



ИСТОРИИ

Как Ивангай стал главным российским видеоблогером. И почему начал терять популярность

10:07, 7 июня 2017 · Источник: Meduza

Фото: EeOneGuy / YouTube.

[Ссылка на материал](#)

Это PDF-версия материала, опубликованного на «Медузе». Вы можете отправить этот файл в любом мессенджере или по электронной почте вашим близким в России, особенно тем, кто не умеет обходить блокировки. Вы можете также распечатать этот текст и показать его тем, кто не пользуется интернетом.

«Медуза» признана «нежелательной» организацией на территории РФ, поэтому, пожалуйста, будьте осторожны и делитесь нашими материалами только с теми, кому доверяете.

Подробнее о «нежелательном» статусе.

Самый удобный способ читать «Медузу» без VPN — это скачать наше приложение. Оно работает в России, несмотря на блокировку, и это абсолютно безопасно. Версия для iOS и для Android. Приложение на Android также можно скачать по прямой ссылке.

Устанавливайте приложение не только себе, но и близким!

Имя Ивангай — блогерский псевдоним 21-летнего Ивана Рудского — знают даже те, кто никогда не смотрел ни его собственные видео, ни вообще ролики в российском ютьюбе. На своем канале Ивангай рассказывает о собственной не слишком захватывающей жизни, играет в видеоигры, устраивает дурацкие эксперименты, поет — в общем, не делает ничего такого, чего не делал бы любой другой видеоблогер; тем не менее именно Рудской — абсолютный рекордсмен российского ютьюба по количеству подписчиков, с отрывом опережающий даже мультфильм «Маша и медведь». В рамках спецпроекта «Медузы» о видеоблогинге Серафим Ореханов объясняет, кто такой Ивангай, как он сумел стать настолько популярным — и что с ним случится теперь, когда ютьюб превращается в политическое пространство.

Редкий случай, когда материал о видеоблогере можно не начинать с длинного объяснения для «взрослой» аудитории о том, кто это вообще такой и зачем вам о нем знать. Ивангай, пожалуй, единственный из видеоблогеров, кто сумел конвертировать популярность своего канала в социальный капитал далеко за пределами ютьюба. Подписчиков у Рудского

в три раза больше, чем у Канье Уэста: на момент публикации этого материала за его каналом следили более 11,5 миллиона человек.

Этот феноменальный успех — не результат продуманной стратегии, над которой работала большая команда, как в случае с, например, «Дружко-шоу». Ивангай сделал сам себя в самом классическом, американском смысле: парень из глухой украинской деревни (даже русский язык он выучил в процессе работы над каналом) над чем-то там возился на родительском компьютере, терпел насмешки одноклассников и взрослых — и однажды обнаружил, что его канал — медиа с десятиmillionной аудиторией.

Человек и Minecraft

Как и многие другие блогеры, Ивангай начинал с обзоров видеоигр и летсплеев — роликов, в которых автор одновременно играет и комментирует этот процесс. Главным образом с Minecraft — страшно популярной и очень простой с точки зрения графики игры, похожей на Lego, где из кубиков можно построить что угодно — от избышки до аэропорта. Minecraft — это огромный мир со своими правилами, обычаями и диалектом («нубик⁽¹⁾», «чанк⁽²⁾», «дроп⁽³⁾»). Он выглядит подчеркнуто минималистично — отчасти это отсылка к эстетике 1990-х, отчасти необходимость: игра должна

запускаться даже на очень слабых устройствах, потому что других у ее целевой аудитории часто нет. В Minecraft нет ни конкретной цели, ни эпических битв и сложных стратегий — зато тут можно создавать игры внутри игры; на того, кто впервые сталкивается с этим миром, он может произвести впечатление то ли психоделического эксперимента, то ли философской притчи в духе деконструктивизма. Все эти странности не помешали Microsoft купить игру за 2,5 миллиарда долларов, The New York Times — назвать ее идеальным образовательным инструментом в эпоху кризиса образования, а десяткам миллионов детей и подростков — проводить в Minecraft дни и недели: это сейчас главное развлечение для тех, кто уже вырос из свинки Пеппы, но еще не дорос до GTA.

Обзоры Minecraft — самый постмодернистский жанр ютьюба: одни люди описывают события, происходящие в подчеркнуто условном мире, которые мимикрируют под другие выдуманные миры, а миллионы других людей смотрят на это в интернете (тоже, в сущности, выдуманном мире). Если сам Minecraft — это развернутый комментарий ко всей современной культуре: к тотальной ностальгии, к стремлению к простым решениям и так далее; то обзоры игры — это комментарий к комментарию, метамир со своим языком, ритуалами и традициями.

Тут был медиа-файл! Чтобы посмотреть его, идите по этой ссылке.

(<https://www.youtube.com/watch?v=...>)

Начать с Minecraft — обычная стратегия для видеоблогеров. Ровно так же складывалась история PewDiePie — самого популярного блогера мира более чем с 50 миллионами подписчиков. Рецепт его популярности, если вкратце: записывать игровой процесс (уже давно не только в Minecraft), сопровождая его шутками, смешными комментариями и ругательствами на всех языках мира (настоящее имя Пьюдипая — Феликс Чельберг, он швед). Ивангая периодически обвиняют в копировании стиля, форматов и даже прически Чельберга. С формальной точки зрения эти обвинения не беспочвенны — многие приемы старшего коллеги явно оказали влияние на Рудского, однако более полезным для понимания феномена популярности Ивангая кажется сравнение с другой большой подростковой поп-звездой начала 2010-х — Джастином Бибером.

Бибер без коммерческой хватки

Сравнений с Бибером вообще трудно избежать любому подростку-звезде — лет пять назад, например, так говорили о другом видеоблогере, Роме Желуде. Однако

у Ивангая прав на титул русского Бибера, пожалуй, даже больше. Так же, как и Бибер, Рудской собрал огромную аудиторию в рекордно короткий срок: канал «Ивангай» был зарегистрирован в марте 2013-го и собрал десять миллионов подписчиков за 3,5 года. Большая часть аудитории обоих — девочки подросткового возраста (об этом Ивангай сам говорил в эфире «Вечернего Урганта»). Популярность Ивангая на ютьюбе реплицировала саму себя: чем он становился популярнее, тем труднее было на него не подписаться, потому что «весь класс смотрит». И Бибер, и Рудской росли вместе со своей аудиторией (несколько, впрочем, ее опережая): от Minecraft, рассчитанного на младший подростковый возраст, Ивангай перешел на более сложные игры (Battlefield, Mortal Kombat), а потом начал делать обзоры всего на свете и ролики с названиями вроде «Я рисую как кретин», «Упоротые кривляния» или «Едим тухлое яйцо».

Окончив школу, Рудской уехал учиться сначала в Днепропетровск, потом в Японию, а потом в Москву, где и остался жить, так и не получив диплома. К этому моменту он уже имел миллионную аудиторию, но продолжал все делать сам или с помощью друзей. Это важная составляющая успеха канала: за Ивангаем никто не стоит, это не продюсерский проект, а личная, искренняя вещь. Впрочем, тут Рудского сложно назвать исключением: до недавнего времени практически все

популярные блогеры делали все — от звукорежиссуры до продажи рекламы — сами.

Тут был медиа-файл! Чтобы посмотреть его, идите по этой ссылке.

(<https://www.youtube.com/watch?v=...>)

Обратная сторона этого DIY-подхода — то, что космически популярный канал не приносит космических денег. «Коммерсант» оценивал ежемесячный доход Ивангая в 25 тысяч долларов (это отчисления от Google, сюда не входят доходы от рекламы, продаваемой напрямую, которая, впрочем, в роликах Ивангая встречается редко). По меркам российского ютьюба это не очень много: блогер Николай Соболев, у которого чуть меньше трех миллионов подписчиков, зарабатывает примерно в два раза больше (о финансовой безалаберности Ивангая, который полагается главным образом на отчисления от YouTube и почти не продает рекламу напрямую, недавно говорил создатель видеоблогерского агентства Z Agency и отец Саши Спилберг Александр Балковский). Впрочем, для молодого человека, родители которого владеют парой сельских продуктовых магазинов, это в любом случае невероятные деньги. Из сверстников Рудского (ему 21 год) столько зарабатывают разве что футболисты, и на них Ивангай совершенно не похож: напротив,

он сознательно отказывается от дорогих машин и прочих бытовых примет успеха, столь милых сердцу постсоветского человека.

По мере роста аудитории Ивангай придумывал новые форматы. Многие его видео представляют собой эксперименты над собственным телом — в духе любительского фрейдизма их можно было бы истолковать как работу подростка (что важно — подростка, у которого не было друзей в школе и которого окружающие считали чудаком, вечно сидящим в интернете) по принятию собственной телесности. Эти опыты нашли понимание среди близкой по возрасту аудитории Рудского: ролики про стрижку налысо и бритье ног — среди самых популярных за всю историю канала.

С пубертатом, телесностью и обнаруженной в себе сексуальностью был связан и другой фактор, придавший ускорение каналу Ивангая, — его отношения с коллегой по ютьюбу Марьяной Рожковой: к этому моменту аудитория как раз доросла до того возраста, когда собственная сексуальность становится более важной темой, чем видеоигры. Марьяна Ро завела канал на год раньше Ивангая и делала умеренно популярные и еще более типично подростковые видео («СПАСИТЕ ПАМАГИТЕ ПЛИС: школа, депрессия», «С дэрэ меня», «ЗЕЛЕНАЯ НЯШКА ИЛИ КАКАВКА?»). Разумеется, познакомились они с Ивангаем во «ВКонтакте». Самые

популярные видео Рудского они записали вместе — темы, в общем, остались теми же («Эпично проиграл девочке в Mortal Kombat» — опять видеоигры), но появление соведущей превратило обоих в суперзвезд. На момент начала отношений у Марьяны Ро не было и миллиона подписчиков, сейчас — около пяти миллионов. Количество подписчиков самого Ивангая с 2014 года выросло в десять раз, а главное — его известность вышла за пределы ютьюба и «ВКонтакте»: Рудской превратился в символ нового мира видеоблогеров для медиа, которые стали этот мир потихоньку замечать.

Другое дело, что все это — и видеоигры, и ролики с названием вроде «Приключения большого пениса» (ничего такого, просто никнейм Ивангая в онлайн-играх), и «челленджи» (брось бутылку так, чтобы она осталась стоять вертикально), и даже романтика — было и у конкурентов Ивангая. Почему всех победил именно он? Во-первых, дело в аутентичности: Ивангай не делает ничего такого, чего не мог бы сделать любой другой подросток на вечеринке. В нем нет ни капли самолюбования, зато никогда не пропадает самоирония; каждый раз, когда кажется, что становится скучно, Рудской находит новый способ пошутить над собой (в этом они похожи с Пьюдипаем — тот тоже умеет сделать все так, чтобы остаться для зрителей своим, несмотря на то что сейчас Чельберг по факту является

миллионером-суперзвездой). Во-вторых, все эти личные качества сочетаются с изобретательным, прямо-таки новаторским монтажом и динамично развивающимся действием. И это не шутка: в ролике про подкидывание бутылок особенно хорошо заметно, как каждый следующий кадр усиливает напряжение.

Тут был медиа-файл! Чтобы посмотреть его, идите по этой ссылке.

(<https://www.youtube.com/watch?v=...>)

Подчеркнутая бессмысленность таких опытов может быть отчасти истолкована как протест — даже не против мира взрослых (это было бы слишком плоским объяснением), а против тотальной рационализации. Ощущение того, что сама жизнь, действие, движение и порыв если не ценнее, то по крайней мере человечнее рефлексии, свойственно многим подросткам. Взрослые учат этого ощущения стыдиться как «детского» и «безответственного» — Ивангай, формально совершенно не являясь бунтарем, поступает ровно наоборот.

После детства

Осенью 2016 года на экраны вышел фильм «Взломать блогеров», сделанный уже упоминавшимся продюсером

Балковским и Тимуром Бекмамбетовым. Для Бекмамбетова «Взломать блогеров» должен был стать вольным римейком им же спродюсированного в 2015 году фильма «Убрать из друзей»: новаторского хоррора, все действие которого происходит на экранах ноутбуков нескольких подростков и который собрал 60 миллионов долларов в мировом прокате при бюджете в один миллион. «Взломать блогеров», казалось, был обречен на такой же успех: тут и госфинансирование, и рекламодатели, и топовые видеоблогеры в главных ролях — Ивангай, Марьяна Ро и дочь Балковского Саша Спилберг (около 5 миллионов подписчиков).

Ничего не вышло. Достоинства фильма, в общем, заканчивались на удачной метафоре видеоблогинга как явления — по сюжету трое героев в результате действий некоего хакера-злоумышленника превращаются в собственные мультипликационные аватары, которые попадают внутрь своих ноутбуков и не могут оттуда выбраться. Кино получило абсурдно низкий рейтинг на «Кинопоиске» (1 из 10), с треском провалилось в ограниченном прокате (сборы — около 7 миллионов рублей), стало объектом исторической разгромной рецензии популярного в ютьюбе кинокритика BadComedian — и нанесло ощутимый удар по карьере Ивангая. Вскоре после премьеры он расстался с Марьяной Ро и начал медленно терять лояльность аудитории. В ютьюбе есть простой способ понять, какую

эмоциональную реакцию вызвало видео: сравнить количество лайков и дислайков. У последних роликов Ивангая оно ощутимо изменилось в негативную сторону; ругательных комментариев тоже все больше. Несмотря на то что количество просмотров у каждого из этих роликов остается недостижимо высоким для большинства блогеров (4–5 миллионов), они уже не становятся событием: в 2017 году Ивангай пока не сделал ни одного видео, которое собрало бы больше 10 миллионов просмотров (за предыдущие два года таких было около ста).

У Ивангая появились сильные профессиональные конкуренты, работающие на аудиторию старшего школьного возраста. Достаточно назвать шоу рэпера Big Russian Boss и уже упоминавшегося Сергея Дружко, которые моментально и прочно обошли последние видео Ивангая по популярности. Сам Ивангай тем временем явно находится в некотором кризисе. В феврале он объявил о «перезагрузке» блога; это выразилось в небезынтересных попытках нащупать новый визуальный язык, но так и не дало ответа на главный вопрос: о чем и для кого этот канал? Раньше все было просто: рецепт «видеоигры + подростковые шутки + красивая пара» работал безотказно. Теперь же аудитория Рудского окончила школу, и неожиданно оказалось, что в 20 лет люди отличаются друг от друга гораздо сильнее, чем в 15. Те, кто раньше вместе играл

в Minecraft, теперь разбрелись в группы по интересам и смотрят скорее Навального про политику, Дудя про ютьюб, того же BadComedian про кино, чем Ивангая, который, пытаясь оставаться универсальным, производит впечатление человека, потерявшегося в изменившемся контексте.

В российском ютьюбе происходит смена поколений: для тех тринадцатилетних, кто сейчас впервые открывает для себя видеоблоги, Ивангай совсем не является таким же безусловным кумиром, каким он был для их ровесников еще два-три года назад. Аудитория сервиса меняется и расширяется как за счет совсем маленьких детей (детский ютьюб — отдельный большой феномен), так и за счет взрослых людей, всегда считавших, что ютьюб — это такая онлайн-библиотека видеороликов, а теперь обнаруживших в нем новый (и лучший) телевизор. К тому же не стоит забывать и о классической для поп-культуры схеме, когда суперзвезда-подросток, повзрослев, оказывается не так интересен аудитории — чтобы не ходить далеко, можно вспомнить хотя бы тех же Бибера и Желудя, судя по всему прошедших свои карьерные пики в семнадцать лет.

В силу смены парадигмы те приемы, которые некогда были главным ресурсом популярности Ивангая, теперь воспринимаются то ли как дурной тон, то ли как просто вчерашний день. Даже само слово «хайп» приобретает явно негативный оттенок; «хайпиться» теперь означает

«цинично эксплуатировать тренды в попытке набрать дешевую популярность». Подчеркнуто бессмысленные вещи, которые в своих видео делал Ивангай, вдруг стали старомодными. Иван Ургант, еще недавно приглашавший Ивангая в эфир, теперь высмеивает сложившуюся вокруг блогера культуру в своей — довольно смешной — пародии, направленной в том числе и на конкретного Рудского и начинающейся с его традиционного приветствия «Всем хаю-хай». Сам Ивангай, судя по всему, просто не знает, что со всем этим делать. Подобно другим блогерам, он пытается мигрировать в зону традиционной культуры и стать музыкантом, но получается не то чтобы очень удачно. За последний месяц на его канале вышло всего одно видео.

Тут был медиа-файл! Чтобы посмотреть его, идите по этой ссылке.

(<https://www.youtube.com/watch?v=...>)

Конкуренция за внимание на ютьюбе, на который наконец обратили внимание традиционные медиа, большие агентства и государство, будет только возрастать. В марте министр культуры Владимир Мединский провел встречу с несколькими популярными блогерами; судя по составу приглашенных, к организации мероприятия имел отношение все тот же

продюсер Балковский: в министерство пришел практически тот же состав блогеров, который указан в качестве эксклюзивных партнеров его агентства на официальном сайте. Первым ощутимым результатом встречи стало отчетливо лояльное интервью, которое дочь Балковского Саша Спилберг взяла у Мединского для своего блога в апреле; еще через месяц она уже выступила в Госдуме, заявив, что всем депутатам следует завести видеоблоги, а Руслана Соколовского, приговоренного к условному сроку за видео на его ютьюб-канале, следует «не судить, а лечить».

Ивангай пока каким-то образом умудрялся практически не касаться политики — что, вероятно, было не так-то просто для украинца, живущего в Москве и прославившегося в 2014 году. Единственное исключение — несколько вполне миролюбивых картинок в поддержку Майдана, выложенных во «ВКонтакте» зимой 2014-го (впоследствии Ивангай удалил даже эти посты), и мем про блокировку того же «ВКонтакте» на Украине в мае 2017-го. Ивангай не было на встрече с Мединским; и вообще пока нет никаких признаков того, что государство в нем заинтересовано. Однако в некотором смысле он уже пострадал от политики — хотя бы потому, что она значительно подняла ставки в том мире, где он пришел к успеху. В российском ютьюбе, переполненном сплетнями, фобиями, взаимными обвинениями и ненавистью, Ивангай всю

дорогу умудрялся оставаться положительным героем — в том, во всяком случае, смысле, что ему была совершенно несвойственна агрессия: он даже с другими блогерами не ссорился. Трудно представить, чтобы такой персонаж смог остаться протагонистом российского ютьюба в 2017 году, когда площадка вот-вот превратится в поле битвы всех со всеми, обеспеченной большими деньгами.

СПЕЦПРОЕКТ «МЕДУЗЫ» О ВИДЕОБЛОГЕРАХ

50 роликов, которые нужно посмотреть, чтобы понять российский ютьюб

«Мне уже нечего сказать этому миру» Олег Коронный разговаривает с Сергеем Дружко — самым успешным видеоблогером 2017 года

Выстрел в голову за 50 тысяч рублей Мопс, Борода и другие: как в ютьюбе унижают людей на камеру. Репортаж «Медузы»

Убегаем от кашки в море или распаковываем? Тест «Медузы» на знание популярных детских видео

Серафим Ореханов

(1) Нубик

Новичок в игре (от английского newbie).

[Вернуться к тексту.](#)

(2) Чанк

Минимальная единица измерения пространства в Minecraft.

[Вернуться к тексту.](#)

(3) Дроп

Полезная вещь, которая выпадает из игрового объекта при его разрушении.

[Вернуться к тексту.](#)