

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В. Н. КАРАЗІНА
ФІЛОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ

**БЛОГ ЯК ІНТЕРНЕТ-КУЛЬТУРА: НА ПРИКЛАДІ
АМЕРИКАНСЬКОГО БЛОГЕРА MrBeast**

Кваліфікаційна робота
студентки 4 курсу, групи ЛЗЖ-4,
першого (бакалаврського)
рівня вищої освіти,
спеціальності 061 «Журналістика»
Оверчук Катерини Олександрівни

Керівник:
Блажеєвська Юлія Миколаївна,
кандидат наук із соціальних
комунікацій

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ БЛОГОСФЕРИ	5
1.1. Поняття «блог»: загальна характеристика	5
1.2. Платформи для ведення блогів	10
Висновки до розділу	21
РОЗДІЛ II. MrBeast ЯК ПОПУЛЯРНИЙ БЛОГЕР	23
2.1. Блогер MrBeast: загальна характеристика	23
2.2. YouTube блогера MrBeast	24
2.3. Instagram блогера MrBeast	27
2.4. TikTok блогера MrBeast	29
Висновки до розділу	30
ВИСНОВКИ	32
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	35

ВСТУП

Поява Інтернету та розвиток соціальних мереж суттєво змінили світ у багатьох сферах. Соціальні медіа та онлайн-платформи дозволяють створювати спільноти, об'єднуватись навколо спільних інтересів та поглядів. Це стимулює формування нових політичних, соціальних і культурних рухів, сприяє демократизації суспільства і забезпечує голос громадян у глобальному контексті.

Актуальність роботи полягає у популярності блогів. Соціальні мережі, такі як YouTube, Instagram, TikTok та інші стали рішучою силою в цьому світі. Завдяки цим платформам люди можуть збирати гроші на благодійність, ділитися корисною інформацією, вчитися, розвиватися тощо. Ці платформи об'єднують мільйони людей з усього світу, які шукають цікавий чи корисний контент. До того ж, блогери мають великий вплив на аудиторію, що дає їм можливість «контролювати» своїх глядачів. Таким чином блогер може стати носієм думки та вкласти в голови інших те, що вона правильна. До того ж, блогерство дозволяє людям створювати власний контент та розповідати власні історії.

Мета роботи полягає у дослідженні поняття «блог», основних та найпопулярніших платформ для блогів. Проаналізувати діяльність найпопулярнішого Youtube блогера у світі – MrBeast.

Мета роботи передбачає такі завдання:

- визначити основні характеристики блогів;
- розглянути найвідоміші платформи для ведення блогу: YouTube, Instagram, TikTok;
- проаналізувати соціальні мережі MrBeast;

Об'єкт дослідження – блоги на платформах YouTube, Instagram, TikTok.

Предмет дослідження – популярність блогера MrBeast на різних соціальних платформах.

Методи дослідження – аналіз, біографічний, метод кількісного підрахунку. Для аналізу кількості підписників у соціальних мережах ми використовували ресурс Social Blade.

Хронологічні межі. У роботі розглянуто декілька хронологічних меж:

- 2004 – наші часи – поява та роки роботи платформи YouTube;
- 2010 – наші часи – поява та роки роботи платформи Instagram;
- 2016 – наші часи – поява та роки роботи платформи TikTok;
- 2012 – наші часи – заснування та життя блогу MrBeast.

Структура роботи зумовлена поставленими завданнями. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків та списку використаних джерел.

РОЗДІЛ І

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ БЛОГОСФЕРИ

1.1. Поняття «блог»: загальна характеристика

Блог (скорочення від англійського слова "weblog") – це дискусійний або інформаційний веб-сайт, опублікований у Всесвітній павутині і що складається з окремих, часто у не офіціальному стилі текстових постів у стилі щоденника. Повідомлення зазвичай відображаються у зворотному хронологічному порядку, так що останнє повідомлення з'являється першим, у верхній частині веб-сторінки [38]. До 2009 року блоги, як правило, були роботою однієї людини, іноді невеликої групи, часто охоплювали один предмет або тему. У 2010-х роках з'явилися "багатоавторські блоги", в яких пишуть кілька авторів і іноді їх редагують професіонали. Розвиток Твіттера та інших систем "мікроблогів" сприяє інтеграції багатоавторських блогів та блогів одного автора в новинні ЗМІ [37].

Термін "веблог" був винайдений Йорном Баргером 17 грудня 1997 року [37]. Коротка форма, "блог", була придумана Пітером Мерхольцем, який жартома розбив слово weblog на фразу we blog у бічній панелі свого блогу Peterme.com у квітні чи травні 1999 року [37]. Незабаром після цього Еван Вільямс з Pyra Labs використовував слово "блог" як іменник і дієслово ("to blog", що означає "редагувати свій веб-блог або писати у свій веб-блог") і вигадав термін "блогер" у зв'язку з продуктом Blogger компанії Pyra Labs, що призвело до популяризації цих термінів [38].

Сучасний блог розвинувся з онлайн-щоденника, в якому люди вели поточний звіт про події у своєму особистому житті. Більшість таких авторів називали себе щоденнознавцями або журналістами. Джастін Холл, який почав вести особистий блог у 1994 році, будучи студентом коледжу Swarthmore, вважається одним із перших блогерів, як і Джеррі Порнелл. "Scripting News" Дейва Вінера також вважається одним з найстаріших і тривалих веблогів.

Австралійський журнал Netguide вів Daily Net News на своєму сайті з 1996 року. Daily Net News містив посилання та щоденні огляди нових веб-сайтів, в основному в Австралії[37].

Ранні блоги були просто оновленими вручну компонентами звичайних веб-сайтів. У 1995 році на веб-сайті Ty, Inc. "Онлайн-щоденник" було оновлено вручну до того, як були доступні будь-які програми для ведення блогів. Пости відображалися у зворотному хронологічному порядку шляхом ручного оновлення текстового HTML-коду за допомогою FTP-програмного забезпечення в режимі реального часу кілька разів на день. Для користувачів це виглядало наче живий щоденник, який містить нові записи декілька разів на день. На початку кожного нового дня нові щоденникові записи вручну кодувалися в новий HTML-файл, а на початку кожного місяця щоденникові записи архівувалися в окрему папку, яка містила окрему сторінку HTML для кожного дня місяця. Всі ці дії робилися повністю вручну. Цей текстовий метод організації тисяч файлів став трампліном для визначення майбутніх стилів ведення блогів, які були зафіксовані програмним забезпеченням для ведення блогів, розробленим роками пізніше [38].

Еволюція електронних та програмних інструментів для полегшення створення та підтримки веб-статей, розміщених у зворотному хронологічному порядку, зробила процес публікації можливим для значно більшої кількості людей із меншою технічною підготовкою. Зрештою, це призвело до появи окремого класу онлайн-публікацій, які створюють блоги, які ми знаємо сьогодні. Наприклад, використання певного програмного забезпечення на основі браузера є типовим аспектом "ведення блогу". Блоги можна розміщувати у спеціалізованих службах хостингу блогів, на звичайних службах веб-хостингу або запускати за допомогою програмного забезпечення для блогів [37].

Багато блогів дають коментарі з певного предмета чи теми, починаючи від філософії, релігії та мистецтва і закінчуючи наукою, політикою та спортом. Інші функціонують як особисті онлайн-щоденники або онлайн-реклама

бренду конкретної людини або компанії. Типовий блог поєднує текст, цифрові зображення та посилання на інші блоги, веб-сторінки та інші медіа, пов'язані з його темою. Можливість читачів залишати публічні коментарі та взаємодіяти з іншими коментаторами – важливий внесок у популярність багатьох блогів. Однак власники або автори блогів часто модерують і фільтрують онлайн-коментарі, щоб видалити розпалювання ненависті або інший образливий зміст. Більшість блогів в основному текстові, хоча деякі присвячені мистецтву (арт-блоги), фотографіям (фотоблоги), відео (відеоблоги або "влоги"), музиці (MP3-блоги) та аудіо (подкасти). В освіті блоги можуть використовуватися як навчальні ресурси [37].

Зараз "блог" і "блогінг" у вільному розумінні використовуються для створення контенту та обміну ним у соціальних мережах, особливо коли контент має довгу форму і людина створює та ділиться ним на регулярній основі. Таким чином, можна вести блог на Facebook або блог на Instagram.

16 лютого 2011 року існувало понад 156 мільйонів публічних блогів [38]. На 20 лютого 2014 року у світі налічувалося близько 172 мільйонів блогів Tumblr та 75,8 мільйонів блогів WordPress [37]. На думку критиків та інших блогерів, Blogger є найпопулярнішим блогівим сервісом, який використовується сьогодні. Проте Blogger не надає публічної статистики. Technorati налічує 1,3 мільйона блогів за станом 22 лютого 2014 року [38].

Пік популярності письмових блогів був досягнутий у період із середини 2000-х до середини 2010-х років. У цей період вони були основним засобом онлайн-комунікації та публікації контенту для багатьох людей, зокрема й професійних блогерів, журналістів, письменників і підприємців [38].

Блоги давали змогу авторам висловлювати свої думки, ідеї та експертну думку з різних тем, а також ділитися своїми знаннями та досвідом із читачами. Блоги також були платформою для створення спільноти та взаємодії з читачами, які могли коментувати пости та спілкуватися з авторами.

Однак останніми роками популярність блогів впала, почало з'являтися все більше телевізійної продукції (фільмів та серіалів), на яку переключилися

люди і зараз багато користувачів вважають за краще використовувати соціальні мережі для створення контенту і спілкування. Незважаючи на це, блоги досі залишаються популярним інструментом для тих, хто хоче ділитися своїми знаннями та досвідом у більш поглибленій і структурованій формі, ніж це можливо в соціальних мережах [37].

Для створення блогів існує безліч платформ. Звісно ж, популярність письмових блогів дуже динамічна і мінлива, і ці тенденції можуть змінюватися залежно від теми, мови, аудиторії та багатьох інших чинників. Однак, деякі з найпопулярніших письмових блогів у 2022 році включають:

Medium – це платформа для блогів, на якій автори можуть публікувати свої статті на різні теми. Medium пропонує широкий вибір тем, які включають технології, бізнес, здоров'я, науку, подорожі та багато інших [7].

WordPress – це платформа для створення та управління блогами. WordPress є однією з найпопулярніших і найпоширеніших платформ для блогів, яка пропонує безліч можливостей для створення і налаштування блогу [46].

BuzzFeed – це медіа-платформа, яка пропонує широкий вибір статей і матеріалів на різні теми, зокрема новини, розваги, стиль життя, здоров'я та багато інших [4].

The Huffington Post – це американська новинна платформа, яка пропонує новини, думки та матеріали на різні теми, включно з політикою, бізнесом, наукою, здоров'ям і багатьма іншими [12].

TechCrunch – це популярний блог, який публікує новини, огляди та думки про технології та стартапи [31].

Mashable – це медіа-платформа, яка пропонує матеріали та новини на різноманітні теми, включно з технологіями, наукою, розвагами, стилем життя та багатьма іншими [17].

Це лише деякі приклади популярних письмових блогів у 2022 році, і їхній список може значно розширюватися залежно від теми та країни.

Як і з блогами, визначення найпопулярнішого блогера може залежати від

багатьох факторів, як-от тема блогу, аудиторія, платформа та багато інших. Найпопулярніші блогери 2022 року [35]:

MrBeast – американський блогер, справжнє ім'я – Джиммі Дональдсон. Створив свій канал в 2012 році, за цей час набрав більше 130 мільйонів підписників [28].

NICHLMAO (Nicholai Perrett) – Комедійний відеоблогер і автор скетчів, популярний як в Instagram, так і на YouTube. У нього понад 500 000 підписників на першому та 18 мільйонів на другому сервісах. Його короткометражка "Хлопець проти дівчини: Cup Game (Challenges)" з липня 2021 року отримав понад 80 мільйонів переглядів [29].

Airrack (Eric Decker) – комедійний відеоблогер YouTube. Став відомим тим, що створював дорогі відео блоги та відео з викликами в стилі, подібному до MrBeast, але з іншими ідеями для відео та в меншому масштабі [2].

Ryan Trahan (Ryan Michael Trahan) – американський ютубер і підприємець, відомий своїми відеоблогами, викликами, коментарями та відео про спосіб життя [30].

Isaiah Photo – Ісая знімає відео, що складаються з коротких викликів і відеоблогів. Багато з його відео викликів натхненні MrBeast, як-от давати гроші незнайомцям, бездомним тощо. Його відеоблоги здебільшого про подорожі, іноді про власне життя [15].

Brent Rivera (Brent Austin Rivera) – американський відеоблогер YouTube, який був відомий тим, що завантажував 6-секундні відео за допомогою неіснуючої програми Vine [3].

Існує безмежна кількість платформ для блогів. Роздивимося найпопулярніші:

- Instagram;
- YouTube;
- TikTok.

1.2. Платформи для ведення блогів

YouTube був заснований Стівом Ченом, Чадом Херлі та Джаведом Карімом [10]. Ця трійця була першими співробітниками PayPal, після купівлі компанії eBay вони збагатилися. Чад Херлі вивчав дизайн в Університеті штату Індіана в Пенсильванії, а Стів Чен і Джавед Карім разом вивчали інформатику в Університеті Ілінойса Урбана– Шампейн [44].

За словами Каріма, натхненням для створення YouTube послужили суперечки, що виникли після перерви в шоу Super Bowl XXXVIII, коли Джастін Тімберлейк під час перерви в шоу ненадовго оголив груди Джанет Джексон [8]. Карім не міг легко знайти в Інтернеті відеокліпи про цей інцидент і про цунамі в Індійському океані 2004 роки, що привело до ідеї створення сайту для обміну відеоматеріалами. Херлі і Чен сказали, що первинна ідея YouTube була відеOVERсією служби знайомств в Інтернеті, і на них вплинув сайт Hot or Not. Вони розмістили на Craigslist оголошення з проханням до привабливих жінок завантажити відео з собою на YouTube в обмін на винагороду в 100 доларів. Труднощі з пошуком достатньої кількості відеороликів для знайомств привели до зміни планів, і засновники сайту вирішили приймати будь-які відеоролики [10].

YouTube розпочав свою діяльність як технологічний стартап, що фінансується венчурним капіталом. У період із листопада 2005 року до квітня 2006 року компанія залучила гроші від різних інвесторів, найбільшими з яких були Sequoia Capital, 11,5 млн. доларів, і Artis Capital Management, 8 млн. доларів [44]. Рання штаб-квартира YouTube розташовувалася над піцерією та японським рестораном у Сан-Матео, Каліфорнія. У лютому 2005 року компанія активувала сайт www.youtube.com [10]. Перше відео було завантажено 23 квітня 2005 року. Під назвою "*Me at the zoo*" він показував співзасновника компанії Джаведа Каріма в зоопарку Сан-Дієго, і його досі можна подивитися на сайті [55]. У травні компанія запустила публічну бета-версію, а до листопада реклама Nike за участю Роналдіньо (не плутати з Роналдо, це теж футболіст, але не такий відомий) стала першим відео, яке

досягло мільйона переглядів [8]. Офіційний запуск сайту відбувся майже через рік – 15 грудня 2005 року, на той час сайт отримував 8 мільйонів переглядів на день. Кліпи тоді були обмежені 100 мегабайтами, що становило лише 30 секунд відеоматеріала [44].

У тиждень запуску YouTube у програмі Saturday Night Live компанії NBC– Universal була показана сценка "Lazy Sunday" групи The Lonely Island. Крім того, що "Lazy Sunday" допоміг підвищити рейтинги та довгострокову аудиторію Saturday Night Live, його статус раннього вірусного відео допоміг затвердити YouTube як важливий вебсайт. Неофіційні завантаження сценки на YouTube зібрали понад п'ять мільйонів колективних переглядів до лютого 2006 року, після чого вони були видалені на вимогу NBCUniversal через два місяці з міркувань авторського права. Незважаючи на видалення, дублювання скетчу сприяло популяризації YouTube і призвело до появи більшої кількості стороннього контенту. Сайт швидко зростав; у липні 2006 року компанія оголосила, що щодня завантажуються понад 65 000 нових відео, а сайт отримує 100 мільйонів переглядів на день [8].

Вибір назви www.youtube.com спричинив проблеми для сайту з аналогічною назвою www.utube.com. Власник цього сайту, компанія Universal Tube & Rollform Equipment, подала позов проти YouTube у листопаді 2006 року після того, як сайт почав регулярно перевантажуватись людьми, які шукають YouTube. Згодом Universal Tube змінила свій сайт на www.utubeonline.com [8].

9 жовтня 2006 року компанія Google оголосила про придбання YouTube за 1,65 мільярда доларів [10]. Угода була завершена 13 листопада 2006. Саме в цей час YouTube випустив слоган Broadcast Yourself. Компанія переживала швидке зростання. The Daily Telegraph писала, що у 2007 році YouTube споживав стільки ж пропускнуї спроможності, скільки весь Інтернет у 2000 році. У 2010 році компанія спростила свій інтерфейс, щоб збільшити час, який користувачі проводили на сайті [44]. У 2011 році щодня переглядалося понад три мільярди відео, при цьому щохвилини завантажувалося 48 годин нових

відео. Однак більшість переглядів припадало на відносно невелику кількість відео; за словами інженера– програміста на той час, на 30% відео припадало 99% переглядів на сайті [8]. У тому ж році компанія знову змінила свій інтерфейс і одночасно представила новий логотип із темнішим відтінком червоного кольору. Наступна зміна інтерфейсу, покликана уніфікувати роботу на настільних, телевізійних та мобільних комп'ютерах, було впроваджено у 2013 році. До цього моменту кожен хвилину завантажувалося понад 100 годин, а до листопада 2014 їх кількість збільшилася до 300 годин [44].



Логотип YouTube з 2015 по 2017 рік

У жовтні 2006 року YouTube переїхав до нового офісу в Сан– Бруно, штат Каліфорнія. Херлі оголосив, що він залишає посаду генерального директора YouTube і обійме консультативну посаду, а Салар Камангар очолив компанію у жовтні 2010 года [8].

У грудні 2009 року YouTube уклав партнерство з Vevo [10]. 9 травня 2010 кліп Леді Гаги "Bad Romance" став найпопулярнішим відео, ставши першим відео що досягло 200 мільйонів переглядів [44].

Сьюзан Войчицки була призначена генеральним директором YouTube у лютому 2014 року [8]. У січні 2016 року YouTube розширив свою штаб–квартиру у Сан– Бруно, купивши офісний парк за 215 мільйонів доларів. Комплекс має площу 51 468 квадратних метрів (554 000 квадратних футів) і може вмістити до 2 800 співробітників. У серпні 2017 року YouTube офіційно запустив оновлений логотип, побудований навколо емблеми кнопки

відтворення сервісу [8]. The image shows the updated YouTube logo from 2017 onwards. It features a red rounded rectangle with a white play button icon inside, followed by the word "YouTube" in a bold, black sans-serif font.

У цей період YouTube спробував кілька нових способів отримання доходу, крім реклами. У 2013 році YouTube запустив пілотну програму для постачальників контенту, щоб запропонувати преміальні канали підписки. Цю спробу було припинено у січні 2018 року та відновлено у червні з підпискою на канал за 4,99 дол. Ці підписки на канали доповнили існуючу можливість

Super Chat, запущену в 2017 році, яка дозволяє глядачам пожертвувати від 1 до 500 доларів, щоб їхній коментар був виділений [44]. У 2014 році YouTube анонсував послугу підписки, відому як "Music Key", яка поєднувала потокове мовлення музичного контенту на YouTube без реклами з існуючим сервісом Google Play Music. Сервіс продовжив розвиватися в 2015 році, коли YouTube анонсував YouTube Red, новий преміум-сервіс, що пропонує доступ без реклами до всього контенту на платформі, оригінальні серіали преміум-класу та фільми, створені особистостями YouTube, а також фонове відтворення вмісту на мобільних пристроях. YouTube також випустив YouTube Music, третя програма, орієнтована на потокове відтворення та пошук музичного контенту, розміщеного на платформі YouTube [44].

Компанія спробувала створити продукти, привабливі для конкретних глядачів. У 2015 році YouTube випустив мобільний додаток під назвою YouTube Kids, призначений для дітей. Воно має спрощений інтерфейс користувача, куровані підбірки каналів з відповідним віком контентом і функції батьківського контролю [10]. Також у 2015 році YouTube запусив YouTube Gaming – вертикаль та додаток для відеоігор та прямих трансляцій, покликані конкурувати з Twitch, що належить Amazon.com [8].

Компанія зазнала нападу 3 квітня 2018 року, коли в штаб-квартирі YouTube у Сан-Бруно, Каліфорнія, сталася стрілянина, внаслідок якої чотири особи отримали поранення та один загинув [47].

До лютого 2017 року щодня на YouTube переглядався один мільярд годин, а щохвилини завантажувалося 400 годин відео. Через два роки кількість завантажуваних відео зросла до більш ніж 500 годин на хвилину [44]. Під час пандемії COVID-19, коли більшість світу перебувала в режимі очікування, використання таких сервісів, як YouTube, значно зросло. За оцінками однієї компанії, на YouTube припадало 15% всього інтернет-трафіку, що вдвічі більше, ніж до пандемії [8].

Після скарги 2018 року, в якій стверджувалося про порушення Закону про захист конфіденційності дітей в Інтернеті (COPPA), компанія була

оштрафована ФТК на 170 мільйонів доларів за збір особистої інформації неповнолітніх віком до 13 років [10]. YouTube також було наказано створити системи для підвищення конфіденційності дітей. Після критики впровадження цих систем, 6 січня 2020 YouTube почав розглядати всі відео, позначені як "зроблені для дітей", як підлягають відповідальності за COPPA [8].

YouTube Shorts – це функція короткого відео, яку YouTube представив у 2020 році, щоб конкурувати з такими конкурентами, як Instagram Reels і TikTok. За допомогою цієї функції творці контенту можуть записувати короткі відео тривалістю до 60 секунд і додавати музичні/звукові накладення в програмі YouTube [43].

У 2022 році YouTube запустив експеримент, під час якого компанія показувала користувачам, які дивилися довгі відео на телевізорах, довгий ланцюжок коротких рекламних роликів без можливості пропустити, маючи намір об'єднати всю рекламу на початку відео. Після величезного обурення громадськості безпрецедентною кількістю реклами без можливості пропустити, YouTube "завершив" експеримент 19 вересня того року [44].

Після тестування на початку 2021 року, у листопаді 2021 року YouTube прибрав публічне відображення кількості dislike на відео, заявивши, що причина видалення полягає в тому, що, згідно з внутрішніми дослідженнями, користувачі часто використовують функцію dislike як форму кібербулінгу та бригадирства. У той час як деякі користувачі високо оцінили цей крок як спосіб протидії троям, інші вважали, що приховування dislike ускладнить глядачам розпізнавання клікбейту або марних відео, і що вже існують інші функції для творців, щоб обмежити цькування. Співзасновник YouTube Джавед Карім назвав оновлення "дурною ідеєю" і заявив, що справжня причина змін "не дуже хороша і не та, яка буде публічно розкрита" [7]. Він вважає, що здатність користувачів соціальної платформи ідентифікувати шкідливий контент дуже важлива, кажучи: "Процес працює, і для нього є назва: мудрість натовпу. Процес ламається, коли платформа втручається в нього. Тоді платформа незмінно занепадає" [9]. Незабаром після цієї заяви

розробник програмного забезпечення Дмитро Селіванов створив Return YouTube Dislike, стороннє розширення браузера з відкритим вихідним кодом для Chrome і Firefox, що дозволяє користувачам бачити кількість dislike відео. У листі, опублікованому 25 січня 2022 року, генеральний директор YouTube Сюзан Войчицькі визнала, що видалення підрахунку dislike було спірним рішенням, але повторила, що вона підтримує це рішення, стверджуючи, що «воно зменшило кількість атак dislike» [8].

В лютому 2023 року на YouTube запустили нову функцію дубляж. «Дубляж – це заміна аудіозапису відеозапису аудіофайлом, записаним іноземною мовою. Аудіо не є частиною самого відео – воно додається під час обробки. З іншого боку, субтитри – це транскрипції аудіо, які з'являються на екрані для читання глядачами. Дубляж відрізняється від субтитрів тим, що повний аудіофайл виводиться цільовою мовою, щоб глядачі та слухачі могли залишатися залученими» [20].

В офіційному блозі написали опублікували окрему статтю про цю новинку. «Для глядачів багатомовний аудіо означає, що тепер вони можуть дивитися відео, дубльовані їхньою основною мовою, знайомлячи їх із ще більшим вмістом, який вони могли б не бачити. А для наших творців ми сподіваємося, що ця функція допоможе вам розширити глобальне охоплення та знайти нову аудиторію для свого каналу! ... Отже, починаючи з сьогоднішнього дня, ми раді розширити доступність цієї функції для тисяч інших творців» [48].

В Україні YouTube було запущено через 7 років після його появи – 13 грудня 2012 року [51]. На той час вже було запущено багато оновлень та цікавих функцій.

TikTok – це міжнародна версія Douyin, яка була випущена на китайському ринку у вересні 2016 року. Вона була запущена в 2017 році для iOS і Android на більшості ринків за межами материкового Китаю; однак він став доступним у всьому світі лише після злиття з іншою китайською службою соціальних мереж, Musical.ly, 2 серпня 2018 року [33].

Douyin був запущений компанією ByteDance у Пекіні, Китай, у вересні 2016 року, спочатку під назвою A.me, а потім ребрендинг до Douyin (抖音) у грудні 2016 року. ByteDance планувала, що Douyin поширюватиметься за кордоном. Засновник ByteDance Чжан Імін заявив: "У Китаї проживає лише п'ята частина користувачів Інтернету в усьому світі. Якщо ми не будемо розширюватися в глобальному масштабі, ми програємо конкурентам, які претендують на чотири п'яті. Тому вихід на світовий рівень просто необхідний" [42]. Додаток Douyin було розроблено за 200 днів і вже через рік налічувало 100 мільйонів користувачів, при цьому щодня переглядалося понад мільярд відео [42].

TikTok і Douyin мають майже однаковий інтерфейс користувача, але не мають доступу до вмісту один одного. Кожен з їхніх серверів базується на ринку, де доступна відповідна програма. Ці два продукти схожі, але їхні характеристики не ідентичні. Douyin містить функцію пошуку у відео, яка може шукати більше відео людей за обличчями, а також інші функції, такі як купівля, бронювання готелів і створення оглядів із геотегами [41].

Додаток було запущено як TikTok на міжнародному ринку у вересні 2017 року. TikTok був завантажений понад 130 мільйонів разів у США і досягнув 2 мільярдів завантажень по всьому світу, згідно з даними мобільної дослідницької компанії Sensor Tower [33].

У США знаменитості, включаючи Джиммі Феллона та Тоні Хоука, почали користуватися додатком у 2018 році. Інші знаменитості, включаючи Дженніфер Лопес, Джесіку Альбу, Вілла Сміта та Джастіна Бібера, приєдналися до TikTok трохи пізніше, і багато інших знаменитостей пішли за ними [34].

3 вересня 2019 року TikTok та Національна футбольна ліга США (НФЛ) оголосили про багаторічне партнерство. Угода була укладена за два дні до початку 100-го сезону НФЛ на стадіоні Soldier Field, де TikTok проводив заходи для вболівальників на честь угоди. Партнерство передбачає запуск офіційного облікового запису NFL TikTok, що має призвести до появи нових

маркетингових можливостей, таких як спонсорвані відео та виклики по хештегу. У липні 2020 року TikTok, крім Douyin, повідомив про майже 800 мільйонів щомісячних активних користувачів по всьому світу після менш ніж чотирьох років існування [41].

У травні 2021 року TikTok призначив Шоу Зі Чу новим генеральним директором, який обійняв посаду тимчасового генерального директора Ванесси Паппас, після відставки Кевіна А. Майєра 27 серпня 2020 року [33]. 3 серпня 2020 року президент Дональд Трамп пригрозив заборонити TikTok у США 15 вересня, якщо переговори про купівлю компанії Microsoft або іншою "дуже американською" компанією не увінчаються успіхом. 6 серпня Трамп підписав два виконавчі розпорядження про заборону "угод" у США з TikTok і WeChat їхнім відповідним материнським компаніям ByteDance і Tencent, які мали набути чинності через 45 днів після підписання. Запланована заборона додатка на 20 вересня 2020 був відкладений на тиждень, а потім заблокований федеральним суддею. Президент Байден скасував заборону новим указом у червні 2021 року [42].

У вересні 2021 року TikTok повідомив, що його користувачів досягло 1 мільярди [33]. У 2021 році TikTok заробив 4 мільярди доларів як доходів від реклами [32].

Morning Consult назвав TikTok третім найшвидше зростаючим брендом 2020 року після лише Zoom і Peacock. Cloudflare назвав TikTok найпопулярнішим веб-сайтом 2021 року, випередивши Google [41].

TikTok досяг свого піку розвитку у 2020 році. Цього року застосунок став одним із найпопулярніших у світі, з понад 1 мільярдом активних користувачів на місяць. Він став місцем для створення і поширення вірусних відео, мемів і танцювальних викликів, а також для просування музики та інших форм контенту [42].

TikTok також отримав значну підтримку з боку багатьох відомих особистостей і знаменитостей, які почали використовувати додаток для просування своїх особистих брендів і створення контенту.

Однак, незважаючи на те, що TikTok досяг свого піку розвитку 2020 року, застосунок продовжує залишатися популярним і продовжує залучати нових користувачів, особливо серед молоді. Крім того, TikTok продовжує розвиватися і додавати нові функції, як-от магазини в застосунку, інструменти для створення відео та багато іншого.

На початок 2022 року, TikTok мав понад 1 мільярд активних користувачів на місяць по всьому світу [34]. Це означає, що TikTok залишається однією з найпопулярніших соціальних мереж у світі, залучаючи мільйони користувачів щодня. Також варто зазначити, що застосунок особливо популярний серед молоді, і це може бути важливим фактором, який продовжуватиме сприяти його зростанню в майбутньому [34].

Instagram почав розроблятися в Сан-Франциско як Burbn, мобільний додаток для реєстрації, створений Кевіном Сістромом та Майком Крігером [9]. Зрозумівши, що воно надто схоже на Foursquare, вони переорієнтували свою програму на обмін фотографіями, який став популярною функцією серед користувачів. Вони перейменували їх у Instagram, що є об'єднанням "instant camera" і "telegram" англійською [1].

Першим повідомленням в Instagram була фотографія гавані Саут-Біч на пірсі 38, опублікована Майком Крігером о 17:26 16 липня 2010 року. Сістром поділився своїм першим повідомленням, фотографією собаки та ноги своєї дівчини, через кілька годин о 21:24 [19].

У лютому 2011 року стало відомо, що Instagram залучив \$7 млн у рамках серії А фінансування від різних інвесторів, включаючи Benchmark Capital, Джека Дорсі, Кріса Сакку (через фонд Capital) та Адама Д'Анджело. Угода оцінила Instagram приблизно \$20 млн. У квітні 2012 року Instagram залучив \$50 млн. від венчурних інвесторів. Джошуа Кушнер був другим найбільшим інвестором у раунді залучення коштів Instagram у рамках серії В, внаслідок чого його інвестиційна компанія Thrive Capital подвоїла свої гроші після продажу Facebook [40].

3 квітня 2012 року Instagram випустив версію свого додатка для телефонів

Android, і він був завантажений понад мільйон разів менш ніж за один день. З того часу додаток для Android отримав два значні оновлення: спочатку, в березні 2014 року, яке скоротило розмір файлу програми в два рази і додало поліпшення продуктивності; потім, у квітні 2017 року, додавши автономний режим, який дозволяє користувачам переглядати та взаємодіяти з контентом без підключення до Інтернету. На момент анонсу повідомлялося, що 80% із 600 мільйонів користувачів Instagram знаходяться за межами США, і хоча вищезазначені функції були доступні в режимі реального часу під час анонсу, Instagram також оголосив про намір зробити більше функцій доступними в автономному режимі, і що вони "вивчають версію для iOS [40].

9 квітня 2012 року Facebook, Inc. купив Instagram за 1 мільярд доларів готівкою та акціями, з планом зберегти незалежне управління компанією. Британське управління з сумлінної торгівлі схвалило угоду 14 серпня 2012, а 22 серпня 2012 Федеральна торгова комісія США закрила розслідування, дозволивши угоду. США закрила своє розслідування, дозволивши угоду. 6 вересня 2012 року угоду між Instagram і Facebook було офіційно закрито, ціна купівлі становила 300 мільйонів доларів готівкою і 23 мільйони акцій [9].

За даними CNN, угода завершилася незадовго до запланованого первинного розміщення акцій Facebook. Ціна угоди була порівнянна з 35 мільйонами доларів, які Yahoo! заплатила за Flickr 2005 року. Марк Цукерберг заявив, що Facebook "прагне створення і розвитку Instagram самостійно". За даними Wired, угода принесла Систрому 400 мільйонів доларів [1].

У листопаді 2012 року Instagram запустив веб-профілі, що дозволяють будь-якому користувачеві бачити стрічку користувачів через веб-браузер з обмеженою функціональністю, а також вибір значків, кнопок веб-віджету для посилення на профілі [9].

У червні 2015 року інтерфейс сайту для настільних комп'ютерів був перероблений і став більш плоским і мінімалістичним, але з великим простором екрану для кожної фотографії і схожим на макет мобільного сайту Instagram. Крім того, один ряд фотографій містить лише три, а не п'ять

фотографій, щоб відповідати мобільному макету. Банер слайд-шоу у верхній частині сторінок профілю, який одночасно показував сім плиток фотографій, розміщених користувачем, що чергуються у час у випадковому порядку, було видалено. Крім того, раніше незграбні фотографії профілю стали круглими [40].

У квітні 2016 року Instagram випустив програму для Windows 10 Mobile, після багаторічних вимог Microsoft і громадськості випустити програму для цієї платформи [19]. Раніше на цій платформі існувала бета-версія Instagram, вперше випущена 21 листопада 2013 року для Windows Phone 8. постів у альбомах та прямих повідомлень. Аналогічним чином у жовтні 2016 року було випущено додаток для персональних комп'ютерів та планшетів на базі Windows 10. У травні Instagram оновив свій мобільний сайт, щоб дозволити користувачам завантажувати фотографії та додати "полегшену" версію вкладки Explore [1].

11 травня 2016 року Instagram змінив свій дизайн, додавши чорно-білу тему плоского дизайну для інтерфейсу користувача, а також менш скеоморфну, більш абстрактну, "сучасну" і барвисту іконку. Чутки про редизайну вперше почали циркулювати у квітні, коли The Verge отримав скріншот від інформатора, але тоді представник Instagram просто сказав виданню, що це лише концепція [9].

6 грудня 2016 року Instagram представив лайки до коментарів. Однак, на відміну від лайків до постів, користувач, який розмістив коментар, не отримує повідомлення про лайки до коментарів до своєї скриньки повідомлень. Користувачі можуть на власний розсуд відключити коментарі до посту [9].

30 квітня 2019 року програма для Windows 10 Mobile була припинена, хоча мобільний веб-сайт залишився доступним у вигляді прогресивної веб-програми (PWA) з обмеженою функціональністю. Програма залишається доступною на комп'ютерах і планшетах з Windows 10, також оновлений до PWA в 2020 році [1].

Instagram досяг піку свого розвитку в період з 2018 по 2019 роки. У цей

період Instagram мав понад один мільярд активних користувачів на місяць, що зробило його однією з найпопулярніших соціальних мереж у світі. У 2019 році Instagram продовжив посилювати свою позицію на ринку соціальних мереж, запускаючи нові функції, як-от IGTV, що дають змогу користувачам завантажувати та дивитися довгі відео формати [40].

Однак, незважаючи на те, що Instagram залишається однією з найпопулярніших соціальних мереж у світі, він стикається з конкуренцією від інших платформ, таких як TikTok, який швидко зростає у популярності. Крім того, Instagram також зіткнувся з проблемами щодо контенту, таких як фейкові новини та дезінформація, що призвело до посилення правил використання платформи [40].

Наразі точної кількості активних користувачів Instagram на 2023 рік немає. Однак, згідно з офіційною статистикою від Instagram, на кінець 2022 року кількість активних користувачів становила понад 1 мільярд. Передбачається, що кількість користувачів продовжить зростати у 2023 році, але темпи зростання можуть сповільнитися [9].

Крім того, Instagram продовжуватиме розвивати свою платформу, впроваджувати нові функції та інструменти, щоб залучати й утримувати користувачів. Наприклад, у 2022 році Instagram може посилити свою увагу на функції месенджера, що може призвести до більшої кількості активних користувачів, які використовують Instagram для спілкування з друзями та родиною [1].

Висновки до розділу

Платформи для ведення блогів намагаються робити все більшу конкуренцію один одному та додають нові функції, через це вони стають все більше схожими. Найкращий приклад цьому: в Instagram з'явилася можливість виставляти Reels з хронометражем в 3 хвилини, на YouTube з'явилися Shorts, а на TikTok довжина відео може сягати 3 хвилини. Через це зараз можна провести прямі асоціації до кожної з вище наведених платформ. На нашу

думку, цим вони роблять гірше самі собі, оскільки користувач втрачає інтерес.

Але вони все одно використовують різний функціонал. Instagram використовується більше для спілкування з друзями та публікації фотографій; користувачі YouTube надають перевагу перегляду довгих відео навчального чи розважального характеру. Також ця соціальна мережа використовується брендами для розміщення реклами; ТікТок – суто розважальна платформа. В Україні багато блогерів, які знімають розмовні відео та набирають тисячі переглядів на цьому.

РОЗДІЛ II

MrBeast ЯК ПОПУЛЯРНИЙ БЛОГЕР

2.1 Блогер MrBeast: загальна характеристика

MrBeast – це інтернет-псевдонім Джиммі Дональдсона, американського ютубера, філантропа і підприємця. Він народився 7 травня 1998 року в Канзасі, США. MrBeast здобув популярність на YouTube завдяки своїм трюкам, челенджам та благодійній діяльності [14].

Він створив свій канал на YouTube [28] у 2012 році, і з того часу набрав понад 70 мільйонів підписників та мільярди переглядів своїх відео. Серед його найпопулярніших відео – "Порахувати до 100 000 в одному відео", "Я купив все в магазині-челендж" та "Я дав 1 000 000 доларів випадковим людям". MrBeast також відомий своєю філантропією, він пожертвував мільйони доларів на різні благодійні справи та організації.

На додаток до своєї кар'єри на YouTube, MrBeast також запустив кілька бізнесів, включаючи компанію віртуальної реальності та бренд енергетичних напоїв під назвою "Beast Energy Drink". Він також брав участь у кількох телевізійних шоу, серед яких "Шоу Еллен Дедженерес" та "Сьогоднішнє шоу з Джиммі Феллоном" [50].

MrBeast, відомий своїми трюками, що привертають увагу, викликами та розіграшами. Свою популярність він підтримує з кількох причин, зокрема:

MrBeast постійно створює високоякісний контент на своєму каналі YouTube. Він регулярно завантажує нові відео і створив лояльну фан- базу, яка з нетерпінням чекає на його наступне творіння.

Контент MrBeast вирізняється з-поміж інших ютуберів, оскільки він часто докладає чимало зусиль, щоб створити щось справді унікальне та те, що привертає увагу. Наприклад, одного разу він дорахував до 100 000 в одному відео, що зайняло у нього понад 40 годин, а в іншому відео подарував одному зі своїх підписників цілий острів.

MrBeast часто спілкується зі своїми шанувальниками через соціальні мережі і часто приймає їхні пропозиції щодо свого наступного відео. Він також проводить різноманітні конкурси та розіграші, щоб залучити свою аудиторію.

Загалом, популярність MrBeast можна пояснити його розважальним контентом, унікальною особистістю та благодійною діяльністю.

MrBeast часто кидає виклик собі та своїм друзям, щоб виконати різні завдання. Ці виклики можуть варіюватися від з'їдання цілої піци до виживання на безлюдному острові протягом тижня.

MrBeast часто співпрацює з іншими ютуберами та знаменитостями для створення контенту. Наприклад, одного разу він створив відео з Ілоном Маском, де вони запустили Tesla в космос [45].

MrBeast часто використовує свою платформу для збору коштів для різних благодійних організацій. Він зібрав мільйони доларів на дослідження дитячого раку та боротьбу з голодом [45].

Є також кілька додаткових каналів на YouTube. Серед них Beast Philanthropy, MrBeastGaming та Beast Reacts. На каналі Beast Philanthropy [27] можна знайти дуже чутливе для всіх українців відео. Блогер розповідає що з моменту початку війни в Україні він дуже переживає за людей, що постраждали. Тож з перших днів почав збирати допомогу біженцям. У відео MrBeast розказує які саме компанії погодилися допомогти та які продукти та речі надіслали. Блогер розказує що усього біло надіслано товари на 11 вантажівках, літаком усе доставили в Румунію, а звідти в Україну. Наразі відкрито збір коштів (на 16.05.2023 року було зібрано більше 23 тисячі доларів) [27].

2.2. YouTube блогера MrBeast

У 2012 році він створив канал на YouTube і почав публікувати випадкові відео; вперше він здобув популярність, опублікувавши серію відео під назвою "Найгірші заставки" на YouTube [28]. Потім він почав публікувати відео, пов'язані з відеоіграми, такими як Minecraft Factions, популярність яких

зростала: "Хлопець відправив свій будинок на нашу базу і поховав 50 зомбі з геймплея Black ops 2"[28].

Після кількох років розміщення відео про ігри, він прийшов до ідеї дорогих відео з великими грошима. MrBeast почав витратити тисячі доларів в Інтернеті та публікувати унікальні відео на кшталт "5 доларів за гарячу дівчину", щоб розкрутити свій канал на YouTube [14].

MrBeast став відомим на всю країну завдяки публікації зворушливих відео на кшталт "Дарую \$10000 випадковому бездомному". Він продовжував публікувати такі відео й стверджував, що додаток під назвою "Quidd" спонсорував гроші, які він пожертвував [14].

Потім він почав жертвувати гроші випадковим стрімерам Twitch. У цей момент його канал почав отримувати мільйони переглядів, але MrBeast не зупинився на досягнутому і створив відео, які ніхто ніколи не бачив і не чув про них раніше [45].

Контент-план MrBeast зосереджений на створенні унікального та цікавого продукту, який змушує його аудиторію повертатися до нього знову і знову. Він завжди розширює межі і пробує щось нове, щоб його контент був свіжим і цікавим.

MrBeast має віддану команду, яка допомагає йому створювати контент і керувати своїм брендом. Ключові члени його команди:

Кріс Тайсон - найкращий друг MrBeast, який був з ним з самого початку його кар'єри на YouTube. Він часто знімається у відео MrBeast і відповідає за управління логістикою його трюків та викликів [6].

Чендлер Халлоу - ще один близький друг MrBeast, який часто з'являється в його відео. Він відомий своїм безкомпромісним гумором і відповідає за ведення акаунтів MrBeast у соціальних мережах [5].

Карл Джейкобс - популярний стрімер Twitch, який приєднався до команди MrBeast у 2020 році. Він часто з'являється у відеороліках MrBeast і відповідає за допомогу в управлінні сервером Minecraft MrBeast [16].

Окрім цих ключових членів команди, MrBeast також працює над

створенням свого контенту з багатьма іншими співавторами, в тому числі з іншими ютуберами, представниками соціальних мереж та знаменитостями. Разом вони допомагають MrBeast втілювати його унікальні та цікаві ідеї в життя.

Наразі блогер має 152 мільйони підписників на каналі та 742 опублікованих ролики. Станом на травень 2023 року блогер публікує нове відео раз на місяць. Хронометраж відео від 6 до 25 хвилин. За 11 років існування канал набрав 25 мільярдів 864 мільйони 830 тисяч 186 переглядів відео [49].

Аналіз найпопулярнішого відео «Playing Squid in Real Life for \$456,000!» [25].

Відео було випущено через пів року після виходу серіалу «Squid Game», по мотивах якого і було знято ролик. Знімальна команда відтворила декорації з фільму: можна побачити ляльку, кулю з грошима, скляний міст, на людях одяг в таких самих кольорах... Оскільки це відео не має бути в категорії 12+, то замість того щоб вбивати людей, в кожного є мішечок який розривається в випадку програшу. На нашу думку, відео вийшло цікавим та веселим, оскільки блогер завжди знаходив плюси у сумних моментах.

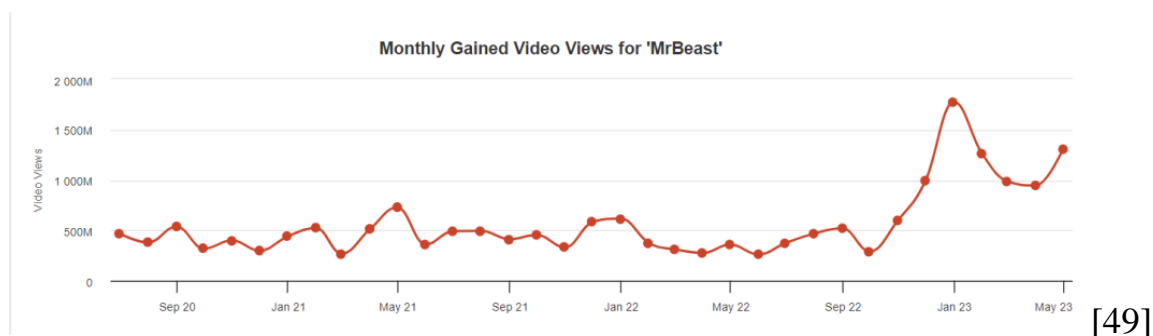
Відео було випущено рік тому та за цей час набрало 421 мільйон переглядів та 16 мільйонів лайків, при тому що у блогера всего 153 мільйони підписників. Під відео глядачі залишили більше 600 тисяч коментарів. Там люди пишуть що вони в захваті від декорацій, що їм сподобалася ідея зняти такий ролик. Багато відгуків в яких люди вболівають за гравців які їм сподобалися. Більшість коментарів англійською мовою, але якщо трохи прогортати вниз, то можна побачити японську, корейську, французьку, іспанську мови коментарів.

Під час перегляду на декораціях можна побачити логотип гри Brawl Stars. На 14 хвилині MrBeast повідомляє що саме розробники цієї гри допомогли йому створити цей ролик та стали спонсорами. На зйомку відео та декорації було витрачено три з половиною мільйони доларів. Було показано маленьке

прев'ю до гри та блогер розказав про те що це за гра та чому варто в неї грати.

Ролик було повністю знято взявши за ідею відомий корейський серіал «Гра в Кальмара», який вийшов на стримінговій платформі Netflix у вересні 2021 року. На початку було 456 учасників. Гра складалася з 6 частин: йди на залений, стій на червоний; карамельні соти – виріж фігурку не зламавши її; перетягування канату; камінці – люди по двоє можуть грати в будь яку гру та хто з двох має виграти 20 камінців; скляний міст – є дві платформи: одна не закріплена, дійди до кінця; музичні стільці – встигни сісти на стілець коли музика перестала грати. В перших трьох частинах виходило від 30 до 100 учасників, в останній частині залишилося лише 7. За правильністю виконання завдань слідували друзі та колеги MrBeast - Кріс Тайсон та Карл Джейкобс.

Сам MrBeast написав в описі до відео, що це наймасштабніший проект [25].



На цій діаграмі можна побачити яким чином змінювалася кількість підписників YouTube у MrBeast. За цими даними можна зрозуміти що з вересня 2020 року по січень 2023 року кількість підписників виросла майже в три рази.

2.3. Instagram блогера MrBeast

На своїй Instagram сторінці блогер має більше 38 мільйонів підписників, 201 публікацію [23].

На нашу думку, опис сторінки виглядає лаконічно. Інколи блогери вписують туди хто вони, що знімають та додають посилання на робочі сторінки. А MrBeast написав те чим займається і в своїх відео він завжди це

підтверджує своїми діями.

MrBeast

Публичная личность

I want to make the world a better place before I die (also go to your local Walmart and buy my chocolate plz)

Свою Instagram сторінку [26] блогер направляє на те, щоб показувати своє життя. Серед особистих фотографій можна знайти фото з друзями чи родиною, також є багато фото із знаменитостями. Не так давно MrBeast опублікував відео з американським кіноактором та екс-рестлером Дуейном Джонсоном.

Зазвичай MrBeast не пише великих постів під публікаціями. Здебільшого це декілька речень або взагалі декілька слів. Під фотографіями блогер пише, що вийшло нове відео або розказує про що воно буде. Інколи під постом можна помітити відмічених людей, які брали участь.

У цій соціальній мережі блогер публікує особисті фотографії та відео-прев'ю – короткі ролики з моментами з наступного відео на YouTube. Блогер додає нову публікацію приблизно щотижня, інколи частіше. Однієї тематики в публікаціях немає. Це завжди щось нове та цікаве.

Під кожним постом можна мільйони вподобань та тисячі коментарів, співвідношення не раціональне. Але щодо співвідношення вподобань та підписників, можна побачити сумний відсоток – на публікацію припадає лише 20% вподобань.

Зазвичай аудиторія MrBeast – молоді хлопці та дівчата, віком від 12 до 25 років, які цікавляться відеоіграми, розвагами та гуманітарними акціями. Неможливо виділити країну звідки приходить більше всього підписників, але можу припустити, що більшість з Америки, оскільки блогер американський. Можна знайти багато представників східної частини світу та країн Азії [13].

У своєму блозі MrBeast рекламує тільки один продукт – шоколад та батончики власного бренду. Зазвичай під постами з рекламою він публікує новину про те що розігрує товар чи дарує першим, хто прокоментує.

Найпопулярніша публікація в Instagram [21] набрала п'ять мільйонів

переглядів, зазвичай кількість переглядів коливається від одного мільйона до трьох. На цьому ролику блогер разом з Логаном Пауером, відомим американським рестлером, куштують продукції один одного. (Логан Пауер випустив лінійку енергетичних напоїв Prime.) В коментарях люди писали що їм сподобалася реакція засновників брендів.

2.4. TikTok блогера MrBeast

Блогер має 81 мільйон підписників та 312 публікацій. Його найпопулярніше відео набрало 145 мільйонів переглядів. В своєму TikTok [26] MrBeast публікує короткі смішні ролики. Наприклад: повторює популярні тренди чи знімає комедійні відео із знаменитостями [32].

Блогер частково розділяє свої соціальні мережі. В своєму TikTok блогер виставляє відео, які можна знайти і в Instagram, але ж є і інші ролики, які не знайдеш на інших платформах. Саме на платформі для коротких відео MrBeast публікує відео з серії Do you follow MrBeast on TikTok? (чи ти слідкуєш за MrBeast у TikTok). Члени знімальної команди підходять до будь кого в магазині, в кафе чи на вулиці та ставлять провокуюче питання. Якщо людина відповідає «так», то її відводять до MrBeast, який дарує машину своєму підписнику.

Свій TikTok блогер використовує також і для реклами. Є ролики, в яких блогер часто згадує назву продукту, є ролики, в яких він прямо показує продукт.

У TikTok публікуються відео з моментами «За кадром», з тим, що не увійшло до відео. Також публікуються короткі ролики, а яких блогер «дуркує» зі своїми друзями та членами команди. Інколи можна знайти відео від фанатів. Наприклад: ролик, в якому малюється комікс з MrBeast, наприкінці блогера зображено в ролі бодібідера, біля якого стоїть тигр [22]. Також є багато роликів, на яких блогер показує свою реакцію на відео інших. Інколи він їх коментує, інколи додає комедійного моменту.

Блогер часто публікує цікаві моменти зі своїх роликів на YouTube та

додає короткі відео. Наприклад, на початку квітня блогер опублікував відео, в якому він подарував сімейній парі квитки до Парижу та назначив таємну зустріч. Для них було сюрпризом те, що в готельному номері лежали вечірня сукня, костюм та кейс. Ввечері пару відвезли на червону доріжку де Адам Сендлер та Дженіфер Еністон віддали ключ від кейсу, де було 10 тисяч доларів, та запросили на прем'єрний показ фільму «Містичне вбивство-2». Тим самим блогер прорекламував фільм для всієї своєї аудиторії та зробив хорошу справу – подарував відпочинок в Парижі та гроші для сімейної пари [24].

Найпопулярніше відео набрало 145 мільйонів переглядів, 15.5 мільйонів вподобань та 156 тисяч коментарів [26]. У цьому ролику MrBeast зняв відео-дует з популярним казахським блогером argenby, більш відомим як sigma. Під постом багато коментарів про те що, MrBeast більше схожий на сигму, ніж другий блогер [26].

Висновки до розділу

Так чому ж саме MrBeast – найпопулярніший блогер? На нашу думку, це через те що він – першопочатківець в своїй сфері, до нього ніхто не робив контенту з масовими роздачами грошей чи допомогою іншим людям. Також, не менш важливим є те, що блогер не захворів на зіркову хворобу. Не зважаючи на свій статус та на свою популярність, більшу частину грошей блогер вкладає саме в нові ролики та в розвиток каналу.

З часом контент змінився від відеоігор до роликів з даруванням грошей чи машин. Загалом складно знайти однакові ролики, тільки якщо це не серії відео, тож весь контент – неповторний та унікальний. Блогер майже не повторює контент на різних платформах, що дає великий плюс для його підписників. Оскільки завдяки цьому цікаво стежити за всіма його соціальними мережами, а не тільки однією.

На всіх платформах блогер не боїться акцентувати увагу на актуальних теленовинках. Одне з найпопулярніших відео «Playing Squid in Real Life for

\$456,000!» [25] вийшло рік тому. Це пряме посилання на культовий серіал від Netflix. На YouTube опубліковано повний ролик, де можна побачити інтерпретацію усіх випробувань з серіалу, тільки без вбивств, а на інших платформах багато моментів з вирізаними частинами з ролика чи з моментами «за кадром».

До того ж, блогер став одним і першим, хто почав використовувати функцію дубляжу на YouTube. Ця функція не тільки приносить користь творцям, які можуть зв'язатися з ширшою аудиторією, але й допомагає самому YouTube, оскільки розширює охоплення відео на його платформі [11].

Наразі відео MrBeast можна передивлятися на 12 мовами світу, серед яких є китайська та японська.

Молодь завжди шукає кому наслідувати. Насамперед – це люди, які вносять щось нове та незвичне, люди хто не боїться бути інакшим. На нашу думку, MrBeast створив свою «армію» поціновувачів його відео, тим самим заробив собі популярність. А оскільки до Інтернет-культури відноситься все, що створено в Інтернет, то його діяльність впевнено можна назвати медіа-важелем. Оскільки саме MrBeast почав робити відео з даруванням грошей чи масивними благодійними акціями.

ВИСНОВКИ

Відповідно поставленим завданням висновки такі:

1. Онлайн-блог – це форма веб-сайту або веб-журналу, де автор публікує регулярні записи на різні теми. Блоги дозволяють людям ділитися своїми думками, ідеями, досвідом, знаннями або інформацією з відвідувачами сайту.

Онлайн-блоги зазвичай мають хронологічну структуру, де найновіші записи з'являються на вершині сторінки, а старіші поступово зникають або знаходяться в архіві.

Блогери можуть обговорювати різні теми, такі як політика, технології, мода, спорт, кулінарія, подорожі, музика, книги, особистий досвід і багато іншого.

Блоги часто мають коментарі, де відвідувачі можуть висловлювати свої думки, задавати питання або обговорювати теми з автором та іншими читачами. Це сприяє взаємодії та обміну інформацією між блогером та аудиторією.

Також вони можуть мати різні формати, включаючи текстові записи, фотографії, відео, аудіозаписи, інфографіку та інші медіа-вміст.

Онлайн-блоги є популярним засобом вираження своїх думок та спілкування з аудиторією в Інтернеті. Вони можуть мати як особистий характер, де автор ділиться своїми особистими роздумами і досвідом, так і професійний характер, коли блогери спеціалізуються в певній галузі і надають експертні поради

2. Найпопулярніші платформи для ведення блогу - YouTube, Instagram та TikTok. Основні тези про відмінність роботи кожної з платформ:

- на YouTube можна знайти відео на різні теми. Instagram спрямований на публікацію фотографій та коротких відео. TikTok спеціалізується на коротких відеоформатах;

- спільнота YouTube дозволяє створювати канали та підписуватися на них, взаємодіяти з глядачами через коментарі та відгуки. Instagram має поняття "підписників", а користувачі можуть взаємодіяти через коментарі, вподобання та приватні повідомлення. TikTok побудований на системі "фоловерів", і користувачі можуть взаємодіяти, залишаючи коментарі, лайки та повідомлення;

- YouTube використовує рекомендаційну систему. Instagram також використовує алгоритм для відображення контенту в стрічці новин. TikTok має потужну рекомендаційну систему, яка базується на поведінці користувача, вподобаннях, коментарях та інших факторах.

Кожна з цих платформ має свої унікальні особливості, але загальною метою є спільне створення та споживання вмісту, що розважає та інформує користувачів.

3. MrBeast здобув свою популярність завдяки кропіткій роботі та тому, що не квапливо йшов до успіху. Блогер привертає увагу глядачів своїми неймовірними відео. MrBeast не боїться кинути виклик самому собі чи прийняти виклик від інших. Також блогер не жаліє витратити гроші на інших та постійно шукає нові варіанти для подарунків. Завдяки своїй щедрості MrBeast продовжує збирати підписників та шанувальників. MrBeast використовує гумор як важливий елемент свого контенту. Він має вміння розважати глядачів своїми жартами та смішними ситуаціями. Крім того, його простий і прямолінійний підхід до створення відео дозволяє глядачам легко сприймати його контент. Він має великий соціальний вплив на свою аудиторію. Він надихає та мотивує своїх шанувальників бути кращими людьми, допомагати іншим та вносити позитивні зміни в світ. Це робить його привабливим для багатьох людей, особливо для тих, хто хоче бути частиною чогось більшого і допомагати іншим. MrBeast також проводить прямі трансляції та створює реаліті-шоу на своєму YouTube-каналі. Ці формати є дуже популярними серед глядачів і дозволяють їм бути активною частиною відео, коментувати та взаємодіяти з MrBeast та іншими учасниками.

4. MrBeast активно присутній на різних платформах соціальних мереж, зокрема на Instagram та TikTok. Він підтримує активну взаємодію зі своїми фанатами, відповідає на їх питання та коментарі, що дозволяє зблизитися з аудиторією та підтримувати зв'язок. Кожна соціальна мережа блогера містить різний контент, це також додає інтересу та зацікавленості.

Загалом, MrBeast ефективно використовує соціальні мережі, щоб підтримувати своїх прихильників та залучати нових. Він надає своїм глядачам можливість бути активними учасниками його контенту, наприклад, через конкурси та виклики, де вони можуть виграти призи або бути частиною благодійних акцій.

Крім того, MrBeast використовує соціальні медіа для розповсюдження своїх гуманітарних зусиль. Він часто звертається до своїх прихильників з проханням долучитися до благодійних акцій або збіркою коштів для допомоги тим, хто цього потребує.

MrBeast успішно використовує соціальні мережі для створення спільноти прихильників, залучення уваги до свого контенту та популяризації благодійних дій. Його оригінальний підхід, спритність у використанні соціальних медіа та постійний контент забезпечують йому широку аудиторію та велику популярність.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. 35 Instagram Stats That Matter to Marketers in 2022. Веб сайт. URL: <https://blog.hootsuite.com/instagram-statistics/> Дата звернення: 20.10.2022.
2. Also Airrack. Блогер. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/@alsoairrack> Дата звернення: 18.05.2023.
3. Brent Rivera. Блогер. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/@brentrivera> Дата звернення: 18.05.2023.
4. BuzzFeed. Веб сайт. URL: <https://www.buzzfeed.com/uk> Дата звернення: 14.05.2023.
5. Chandler Hallow. Член знімальної команди MrBeast. <https://www.instagram.com/chandlerhallow/> Дата звернення: 16.05.2023.
6. Chris Tyson. Член знімальної команди MrBeast. https://www.instagram.com/chris_thememegod/ Дата звернення: 18.05.2023.
7. Discover stories, thinking, and expertise from writers on any topic. Веб сайт. URL: <https://medium.com/> Дата звернення: 14.05.2023.
8. Ever wonder how YouTube works? Веб сайт. URL: <https://www.youtube.com/howyoutubeworks/> Дата звернення: 10.01.2023.
9. Explained: What is Instagram? Webwise.iv: веб сайт. URL: <https://www.webwise.ie/parents/explained-image-sharing-app-instagram/> Дата звернення: 15.02.2023.
10. Explained: What is YouTube? Веб сайт. URL: <https://www.webwise.ie/parents/what-is-youtube/> Дата звернення: 10.12.2022.
11. How YouTube's Multi-Language Dubbing Feature Makes Videos More Accessible. Веб сайт. URL: <https://www.makeuseof.com/youtube-multi-language-feature-makes-videos-accessible/#:~:text=YouTube%27s%20dubbing%20feature%20allows%20creators%20to%20add%20audio,viewers%20to%20choose%20from%20via%20the%20Settings%20icon.> Дата звернення: 12.05.2023.

12. Huffpost. Веб сайт. URL:<https://www.huffingtonpost.co.uk/> Дата звернення: 14.05.2023.

13. Instagram page analysis. Веб сайт. URL: <https://socialblade.com/instagram/user/mrbeast> Дата звернення: 12.05.2023.

14. Is MrBeast for Real? Inside the Outrageous World of YouTube's Cash-Happy Stunt King. Веб сайт. URL:<https://www.rollingstone.com/culture/culture-features/mrbeast-youtube-cover-story-interview-1334604/> Дата звернення: 16.05.2023.

15. Isaiah Photo. Блогер. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/@isaiahphoto> Дата звернення: 18.05.2023.

16. Karl Jacobs. Член знімальної команди MrBeast. <https://www.instagram.com/karljacobs/> Дата звернення: 16.05.2023.

17. Mashable. Веб сайт. URL:<https://mashable.com/> Дата звернення: 14.05.2023.

18. Merriam-Webster. What is mem. Веб сайт. URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/meme> Дата звернення: 15.05.2023.

19. Mike Krieger. Найперша публікація в Instagram. 16.07.2010 URL:<https://www.instagram.com/p/G/> Дата звернення: 18.09.2022.

20. MrBeast, now in Spanish! Say hello to multi-language audio on YouTube. Веб сайт. URL: <https://blog.youtube/news-and-events/multi-language-audio-mrbeast-interview/> Дата звернення: 15.05.2023.

21. MrBeast. 31.01.2022. Instagram publication. URL: <https://www.instagram.com/p/CZZoTzVlxc0/> Дата звернення: 13.05.2023.

22. MrBeast. I learned how to draw for this trend (100% didn't get help). 28.04.2022. TikTok publication. URL:https://www.tiktok.com/@mrbeast/video/7091766558804069678?_r=1&_t=8cGQckvhBrB Дата звернення: 10.04.2023.

23. MrBeast. Instagram page. <https://www.instagram.com/mrbeast/> Дата звернення: 19.05.2023.

24. MrBeast. Mystery Date. 29.03.2023. TikTok publication.

<https://www.tiktok.com/@mrbeast/video/7215983476892355886> Дата звернення:
13.05.2023.

25. MrBeast. Playing Squid in Real Life for \$456,000! 15.05.2022. YouTube Video. URL:<https://www.youtube.com/watch?v=0e3GPea1Tyg&t=1s> Дата звернення: 16.05.2023.

26. MrBeast. TikTok page. <https://www.tiktok.com/@mrbeast> Дата звернення: 19.05.2023.

27. MrBeast. We Gave \$3,000,000 of Aid to Ukrainian Refugees! 18.07.2022. YouTube Video. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=7gYpJotNUEs> Дата звернення: 16.05.2022.

28. MrBeast. Блогер. YouTube. URL <https://www.youtube.com/user/mrbeast6000> Дата звернення: 19.05.2023.

29. NichLmao. Блогер. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/@NichLmao> Дата звернення: 18.05.2023.

30. Ryan Trahan. Блогер. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/@ryan> Дата звернення: 18.05.2023.

31. Tech crunch. Веб сайт. URL:<https://techcrunch.com/> Дата звернення:
14.05.2023.

32. TikTok page analysis. Веб сайт. URL: <https://socialblade.com/tiktok/user/mrbeast> Дата звернення: 12.05.2023.

33. TikTok: What is the app and how much data does it collect? Веб сайт. URL:<https://www.bbc.co.uk/news/technology-53476117> Дата звернення:
20.04.2023.

34. TikTok: What It Is, How It Works, and Why It's Popular. Веб сайт. URL: <https://www.investopedia.com/what-is-tiktok-4588933> Дата звернення:
20.04.2023.

35. Top YouTube creators of 2022. <https://www.youtube.com/trends/2022/us/> Дата звернення: 12.05.2023.

36. Web Culture. <https://zkm.de/en/keytopic/web-culture#:~:text=Web%20culture%20%E2%80%93%20the%20culture%20of%20th>

e%20internet,gives%20rise%20to%20new%20symbols%20and%20practices%20daily Дата звернення: 16.05.2023.

37. What Is a Blog, & Why Should You Create One. Веб сайт. URL:<https://blog.hubspot.com/marketing/what-is-a-blog> Дата звернення: 20.09.2022.

38. What Is a Blog? Definition, Blog Types, and Benefits Explained. Веб сайт. URL: <https://www.hostinger.in/tutorials/what-is-a-blog> Дата звернення: 20.09.2022.

39. What is gaming? Веб сайт. URL: <https://www.techtarget.com/whatis/definition/gaming> Дата звернення: 12.05.2023.

40. What Is Instagram, and Why Should You Be Using It? Lifewire: веб сайт. URL: <https://www.lifewire.com/what-is-instagram-3486316> Дата звернення: 16.02.2023.

41. What Is TikTok? – Everything You Need to Know in 2023. Веб сайт. URL: <https://influencermarketinghub.com/what-is-tiktok/> Дата звернення: 10.04.2023.

42. What is TikTok? The 15-second video platform explained. Веб сайт. URL: <https://www.digitaltrends.com/mobile/what-is-tiktok/> Дата звернення: 10.04.2023.

43. What Is YouTube Shorts? Веб сайт. URL: <https://influencermarketinghub.com/youtube-shorts/#toc-0> Дата звернення: 08.05.2023.

44. What Is YouTube: A Beginner's Guide. Веб сайт. URL: <https://www.lifewire.com/youtube-101-3481847> Дата звернення: 08.05.2023.

45. Who is MrBeast? Meet the 24-year-old YouTube star who's famous for giving away millions of dollars to strangers. Веб сайт. URL: <https://www.businessinsider.com/mrbeast-youtube-jimmy-donaldson-net-worth-life-career-challenges-teamtrees-2019-11?r=US&IR=T> Дата звернення: 10.05.2023.

46. WordPress: Flex your freedom. Веб сайт. URL: <https://wordpress.org/>
Дата звернення: 19.05.2023.

47. YouTube headquarters shooting. Веб сайт.
URL:https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube_headquarters_shooting Дата
звернення: 10.12.2022.

48. YouTube launches a multi-language audio feature for dubbing videos,
previously tested by MrBeast. Веб сайт. URL:
https://techcrunch.com/2023/02/23/youtube-launches-a-multi-language-audio-feature-for-dubbing-videos-previously-tested-by-mr-beast/?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly91ay5zZWZyY2gueWFob28uY29tLw&guce_referrer_sig=AQAAABhgIuKMFLzh2efsinnQcqdI8Un7LVDsY3T9z7N57mk4C_a1SDPJAXwBbBNqw485OIMQ5spvMC0Z7IIsJNIPPC_92KA5kZu505X3O4DeAg3hQAwLgOYAGekqPQTGF6wK2ibeV2wsHuV8YowYipsegzS95GB1kMkk5ckT7C8eK_ho Дата звернення: 15.05.2023.

49. YouTube page analysis. Веб сайт.
URL:<https://socialblade.com/youtube/channel/UCX6OQ3DkcsbYNE6H8uQQuVA>
А Дата звернення: 12.05.2023.

50. YouTube rich list: MrBeast was the highest-paid star of 2021. Веб сайт.
URL:<https://www.bbc.co.uk/news/entertainment-arts-59987711> Дата звернення:
13.05.2023.

51. YouTube. Веб-сайт.
<https://uk.wikipedia.org/wiki/YouTube#%D0%9B%D0%BE%D0%BA%D0%B0%D0%BB%D1%96%D0%B7%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F> Дата
звернення: 14.05.2023.

52. Васильєва А.С. Блоги як новий засіб масової інформації в Україні.
Наукова робота. 2017. 4 с. <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2017/12/28.pdf>
Дата звернення: 16.04.2023.

53. Коли і як з'явився Інтернет – історія, факти. Веб сайт. URL:
<http://teg.com.ua/koli-i-iak-ziavivsia-internet-istoriia-fakti/> Дата звернення:
18.09.2022.

54. Найперше відео на YouTube. YouTube.
URL:<https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=jNQXAC9IVRw> Дата
звернення: 10.09.2022.