людей во время еды;
- Это отличный способ отвлечься от реальности хотя бы ненадолго...»²⁰⁰

2) «Я считаю, что все дело в компаньонстве и самой еде — именно они привлекают зрителей. Многие люди тратят время на просмотр телевизора, потому что им не с кем разделить прием пищи, именно поэтому они переключаются на мокпан».²⁰¹

В качестве примера популярности этого формата рассматривается американский канал “Zach Choi ASMR”²⁰², имеющий 7.9 миллиона подписчиков и 1.2 миллиарда просмотров. Самое популярное видео на канале называется «Самая популярная еда для асбр со Стефани Су» (“MOST POPULAR FOOD FOR ASMR with STEPHANIE SOO”)²⁰³, собравшее почти 55 миллионов просмотров, 730 тысяч лайков и всего лишь 66 тысяч дислайков (рис. 26).

В список еды вошли: медовые соты, алоэ вера, тангулу (клубника, покрытая плавленным сахаром) и французские пирожные макароны. С едой пара блогеров справилась за 8 минут, не проронив ни слова и постоянно сдерживая смех. В конце видео они показали большие пальцы, улыбнулись и на этом видео закончилось.

²⁰⁰ Why do people enjoy watching Mukbangs? // Quora. URL: <https://www.quora.com/Why-do-people-enjoy-watching-Mukbangs> (дата обращения: 24.04.2020).

²⁰¹ Why are Mukbang videos so popular? // Quora. URL: <https://www.quora.com/Why-are-Mukbang-videos-so-popular> (дата обращения: 24.04.2020).

²⁰² Zach Choi ASMR. URL: <https://www.youtube.com/user/xxxibchoi> (дата обращения: 24.04.2020).

²⁰³ MOST POPULAR FOOD FOR ASMR with STEPHANIE SOO (Honeycomb, Aloe Vera, Tanghulu, Macarons) // Zach Choi ASMR. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=VNnZ5H3SmS4&t=132s> (дата обращения: 24.04.2020).



Рис. 26²⁰⁴. Zach Choi (слева), Stephanie Soo (справа)

При попытке найти среди комментариев на YouTube объяснение, почему у этого видеоролика такие феноменальные показатели, автор пролистал тысячи комментариев, но объяснения так и не нашел. Тем не менее ему удалось выделить три основных типа комментариев под видео:

- Люди жалуются, что хотят есть, и мучают себя просмотром этого видео — это они находят забавным;
- Подписчики восхищаются тем, как мило смотрится пара при поедании еды, и «как искренне и по-доброму они улыбаются»;
- Различные добрые шутки на тему еды и самих блогеров.

Так же в ходе исследования удалось выяснить, насколько популярным словом является «асмр» на платформе YouTube. Согласно статистике самых популярных запросов в поисковике YouTube за 2019 год, термин «асмр» занял первое место в США, обогнав идущих следом топовых англоязычных ютуберов Markiplier, PewDiePie, Logan Paul и Jacksepticeye. А на

²⁰⁴ MOST POPULAR FOOD FOR ASMR with STEPHANIE SOO (Honeycomb, Aloe Vera, Tanghulu, Macarons) // Zach Choi ASMR. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=VNnZ5H3SmS4&t=132s> (дата обращения: 24.04.2020).

международном уровне аср занял пятое место²⁰⁵ среди самых популярных запросов.

Как показывает официальная поисковая статистика YouTube и статистика самих каналов аср и мокпан, это движение продолжает расти из года в год. Автор считает, что спад его популярности в ближайшем будущем не предвидится.

3.1.3. Контент будущего

Перечисленные выше три вида каналов: реакции, мокпан и аср — можно назвать каналами будущего. На протяжении многих лет эти три типа каналов не только повлияли на эволюцию платформы YouTube, но и поменяли представление о блогерстве. Так же, в отличии от «классического» контента, создававшихся блогерами на протяжении почти 10 лет, они постоянно прогрессируют — особенно каналы реакции.

Автор считает, что у каналов реакции, мокпана и аср есть одно общее преимущество перед остальными форматами: в их основе лежит воздействие на психологию человека. Люди не всегда могут испытывать потребность в том, чтобы посмотреть прохождение видеоигр, послушать новые песни исполнителей, либо посмотреть, как путешествуют их любимые блогеры. В этом случае зритель привязывается к самому человеку-ютьюберу. В то время как в контенте нового поколения привязка идет к эмоциям, которые испытывает зритель.

В качестве примера автор приводит ситуацию с выходом новой видеоигры. Включив двадцати-тридцатиминутное видеопрохождение игры, можно и посмотреть на блогера, и оценить новый продукт на предмет того, стоит ли его покупать. Получив необходимые знания о видеоигре, у зрителей падает интерес к ней. К тому моменту, как ютьюбер завершит ее прохождение, просмотры могут упасть в несколько раз. Это хорошо прослеживается на примере топового американского ютьюбера Markiplier²⁰⁶ и его полного прохождения видеоигры

²⁰⁵ 2019's Top YouTube Searches and Channels (So Far) // Matt Southern. Search Engine Journal. URL: <https://www.searchenginejournal.com/2019s-top-youtube-searches-and-channels-so-far/290569/> (дата обращения: 26.04.2020).

²⁰⁶ Markiplier. URL: <https://www.youtube.com/user/markiplierGAME> (дата обращения: 26.04.2020).

“DOOM Eternal”²⁰⁷. Это одна из самых ожидаемых игр 2020 года. Ее ждали фанаты по всему миру из-за популярности франшизы шутеров “DOOM”.

У ютубера прохождение было разделено на девять видеороликов. Первое видео из серии длилось практически полтора часа и собрало 3.6 миллиона просмотров²⁰⁸, второе видео длилось чуть больше часа и собрало 2.7 миллиона просмотров²⁰⁹, а финальное девятое видео посмотрели всего 1 миллион раз. Можно выделить основные причины такого падения: 1) многие зрители приобрели игру после первого видео и стали играть самостоятельно; 2) одновременно с Марком эту игру проходили десятки тысяч других игровых ютуберов по всему миру. При этом многие сделали это за несколько дней, в то время как Марк выкладывал серию постепенно: с 20 марта 2020 года по 10 апреля 2020 года, когда многие зрители уже знали всю историю и механику видеоигры.

Эксперимент автора

Далее рассказывается о двухнедельном эксперименте автора выпускной квалификационной работы, который он провел над собой в ходе изучения каналов реакции. После прочтения вышеуказанного исследования²¹⁰ Эрика Скелтона из Complex.com, целью автора работы было узнать, насколько каналы музыкальной реакции влияют на психологию, затрагивая эмоции человека.

Чтобы найти стартовую точку эксперимента, было принято решение пойти по простому пути: заходить на топовые каналы реакции и мониторить их самые популярные видеоролики. В итоге было выбрано видео, которое встречалось у всех просмотренных каналов — это концертная запись выступления финской симфоник-метал-группы “Nightwish” («Найтвиш»)²¹¹. Автор никогда ранее не слышал ни одной песни этой группы, хотя знал про них и про их нестандартный

²⁰⁷ DOOM Eternal. Bethesda Softworks LLC. URL: <https://bethesda.net/ru/game/doom> (дата обращения: 26.04.2020).

²⁰⁸ 1 vs 1,000,000 | DOOM Eternal - Part 1 // Markiplier. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=D8Gz5zJja3w> (дата обращения: 26.04.2020).

²⁰⁹ THEY PUT MY DAD IN THE GAME!! | DOOM Eternal - Part 2 // Markiplier. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=THaQS27IGII> (дата обращения: 26.04.2020).

²¹⁰ The Fascinating Rise of YouTube Music Reaction Videos // ERIC SKELTON. Complex Media. URL: <https://www.complex.com/pigeons-and-planes/2018/01/youtube-music-reaction-videos-rise-science-understanding> (дата обращения: 26.04.2020).

²¹¹ Nightwish. URL: <https://nightwish.com/> (дата обращения: 26.04.2020).

стиль: они сочетают тяжелую эпическую метал-музыку и оперный вокал солистки Флор Янсен.

Десятиминутная видеозапись “NIGHTWISH - Ghost Love Score (OFFICIAL LIVE)”²¹² 2013 года набрала 14.8 миллионов просмотров и оказалась одной из самых популярных среди каналов реакции на музыку. Изначально было решено прослушать оригинал записи с целью формирования собственного мнения о видеоролике. Автор решил не описывать весь спектр эмоций, которые он испытал при прослушивании песни, но отмечает, что получил удовольствие от процесса. Так же он пометил для себя ключевые места видео, в которых его эмоции «зашкаливали» и перешел к анализу реакций на эту концертную запись. В ходе анализа этого контента автор заметил следующее:

1. Моменты, которые произвели на него самые яркие впечатления, совпадали практически с каждым ютьюбером. При этом были одинаковыми у них и испытанные эмоции.

2. В комментариях к видеореакциям были в основном сообщения от многочисленных фанатов «армии Nightwish», которые приветствовали ютьюберов в рядах своей армии, благодарили за реакцию на их любимую группу и искренние эмоции. Примерно двадцать видеороликов спустя автор уже сам почувствовал себя в рядах фанатов финской группы и автоматически ставил лайки на их комментарии.

3. Кульминационный момент песни — это концовка, во время которой вокалистка берет очень высокие ноты и вызывает восторг практически у любого слушателя. Фанаты Nightwish называют такой момент восторга от вокала Флор Янсен «флоргазмом» (сочетание имени вокалистки «Флор» и слова «оргазм»), и поздравляют других с его получением.

4. Спустя несколько часов просмотров реакций на это видео автор заметил за собой следующее: он начал испытывать положительные эмоции не столько от

²¹² NIGHTWISH - Ghost Love Score (OFFICIAL LIVE) // Nuclear Blast Records. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=JYjllHWBAVo> (дата обращения: 26.04.2020).

самой музыки, сколько от реакции других людей. Он стал искать только те моменты выступления, от которых сам получил яркие впечатления.

5. В какой-то момент автор поймал себя на мысли, что было бы хорошо посмотреть, как люди реагируют на его любимые песни и концертные выступления. Этот процесс затянулся на несколько часов.

6. В течение двух недель эксперимента единственное, что автору было необходимо от YouTube — это увидеть реакции других на «что-нибудь интересное». Он подчеркивает, что после первого дня для него это как будто перестало быть экспериментом, и он просто стал получать удовольствие от такого контента.

После тщательного анализа собственного эксперимента автор исследования сделал следующие выводы. Испытав на себе силу зеркальных нейронов, о которых говорилось в исследовании Эрика Скелтона, автор отмечает, что эмоции легко передаются и на них возможно «подсесть». Стоит отметить, здесь не идет сравнения «эмоциональной» зависимости с зависимостью от вредных привычек.

Здесь автор испытывал лишь приятные ощущения без пагубных последствий. Далее следует его комментарий: «Наверняка практически каждый из нас сталкивался с таким моментом в жизни, когда наблюдаешь что-то особенное и сожалеешь о том, что никто из близких или друзей не находится в этот момент рядом, чтобы разделить эмоции с нами. Или другой пример: когда вспоминаешь в разговоре какое-нибудь понравившееся ранее видео и тут же стараешься найти его в интернете и показать своему собеседнику. Хочется увидеть его реакцию. По этим же причинам мы делимся мемами или видеозаписями через соцсети и мессенджеры с другими людьми — чтобы узнать их реакцию и проверить, совпадают ли наши эмоции на тему увиденного».

Каналы реакции дают возможность делиться эмоциями не только с друзьями и близкими, но и с незнакомыми людьми. Это усиливает эмоциональную составляющую от того, что можно быть с кем-либо «на одной волне» и, при этом, не знать этих людей.

Автор считает свой эксперимент состоявшимся. В результате него были получены полезные результаты. Так же изменилось мнение автора исследования по отношению к каналам реакции. Исходя из полученных данных, он делает вывод, что такие каналы полезны для тех людей, которым не с кем поделиться эмоциями. Таким образом, основная роль каналов реакции — они хотя бы временно, но избавляют от одиночества.

3.2. Прогноз будущего YouTube

По мнению автора исследования, YouTube — непредсказуемая платформа. С одной стороны, она помогла обрести популярность и зарабатывать деньги миллионам людей. С другой стороны, эти же люди периодически страдают от внезапных решений руководства YouTube или сбоев в автоматизированных алгоритмах сайта. В связи с этим, сложно дать прогноз ее будущему.

Из плюсов YouTube можно выделить следующие:

- платформа помогает зарабатывать людям деньги и известность;
- YouTube позволяет общаться миллионам людей через видео, комментарии или прямые трансляции, что дает возможность поднимать острые вопросы или собирать средства на благотворительность;
- YouTube стараются сохранить максимально простым в использовании, чтобы он был доступен всем, независимо от возраста и уровня освоения компьютеров;
- YouTube помогает развиваться обществу в различных направлениях, став одной из главных социальных платформ для миллиардов пользователей.

Плюсов можно найти и больше, при этом они лежат на поверхности. Что же касается минусов платформы — здесь ситуация более сложная. У такого большого интернет-ресурса есть недостатки, которые становятся видны только при глубоком анализе платформы.

Автор данной работы попытался выделить основные минусы платформы на основе знаковых негативных происшествий, случившихся с крупными ютуберами за последние годы.

1. Несовершенство автоматизированных алгоритмов YouTube.

Автор называет это одной из самых больших проблем, имеющих на платформе. На YouTube находится более 40 миллионов создателей контента²¹³, 2 миллиарда пользователей и миллиарды часов видеороликов²¹⁴. Физически невозможно управлять таким большим интернет-ресурсом вручную. Для этого программисты создают автоматизированные алгоритмы, при помощи которых происходит контроль за контентом и поведением пользователей. Так же алгоритмы следят за безопасностью всего сайта и помогают монетизировать каналы. Из-за большого количества и сложности алгоритмов, у них периодически происходят сбои в работе, приводящие к неприятным последствиям.

Один из таких моментов произошел во время стрима популярного американского блогера Markiplier²¹⁵. Марк известен своей заботой об аудитории. Эта забота проявилась в тот момент, когда YouTube из-за ошибки в одном из своих алгоритмов начал блокировать аккаунты подписчиков Марка. Во время одного из стримов Марк просил своих зрителей присылать в живой чат символы, схожие с символами в видеоигре, чтобы они управляли его движениями и действиями. Это был интерактив с подписчиками, чтобы разнообразить прямую трансляцию, но один из алгоритмов YouTube ошибочно принял сообщения подписчиков Марка за спам и начал блокировать их аккаунты. Причем блокировались не просто YouTube-аккаунты, а Google-аккаунты, с которыми у многих была связана работа, личная жизнь и прочие важные моменты. Пользователи стали писать жалобы об этом в техподдержку и просить восстановить аккаунты, но получали автоматические отказы без объяснения причин. Личная команда модераторов Марка оперативно собрала всю необходимую информацию и предоставила ее ему.

В течение двух дней Марк пытался связаться с техподдержкой YouTube, чтобы они разобрались и исправили ситуацию. Когда стало ясно, что никаких

²¹³ Social Blade. URL: <https://socialblade.com/> (дата обращения: 26.04.2020).

²¹⁴ YouTube для прессы // YouTube About. URL: <https://www.youtube.com/about/press/> (дата обращения: 26.04.2020).

²¹⁵ Markiplier. URL: <https://www.youtube.com/user/markiplierGAME> (дата обращения: 26.04.2020).

действий не предпринимается, Марк решил использовать свою популярность и вес на платформе и выложил видео под названием «У YouTube огромная проблема» (“YouTube has a huge problem”)²¹⁶. В течение 9 минут он описывает проблему и высказывает недовольство сложившейся ситуацией, говоря следующее: «У YouTube большая проблема. Они стали блокировать учетные записи моих подписчиков без повода, чьи жалобы даже не рассматриваются без объяснения причин. <...> Я настолько взбешен из-за сложившейся ситуации, что утратил весь кредит доверия к кому-либо. Мне не понятно, почему удаляют аккаунты сотен людей? Многие из них потеряли файлы, привязанные к аккаунтам, некоторые потеряли создаваемый для YouTube контент, а некоторые потеряли платные подписки на мой канал. Подписчики, которые стали моими спонсорами и потратили собственные деньги на мой платный контент, потеряли все. Они поддерживают меня больше года своим спонсорством, не делают ничего плохого, и вы удаляете все эти аккаунты? Вы серьезно? <...> Это произошло два дня назад, и я надеялся на то, что ситуацию исправят. Я дал им два дня, чтобы они связались со мной, теперь их время вышло. Во-первых, это обращение к YouTube — почему существуют такие проблемы с вашей автоматикой, и почему аккаунты удаляют за несколько эмодзи в чате, хотя в других чатах люди рисуют непристойности и на них не обращают внимания? Почему именно мои фанаты? Эта ситуация меня очень разозлила...»²¹⁷ Так же он рассказал, что его действующий канал на самом деле второй, потому что в 2012 году YouTube удалил его первый аккаунт из-за нарушений правил монетизации. Проблема в том, что его канал в тот момент даже не монетизировался, но система отказала ему в восстановлении. Марк отметил, что это могло быть концом его только начавшейся карьеры, но ему повезло, что он пережил этот момент и создал второй канал, восстановив часть потерянных подписчиков.

²¹⁶ YouTube has a huge problem... // Markiplier. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=pWaz7ofl5wQ> (дата обращения: 26.04.2020).

²¹⁷ YouTube has a huge problem... // Markiplier. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=pWaz7ofl5wQ> (дата обращения: 26.04.2020).

Важно то, что за несколько дней до этого видео-обращения YouTube одобрили серию платных видеороликов для канала Марка, и, публикуя это обращение, он рисковал тем, что компания передумает и запретит его шоу.

В течение трех дней после публикации этого видео, с Марком лично связалась Сюзанна Дэниелс — глава подразделения оригинального контента YouTube. Это подтверждает тот факт, что проблема была серьезнее, чем показалось на первый взгляд. Об этом Марк рассказал в своем втором видео на эту тему: «Большая проблема YouTube --- Новая информация» (“YouTube's Big Problem --- UPDATE”)²¹⁸. В нем Марк говорит, что Сюзанна позвонила ему и пообещала сделать все, что в ее власти, чтобы ситуация была исправлена и больше не повторялась. Она дала Марку личные контакты и попросила незамедлительно связаться с ней, если вдруг повторится что-либо подобное. Так же, он показал в видеоролике, что на платформе Reddit был выложен пост одного из программных инженеров YouTube, который разъяснил все происходящее и подтвердил, что проблема решается максимально быстро. В посте было указано, что YouTube признает свою вину и стремится исправить сложившуюся ситуацию. Далее Марк показал благодарные письма подписчиков, которым на тот момент восстановили заблокированные аккаунты, а в комментариях некоторые говорили, что Марку пора баллотироваться в президенты, потому что он «действительно беспокоиться о проблемах подписчиков и ему не все равно».

2. Слабые места YouTube в защите авторских прав.

После скандала с ютубером Jinx²¹⁹, которого обвинили в нарушении авторских прав других создателей контента, YouTube изменил и ужесточил защиту авторских прав. Система наказаний за нарушение авторских прав оказалась проста: за грубое нарушение канал получает предупреждение под названием «страйк», после третьего страйка канал блокируется, а владельца могут ждать юридические последствия.

²¹⁸ YouTube's Big Problem --- UPDATE // Markiplier. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Mhb4CvOtEeo&t=163s> (дата обращения: 26.04.2020).

²¹⁹ Подробнее в пункте 3.1.1.

С одной стороны, такая система должна была упростить жизнь создателям оригинального контента, потому что вся прибыль за использование их контента без разрешения идет им.

С другой, как показало исследование, систему можно обмануть, что и произошло в 2018 году. Ютубер-гитарист из Нидерландов Пол Дэвидс (“Paul Davids”)²²⁰ столкнулся с необычной проблемой. Ему пришло уведомление о том, что он нарушает авторские права другого пользователя, используя чужое видео как свое. Как оказалось, по мнению одного из алгоритмов платформы, он нарушил авторские права своего собственного видео.

Об этой необычной ситуации Пол рассказал в своем видеоролике «Самый безумный страйк от YouTube за нарушение авторских прав в истории?» (“Craziest COPYRIGHT STRIKE from YouTube ever?!”)²²¹. Как оказалось, в 2016 году Шон записал небольшую музыкальную дорожку и выложил ее на платформу. При этом он сохранил все необходимые исходные файлы в качестве доказательства, что эта музыка — его собственное творение. Два года спустя ему пришел страйк от YouTube из-за того, что другой музыкант, которого Пол не называет, скачал его музыкальную дорожку. Тот человек не изменил ее. Он просто наложил на музыку Пола вокал и гитару, и выложил в интернет как собственное оригинальное музыкальное произведение.

Пол сразу же написал жалобу на страйк, где объяснил ситуацию, и, к его удивлению, проблема была решена за несколько часов, а страйк отменен. Сам Пол мирно пообщался через личные сообщения с музыкантом-нарушителем и посоветовал ему в будущем заранее спрашивать разрешение на использование чужих музыкальных произведений.

Такая необычная история быстро облетела YouTube, потому что в такой ситуации может оказаться кто угодно и не каждому помогут так же, как это сделали в ситуации с Полом. Однако в силу исключительности ситуации, обсуждения вскоре прекратились. Тем не менее, этот пример до сих пор является

²²⁰ Paul Davids. URL: <https://www.youtube.com/user/Luapper/featured> (дата обращения: 26.04.2020).

²²¹ Craziest COPYRIGHT STRIKE from YouTube ever?! // Paul Davids. URL: https://www.youtube.com/watch?v=YvH77m_3MVU (дата обращения: 26.04.2020).

одним из основных, когда речь идет о лазейках в защите авторских прав на YouTube.

3. «Предвзятая» демонетизация

Чтобы ютуберы соблюдали рамки приличия, не выкладывали запрещенный контент, не использовали нецензурную брань и не нарушали права друг друга, YouTube ввел систему демонетизации²²². При нарушении правил платформы любое видео может быть демонетизировано.

Автор отмечает, что с одной стороны, это хороший способ автоматического регулирования поведения блогеров на платформе. С другой стороны, никто пока не может понять, по какому принципу работает этот алгоритм и в чем его логика. Например, за один и тот же проступок один блогер может лишиться прибыли, а другой нет. Об этой ситуации говорит ирландский ютубер Jacksepticeye в одном из своих видео, где он комментирует контент своего шведского друга и ютубера №1 — PewDiePie²²³. PewDiePie в своем видео смотрит одну из видеозаписей Джека и произносит следующую фразу: «Хватит нецензурно выражаться, Джек, тебя смотрят дети!». На что Джек уже в своем видео шутливо отвечает, что «он может ругаться сколько ему угодно, и ему все равно, если его демонетизируют». Потом Джек отмечает, что они общались со шведом по этому поводу и пришли к следующему выводу: Джек может сквернословить в своих видео и получать с них прибыль, а PewDiePie произносит одно нецензурное слово и «вся карательная система YouTube обрушивается на него».

Многие каналы после введения демонетизации на платформе пересмотрели свой тип контента и стали тщательнее следить за тем, что говорят и что делают. Стоит заметить, что это пошло на пользу не всем.

В качестве примера автор анализирует американского ютубера доминиканского происхождения Чарли “Dashie” («Дэши») Гузмана (рис. 27). На своем основном игровом канале “DashieGames”²²⁴ он имеет 5.1 миллионов

²²² Запрет на извлечение прибыли из видеоролика.

²²³ I REACT TO PEWDIEPIE REACTING TO JACKSEPTICEYE | Jacksepticeye's Funniest Home Videos // jacksepticeye. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=tbz1k7G7rws&t=540s> (дата обращения: 26.04.2020).

²²⁴ DashieGames. URL: <https://www.youtube.com/user/DashieGames/featured> (дата обращения: 26.04.2020).

подписчиков и 2.2. миллиарда просмотров, на втором канале, который когда-то основным, “DashieXP” имеет 2.6 миллионов подписчиков и 521 миллион просмотров. Отличительная черта Чарли — тяга к уличному юмору и сленгу. Он изначально специализировался на скетчах, мультиках и музыкальных клипах на «гетто-тематику», благодаря чему и прославился на платформе²²⁵. Затем он решил сделать акцент на запасной игровой канал, который в итоге стал в два раза успешного первого.



Рис. 27²²⁶. Чарли “Dashie” («Дэши») Гузман

Весь контент, который создавал Чарли отличался уличным американским сленгом и большим количеством нецензурной брани. Можно справедливо утверждать, что именно большое количество мата принесло Чарли славу на платформе. В описании своих каналов у Чарли до сих пор написаны следующие фразы:

1. «Комедийное комментирование видеоигр с БОЛЬШИМ КОЛИЧЕСТВОМ плохих слов»²²⁷.
2. «Очень смешные видео, очень нецензурный язык»²²⁸.

²²⁵ GHETTO CARTOONS!! // DashieXP. URL: https://www.youtube.com/playlist?list=PL3qWF_FYjksWxzF-3VCrQqf8_51-aXC2J (дата обращения: 26.04.2020).

²²⁶ DashieGames. URL: <https://www.youtube.com/user/DashieGames/featured> (дата обращения: 26.04.2020).

²²⁷ About // DashieGames. URL: <https://www.youtube.com/user/DashieGames/about> (дата обращения: 26.04.2020).

²²⁸ About // DashieXP. URL: <https://www.youtube.com/user/DashieXP/about> (дата обращения: 26.04.2020).

Публика любила юмор Dashie и его владение нецензурной лексикой, принося ему миллионы просмотров на каждом видео. Все изменилось, когда появилась демонетизация за сквернословие. Чарли пришлось сделать свой контент более «семейным» и зацензурировать периодически вырывающиеся у него запретные слова. Не все его подписчики оценили это, вследствие чего рост его канала был практически остановлен. Сейчас количество просмотров его каждого видео в среднем составляет 300-500 тысяч по сравнению с миллионами просмотров до эры демонетизации.

С одной стороны, можно сказать, что Чарли не стоило изначально основывать свой контент на сквернословии, но до сих пор остаются другие каналы, которых такая демонетизация не касается совсем.

Заключение

Развитие видеоплатформы YouTube не стоит на месте. Благодаря десяткам миллионов ютьюберов и миллиардам пользователей стабильно обновляются форматы, блогерами придумываются новые типы контента, а сотрудники YouTube постоянно обновляют и совершенствуют техническую составляющую видеоплатформы.

Из-за своей простоты и удобства в использовании, у YouTube ежегодно растет аудитория, которая уже насчитывает более 2 миллиардов пользователей, что составляет практически половину всех пользователей Всемирной паутины. Интересно наблюдать за развитием этой видеоплатформы, так как она напоминает живой организм, который существует сам по себе, и его необходимо лишь периодически чинить и направлять в нужное русло.

В ходе данного исследования была рассмотрена история создания видеохостинга YouTube в 2005 году и его эволюция в одну из ведущих социальных платформ мирового интернета. Результаты развития, которых добилась компания Google, купив YouTube в 2006 году, впечатляют. Благодаря удачной стратегии на рынке и инновациям, которые были внедрены на видеоплатформе, им удалось стать лидером в области работы с видеоконтентом.

Также в этой работе были рассмотрены основные и вспомогательные функции YouTube. Изначальной задумкой создателей видеоплатформы было сделать обычный сайт, на котором пользователи Всемирной паутины могли бы беспрепятственно обмениваться видеороликами. В итоге эта функция стала одной из основных, но далеко не единственной. Другая важная функция платформы — она стала стартовой площадкой для карьеры миллионов людей. В ходе исследования было выяснено, что YouTube также используется как большой онлайн-жесткий диск, на который различные каналы загружают сотни тысяч видеоматериалов. Его используют для защиты авторских прав, размещая на сайте видеоролики и автоматически пропуская их через систему контроля за нарушениями авторских прав создателей контента. Из-за большого количества оперативно выложенных видеособытий, платформа периодически

выполняет функции информационного агентства, ньюсмейкера или первоисточника новостей.

Автором были изучены десятки популярных англоязычных каналов, которые внесли свой вклад в развитие YouTube. Это было сопряжено с изучением большого количества интернет-трендов, которые ежегодно обновляются в силу прогресса видеоплатформы. Для данного исследования автором было изучено более 800 часов видеоматериалов с англоязычных YouTube-каналов. Вследствие этого были получены, собраны и систематизированы свежие и актуальные данные о функционировании YouTube и деятельности ведущих видеоблогеров.

Автору удалось установить основные проблемы, которые испытывает видеоплатформа на данный момент, а именно:

- несовершенство автоматизированных алгоритмов YouTube;
- слабые места платформы в защите авторским прав ютьюберов;
- «предвзятая» демонетизация каналов.

Помимо этого, были рассмотрены последствия возникновения этих проблем, и отклик на них ведущих блогеров и массовой аудитории YouTube.

Дополнительно были проанализированы форматы YouTube-каналов, которые только набирают популярность и распространяют влияние своего контента на мировую аудиторию:

- каналы асmr;
- каналы мокпан;
- каналы реакции.

В ходе изучения этих каналов автором был проведен эксперимент, результаты которого описаны в главе 3. Этот эксперимент можно считать состоявшимся, потому что в результате были получены важные данные о влиянии и причинах роста популярности подобных каналов.

Все данные, полученные автором в ходе этого исследования, могут быть использованы в дальнейших исследованиях на тему мирового YouTube. Кроме того, они могут оказаться полезными для изучения будущим мультимедийным

журналистам, специалистам других мультимедийных областей, начинающим ютуберам и всем, кому интересен вопрос развития и функционирования видеоплатформы YouTube в целом.

Библиографический список

1. Варганова Е. Л. О концептуальных основаниях теории медиа // МедиаАльманах. 2019. № 3.
2. Манович Л. Язык новых медиа. Ад Маргинем. 2018.
3. Benkler Y., The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets And Freedom. New Haven, CT: Yale University Press. 2006.
4. Bishop S., Managing visibility on YouTube through algorithmic gossip. New Media and Society. Sage. 2019.
5. Both G., How To Make \$100,000 Per Year Thanks To YouTube: Learn How You Can Get Free Targeted Traffic From Videos. Inspired Freedom Publishing. 2017.
6. Cannell S., YouTube Secrets: The Ultimate Guide to Growing Your Following and Making Money as a Video Influencer. Lioncrest Publishing. 2018.
7. Dawson S., I Hate Myselfie. Atria/Keywords Press. 2015.
8. Dourish P., Algorithms and their others: algorithmic culture in context. Big Data & Society. 2016.
9. Graceffa J., In Real Life: My Journey to a Pixelated World. Atria/Keywords Press. 2015.
10. Guberti M., YouTube Decoded: How To Create Engaging YouTube Videos That Attract Visibility And Revenue To Your Business (Grow Your Influence Series Book 5). Independently published. 2019.
11. Hennessy B., Influencer: Building Your Personal Brand in the Age of Social Media. Citadel Press. 2018.
12. Hogue J., Crushing YouTube: How to Start a YouTube Channel, Launch Your YouTube Business and Make Money. Efficient Alpha. 2019.
13. Lee C., Caspar Lee. Grand Central Publishing. 2016.
14. Marwick A., Status Update: Celebrity, Publicity, and Branding in the Social Media Age. New Haven, CT: Yale University Press. 2013.
15. McLaughlin R., Rhett & Link's Book of Mythicality: A Field Guide to Curiosity, Creativity, and Tomfoolery. Crown Archetype. 2017.

16. Oakley T., Binge. Gallery Books; Reprint edition. 2016
17. PewDiePie. This Book Loves You. Razorbill. 2015.
18. Russell P., YouTube Marketing: Grow your Youtube Channel to 100,000 Subscribers in the first 6 Months. CreateSpace Independent Publishing Platform. 2017.
19. Shifman L. An anatomy of a YouTube meme. New Media and Society. Sage. 2011.
20. Singh L., How to Be a Bawse: A Guide to Conquering Life. Ballantine Books; Lilly Singh edition. 2017.
21. Tolson A., A new authenticity? Communicative practices on YouTube. Journal Critical Discourse Studies. Vol. 7. 2010.
22. Vonderau P., The spotify effect: digital distribution and financial growth. Television & New Media. 2019.
23. Van Dijk J., Users like you? Theorizing agency in user-generated content. Media, Culture and Society. 2009.

Интернет источники

1. АСМР: важный тренд на YouTube, о котором вы даже не слышали // Allison Mooney. Think with Google. URL: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/ru-ru/insights-trends/user-insights/asmr-vazhnyi-trend-na-youtube-o-kotorom-vy-dazhe-ne-slyshali/> (дата обращения: 24.04.2020).
2. Болливуд // Тонкости Туризма. URL: <https://tonkosti.ru/%D0%91%D0%BE%D0%BB%D0%BB%D0%B8%D0%B2%D1%83%D0%B4> (дата обращения: 23.02.2020).
3. Добросовестное использование // YouTube About. URL: <https://www.youtube.com/about/copyright/fair-use/#yt-copyright-myths> (дата обращения: 20.04.2020).
4. Коронавирус // Всемирная организация здравоохранения. URL: <https://www.who.int/ru/health-topics/coronavirus/coronavirus> (дата обращения: 04.03.2020).

5. Численность населения Индии // Statdata. URL:
<http://www.statdata.ru/naselenie-indii-chislennost> (дата обращения:
23.02.2020).
6. "YouTube Rewind 2018" #YouTubeRewind REACTION!!! // Dwayne N Jazz.
URL: <https://www.youtube.com/watch?v=zv8-3uLXhgs> (дата обращения:
04.03.2020).
7. 1 vs 1,000,000 | DOOM Eternal - Part 1 // Markiplier. URL:
<https://www.youtube.com/watch?v=D8Gz5zJja3w> (дата обращения:
26.04.2020).
8. 10 Richest YouTubers of 2020 (Logan Paul, MrBeast, PewDiePie, David
Dobrik) // Trend Central. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=4jgi-LKiVlk> (дата обращения: 15.02.2020).
9. 2019's Top YouTube Searches and Channels (So Far) // Matt Southern. Search
Engine Journal. URL: <https://www.searchenginejournal.com/2019s-top-youtube-searches-and-channels-so-far/290569/> (дата обращения: 26.04.2020).
10. 21 Mind-Blowing YouTube Facts And Numbers // Harsh Agrawal.
ShoutMeLoud. URL: <https://www.shoutmeloud.com/interesting-youtube-facts.html> (дата обращения 15.05.2020).
11. 6 Common Features Of Top 250 YouTube Channels // Twinword. URL:
<https://www.twinword.com/blog/features-of-top-250-youtube-channels/> (дата
обращения: 20.04.2020).
12. About // DashieGames. URL:
<https://www.youtube.com/user/DashieGames/about> (дата обращения:
26.04.2020).
13. About // DashieXP. URL: <https://www.youtube.com/user/DashieXP/about>
(дата обращения: 26.04.2020).
14. About // Markiplier. URL:
<https://www.youtube.com/user/markiplierGAME/about> (дата обращения:
11.03.2020).

15. All Events // Games Done Quick. URL: <https://gamesdonequick.com/tracker/> (дата обращения: 11.03.2020).
16. ALL SIDEMEN DISS TRACKS IN ORDER! // MoreSidemen. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=1-VliQe5o1w> (дата обращения 02.04.2020).
17. America Is Fascinated With Mukbangs — Here's Why They Are So Popular // GABRIELLE BERNARDINI. DISTRACTIFY. URL: <https://www.distractify.com/p/why-is-mukbang-popular> (дата обращения: 24.04.2020).
18. Arbor Day Foundation. URL: <https://www.arborday.org/> (дата обращения: 23.03.2020).
19. ASMR, explained: why millions of people are watching YouTube videos of someone whispering // German Lopez. Vox Media. URL: <https://www.vox.com/2015/7/15/8965393/asmr-video-youtube-autonomous-sensory-meridian-response> (дата обращения: 24.04.2020).
20. Behzinga - Drama (Official Music Video) // Behzinga. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ki1sl4Ad08Q> (дата обращения: 02.04.2020).
21. Behzinga. URL: <https://www.youtube.com/user/Behzinga> (дата обращения: 02.04.2020).
22. Billie Eilish Carpool Karaoke // The Late Late Show with James Corden. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=uh2qGWfmESk> (дата обращения: 23.02.2020).
23. Billie Eilish Reacts To Teens React To Billie Eilish // FBE. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=85Rzda2P4-E> (дата обращения: 20.04.2020).
24. Billie Eilish. URL: <https://www.billieeilish.com/> (дата обращения: 20.04.2020).

25. Counting To 100,000 In One Video // MrBeast. URL:
<https://www.youtube.com/watch?v=xWcldHxHFpo> (дата обращения:
23.03.2020).
26. Craziest COPYRIGHT STRIKE from YouTube ever?! // Paul Davids. URL:
https://www.youtube.com/watch?v=YvH77m_3MVU (дата обращения:
26.04.2020).
27. DashieGames. URL: <https://www.youtube.com/user/DashieGames/featured>
(дата обращения: 26.04.2020).
28. DO THE HARLEM SHAKE (ORIGINAL) // DizastaMusic. URL:
<https://www.youtube.com/watch?v=8vJiSSAMNWw> (дата обращения:
02.04.2020).
29. Doctors without borders. URL: <https://www.doctorswithoutborders.org/> (дата
обращения: 11.03.2020).
30. Donating \$100,000 To Streamers With 0 Viewers // MrBeast. URL:
<https://www.youtube.com/watch?v=Y6jC6VaO3j0> (дата обращения:
23.03.2020).
31. DOOM Eternal. Bethesda Softworks LLC. URL:
<https://bethesda.net/ru/game/doom> (дата обращения: 26.04.2020).
32. DramaAlert. URL: <https://www.youtube.com/user/NewDramaAlert/featured>
(дата обращения: 23.02.2020).
33. DRIVING THE \$400,000 DUCK TAPED TRUCK! // Logan Paul. URL:
<https://www.youtube.com/watch?v=WIHkx-Ky4Q> (дата обращения:
19.03.2020).
34. Dude Perfect. URL: <https://www.youtube.com/user/corycotton/featured> (дата
обращения: 19.03.2020).
35. Eminem. URL: <https://www.eminem.com/> (дата обращения: 24.04.2020).
36. Ending the Subscribe to Pewdiepie Meme // PewDiePie. URL:
<https://www.youtube.com/watch?v=Ah5MYGQBYRo> (дата обращения:
09.04.2020).

37. FaZe Clan Makes A Wish // FaZe Clan. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=oRG7NTsQE14> (дата обращения: 09.04.2020).
38. FaZe Clan. URL: <https://www.youtube.com/user/FaZeClan> (дата обращения: 09.04.2020).
39. FBE. URL: <https://www.youtube.com/user/TheFineBros> (дата обращения: 20.04.2020).
40. First We Feast. URL: <https://www.youtube.com/user/FirstWeFeast> (дата обращения: 23.03.2020).
41. Games Done Quick. URL: <https://gamesdonequick.com/> (дата обращения: 11.03.2020).
42. Games Done Quick. URL: <https://www.youtube.com/user/gamesdonequick/featured> (дата обращения: 11.03.2020).
43. Global digital population as of April 2020 // Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/> (дата обращения: 25.04.2020).
44. HELLO PEWDIEPIE... THE LOGANG IS HERE // Logan Paul. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=dAywfoqE9ok> (дата обращения: 09.04.2020).
45. HIGHLIGHTS | KSI vs. Logan Paul 2 // DAZN USA. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=5to980XceD4> (дата обращения: 09.04.2020).
46. Hope From Home - Jacksepticeye // Tiltify. URL: <https://tiltify.com/@jacksepticeye/hope-from-home-jacksepticeye> (дата обращения: 04.03.2020).
47. Hope From Home // Tiltify. URL: <https://tiltify.com/united-way/hopefromhome> (дата обращения: 04.03.2020).

48. I Advertised Pewdiepie At The Super Bowl // MrBeast. URL:
<https://www.youtube.com/watch?v=qPBtTPJHS0Q&t=24s> (дата обращения:
09.04.2020).
49. I Bought Every Billboard In My City For This // MrBeast. URL:
<https://www.youtube.com/watch?v=qZNxvnQv0h4> (дата обращения:
23.03.2020).
50. I need you all NOW more than ever... // jacksepticeye. URL:
<https://www.youtube.com/watch?v=0r98RtzvyD4&t=37010s> (дата
обращения: 04.03.2020).
51. I Put 100 Million Orbeez In My Friend's Backyard // MrBeast. URL:
<https://www.youtube.com/watch?v=3TflpIllQHY&t=96s> (дата обращения:
23.03.2020).
52. I REACT TO PEWDIEPIE REACTING TO JACKSEPTICEYE |
Jacksepticeye's Funniest Home Videos // jacksepticeye. URL:
<https://www.youtube.com/watch?v=tbz1k7G7rws&t=540s> (дата обращения:
26.04.2020).
53. I'm Leaving The Sidemen // KSI. URL:
https://www.youtube.com/watch?v=0zeg_RDsn-4 (дата обращения:
02.04.2020).
54. I'm not afraid to say it... LWIAY - #0061 // PewDiePie. URL:
<https://www.youtube.com/watch?v=Nqh8dSzQV-g&t=15s> (дата обращения:
09.04.2020).
55. Impulsive. URL:
[https://www.youtube.com/channel/UCGeBogGDZ9W3dsGx-
mWQGJA/featured](https://www.youtube.com/channel/UCGeBogGDZ9W3dsGx-mWQGJA/featured) (дата обращения: 19.03.2020).
56. Indian Ocean tsunami: Then and now // BBC. URL:
<https://www.bbc.com/news/world-asia-30034501> (дата обращения:
15.02.2020).
57. jacksepticeye. URL: <https://www.youtube.com/user/jacksepticeye> (дата
обращения 04.03.2020).

58. JacksFilms Vs Jinx Debate #DramaAlert Are Reaction Videos Free Booting? // DramaAlert. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=uNPS5QJmVvs> (дата обращения: 20.04.2020).
59. jacksfilms. URL: <https://www.youtube.com/user/jacksfilms> (дата обращения: 20.04.2020).
60. Jinx. URL: <https://www.youtube.com/user/STARSOSILLY/featured> (дата обращения: 20.04.2020).
61. Joe Weller. URL: <https://www.youtube.com/user/nuevafilms> (дата обращения: 19.03.2020).
62. Justin Bieber - Baby ft. Ludacris (Official Music Video) // Justin Bieber. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=kffacxfA7G4> (дата обращения: 04.03.2020).
63. Kids React to Viral Videos (Leave Britney Alone, Trololo, Berries and Cream, Japanese Commercial) // FBE. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=UKgYI2Jwkh4> (дата обращения: 20.04.2020).
64. KSI - Lamborghini (Explicit) ft. P Money // KSI. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=708mjaHTwKc> (дата обращения: 19.03.2020).
65. KSI Reacting to Teens Reacting To KSI Olajidebt // KSI. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=wCTWC5opFeU> (дата обращения: 20.04.2020).
66. KSI VS JOE WELLER FULL FIGHT // KSI. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=y4bDWUD-EkQ&t=3s> (дата обращения: 19.03.2020).
67. KSI vs Logan Paul prize money: How much will fight winner take home after rematch? // Independent. URL: <https://www.independent.co.uk/sport/general/boxing/ksi-vs-logan-paul-prize-money-purse-earn-how-much-belt-time-uk-stream-a9196701.html> (дата обращения: 02.04.2020).

68. KSI. URL: <https://www.youtube.com/user/KSIOlajidebt/featured> (дата обращения: 15.02.2020).
69. Logan Paul. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCG8rbF3g2AMX70yOd8vqIZg> (дата обращения: 04.03.2020).
70. Markiplier Answers the Web's Most Searched Questions | WIRED // WIRED. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=3c03hBfakms> (дата обращения: 11.03.2020).
71. Markiplier Lied to His Mom About Becoming a YouTuber // Late Night with Seth Meyers. URL: https://www.youtube.com/watch?v=EvYxexot_Ig (дата обращения: 15.02.2020).
72. Markiplier Raises \$500,000 In 24 Hours For Homeless Youth Organization 'My Friend's Place' // Tubefilter. URL: <https://www.tubefilter.com/2019/02/26/markiplier-charity-livestream-amount-raised-my-friends-place/> (дата обращения: 11.03.2020).
73. Markiplier Reacting to Old Videos // Markiplier. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=OhkHixg368Q> (дата обращения: 23.02.2020).
74. Markiplier. URL: <https://www.youtube.com/user/markiplierGAME> (дата обращения: 11.03.2020).
75. Maverick Clothing. URL: <https://maverickclothing.com/> (дата обращения: 04.03.2020).
76. Me at the zoo // jawed. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=jNQXAC9IVRw> (дата обращения: 15.02.2020).
77. Metallica. URL: <https://www.metallica.com/> (дата обращения: 24.04.2020).
78. Mike Tyson's Punch-Out!! by sinister1 and zallard1 in 23:39 - AGDQ2020 // Games Done Quick. URL: https://www.youtube.com/watch?v=iLGY_BNYLx8 (дата обращения: 11.03.2020).

79. MOST POPULAR FOOD FOR ASMR with STEPHANIE SOO (Honeycomb, Aloe Vera, Tanghulu, Macarons) // Zach Choi ASMR. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=VNnZ5H3SmS4&t=132s> (дата обращения: 24.04.2020).
80. MrBeast. URL: <https://www.youtube.com/user/MrBeast6000/featured> (дата обращения: 15.02.2020).
81. NIGHTWISH - Ghost Love Score (OFFICIAL LIVE) // Nuclear Blast Records. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=JYjllHWBAVo> (дата обращения: 26.04.2020).
82. Nightwish. URL: <https://nightwish.com/> (дата обращения: 26.04.2020).
83. 'Nipplegate' revisited: What really happened between Janet Jackson and Justin Timberlake? // USA Today. URL: <https://www.usatoday.com/story/sports/nfl/2018/01/31/nipplegate-revisited-what-really-happened-between-janet-jackson-and-justin-timberlake/1083557001/> (дата обращения: 15.02.2020).
84. Paul Davids. URL: <https://www.youtube.com/user/Luapper/featured> (дата обращения: 26.04.2020).
85. PewDiePie. URL: <https://www.youtube.com/user/PewDiePie/featured> (дата обращения: 15.02.2020).
86. Ping Pong Trick Shots 2 | Dude Perfect // Dude Perfect. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=UtsfUAHkyWQ> (дата обращения: 19.03.2020).
87. Planting 20,000,000 Trees, My Biggest Project Ever! // MrBeast. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=HPJKxAhLw5I> (дата обращения: 23.03.2020).
88. PSY - GANGNAM STYLE(강남스타일) M/V // officialpsy. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=9bZkp7q19f0> (дата обращения: 02.04.2020).
89. Psy performing live/Image from Twitter // Firstpost. URL: <https://www.firstpost.com/entertainment/south-korea-wants-gangnam-style->

- [singer-psy-to-perform-in-north-korea-pyongyang-officials-oppose-the-plan-4407549.html](https://www.youtube.com/watch?v=iCkYw3cRwLo) (дата обращения 15.05.2020).
90. Rewind YouTube Style 2012 // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=iCkYw3cRwLo> (дата обращения: 15.02.2020).
91. Richard Shotwell/Invision/AP. URL: <https://www.engadget.com/2019-01-02-logan-paul-new-lows-2018-doesnt-matter.html> (дата обращения 19.03.2020).
92. SAN DIEGO COMIC CONVENTION. URL: <https://www.comic-con.org/> (дата обращения: 04.03.2020).
93. Saying Logan Paul 100,000 Times // MrBeast. URL: https://www.youtube.com/watch?v=_FX6rml2Yjs&t=3s (дата обращения: 23.03.2020).
94. Sean Evans of 'Hot Ones' 🔥 - Best/Worst Guests, Publicists, Khaled, etc - Jim Norton & Sam Roberts // First We Feast. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=0GnwXrGyNmU> (дата обращения: 02.04.2020).
95. Sidemen Clothing. URL: <https://www.sidemenclothing.com/> (дата обращения: 04.03.2020).
96. SIDEMEN LEARN 24 SKILLS IN 24 HOURS // Sidemen. URL: https://www.youtube.com/watch?v=N_xGrRni9E4&t=1518s (дата обращения: 15.02.2020).
97. SIDEMEN MANCHESTER MEET UP // Sidemen. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=qvPEt52H2ZY> (дата обращения: 04.03.2020).
98. Sidemen. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCDogdKI7t7NHZQ95aEwkdMw> (дата обращения: 04.03.2020).
99. So Sorry. // Logan Paul. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=QwZT7T-TXT0> (дата обращения: 19.03.2020).

100. Social Blade. URL: <https://socialblade.com/> (дата обращения: 20.04.2020).
101. TEENS REACT TO BILLIE EILISH // FBE. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=3re6AM53bXM> (дата обращения: 20.04.2020).
102. Thank You! (19 MILLION SUBSCRIBERS) // jacksepticeye. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=cIxFKN1Q7wU> (дата обращения: 04.03.2020).
103. The Best Da Bomb Reactions of 2019 | Hot Ones // First We Feast. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=GDEVOCTW4qk> (дата обращения: 02.04.2020).
104. THE BIGGEST CHRISTMAS GIVEAWAY! // Miniminter. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=xbSVzva5I2k> (дата обращения: 04.03.2020).
105. THE END OF LOGAN PAUL VLOGS... // Logan Paul. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=WapBwuNtUzQ&t=104s> (дата обращения: 19.03.2020).
106. The Fascinating Rise of YouTube Music Reaction Videos // ERIC SKELTON. Complex Media. URL: <https://www.complex.com/pigeons-and-planes/2018/01/youtube-music-reaction-videos-rise-science-understanding> (дата обращения: 26.04.2020).
107. The History of Youtube // Engadget. URL: <https://www.engadget.com/2016-11-10-the-history-of-youtube.html> (дата обращения: 15.02.2020).
108. The Prevent Cancer Foundation. URL: <https://www.preventcancer.org/> (дата обращения: 11.03.2020).
109. THE SIDEMEN THEN AND NOW // MM7Games. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=DzjIES9WZwg> (дата обращения: 09.04.2020).

110. THEY PUT MY DAD IN THE GAME!! | DOOM Eternal - Part 2 // Markiplier. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=THaQS27IGII> (дата обращения: 26.04.2020).
111. Tipping Pizza Delivery Guys \$10,000 // MrBeast. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=uotb9ZHnI2g> (дата обращения: 23.03.2020).
112. Top 15 Most Subscribed Youtube Channels (2011-2018) // TheRankings. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=FM15W89bNC0> (дата обращения: 15.02.2020).
113. Top 20 most disliked YouTube videos ever // Dexerto. URL: <https://www.dexerto.com/entertainment/here-are-the-20-most-disliked-youtube-videos-ever-250043> (дата обращения: 04.03.2020).
114. TOP 250 YOUTUBERS IN INDIA SORTED BY SB RANK // Social Blade. URL: <https://socialblade.com/youtube/top/country/in> (дата обращения: 23.02.2020).
115. TOP 5000 SUBSCRIBED YOUTUBE CHANNELS (SORTED BY SUBSCRIBER COUNT) // Social Blade. URL: <https://socialblade.com/youtube/top/5000/mostsubscribed> (дата обращения: 15.02.2020).
116. Trippie Redd - The Grinch- REACTION w/Trippie Redd // ZIAS!. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=-vWszUCxfXc> (дата обращения: 24.04.2020).
117. T-Series. URL: <https://www.youtube.com/user/tseries> (дата обращения: 23.03.2020).
118. TVFilthyFrank. URL: <https://www.youtube.com/user/TVFilthyFrank> (дата обращения: 02.04.2020).
119. UPDATE - LOOKING FOR AN EDITOR // W2Splays. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=4qvqZncUgco> (дата обращения: 15.02.2020).

120. VanossGaming. URL: <https://www.youtube.com/user/VanossGaming> (дата обращения: 09.04.2020).
121. VinegarStrokes. Steam Community. URL: <https://steamcommunity.com/sharedfiles/filedetails/?l=bulgarian&id=1235034572> (дата обращения 09.04.2020).
122. W2S - KSI Sucks (RiceGum & KSI Diss Track) Official Video // W2S. URL: https://www.youtube.com/watch?v=pmcfl_qLhMo (дата обращения: 02.04.2020).
123. W2S. URL: <https://www.youtube.com/user/wroetoshaw> (дата обращения: 02.04.2020).
124. WAS THE SIDEMEN BEEF FAKE? // KSI. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=TNI8IckD29A> (дата обращения: 02.04.2020).
125. WE'RE MAKING A MOVIE! // Logan Paul. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Vf8DnekLwm4> (дата обращения: 23.02.2020).
126. WHAT'S IN MY MAIL?! (Mailtime!) (Fridays With PewDiePie - Part 52) // PewDiePie. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=veRPGLZqAM0&t=393s> (дата обращения: 19.03.2020).
127. Why are Mukbang videos so popular? // Quora. URL: <https://www.quora.com/Why-are-Mukbang-videos-so-popular> (дата обращения: 24.04.2020).
128. Why do people enjoy watching Mukbangs? // Quora. URL: <https://www.quora.com/Why-do-people-enjoy-watching-Mukbangs> (дата обращения: 24.04.2020).
129. Why is Mukbang so popular online? // CGTN. URL: https://news.cgtn.com/news/3d3d414e31637a4d79457a6333566d54/share_p.html (дата обращения: 24.04.2020).

130. World Record Edition | Dude Perfect // Dude Perfect. URL: https://www.youtube.com/watch?v=gm2_6DX_0Bw&t=401s (дата обращения: 19.03.2020).
131. XXXTENTACION - Look At Me (Prod. by Rojas)- REACTION // ZIAS!. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=xyjrR68FD38> (дата обращения: 24.04.2020).
132. YouTube // Britannica. URL: <https://www.britannica.com/topic/YouTube> (дата обращения: 15.02.2020).
133. YouTube has a huge problem... // Markiplier. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=pWaz7of15wQ> (дата обращения: 26.04.2020).
134. YouTube Revenue and Usage Statistics (2020) // Business of Apps. URL: <https://www.businessofapps.com/data/youtube-statistics/> (дата обращения: 20.04.2020).
135. YouTube Rewind 2010: Year in Review // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=UFnXm6cjGwU> (дата обращения: 15.02.2020).
136. YouTube Rewind 2011 // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=SmnkYyHQqNs> (дата обращения: 15.02.2020).
137. YouTube Rewind 2018, but it's actually good // PewDiePie. URL: https://www.youtube.com/watch?v=By_Cn5ixYLg&t=5s (дата обращения: 04.03.2020).
138. YouTube Rewind 2018: Everyone Controls Rewind | #YouTubeRewind // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=YbJOTdZBX1g&t=1s> (дата обращения: 04.03.2020).
139. YouTube Rewind 2019: For the Record | #YouTubeRewind // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=2lAe1cqCOXo&t=59s> (дата обращения: 04.03.2020).

140. YouTube Rewind: The Shape of 2017 | #YouTubeRewind // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=FlsCjmMhFmw&t=45s> (дата обращения: 04.03.2020).
141. YouTube star under fire for video of apparent suicide victim // ABC News. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=WjNFGZLJLss> (дата обращения: 19.03.2020).
142. YouTube для прессы // YouTube About. URL: <https://www.youtube.com/about/press/> (дата обращения: 20.04.2020).
143. YouTubers React to Viral Videos Ep. #1 (Gangnam Style, Evolution of Dance, Catch the Ice Dude) // FBE. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=P8hTt7aUTrA> (дата обращения: 20.04.2020).
144. YouTube's Big Problem --- UPDATE // Markiplier. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Mhb4CvOtEeo&t=163s> (дата обращения: 26.04.2020).
145. Zach Choi ASMR. URL: <https://www.youtube.com/user/xxxibchoi> (дата обращения: 24.04.2020).
146. ZIAS!. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCwKTAvmM2mY5-A4dFY4xCgqw/featured> (дата обращения: 20.04.2020).