

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«Южный федеральный университет»

Институт филологии, журналистики
и межкультурной коммуникации

Москвичев Георгий Русланович

YOUTUBE КАК ПЛОЩАДКА ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ И МОНЕТИЗАЦИИ
КОНТЕНТА ТЕЛЕКАНАЛОВ (НА ПРИМЕРЕ «РОССИЯ 24» И «BBC NEWS»)

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА БАКАЛАВРА
по направлению 42.03.02 – «Журналистика»

Научный руководитель – кандидат филологических наук,
доцент Наумова Юлия Александровна

Ростов-на-Дону - 2020

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
ГЛАВА 1. СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА В СОВРЕМЕННОМ ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ.....	10
1.1. Теоретические основы социальных медиа.....	10
1.2. Видео контент в Интернете: типы и специфика.....	14
1.3. Социальная составляющая YouTube как СМК.....	22
1.4. Монетизация контента на площадке YouTube	30
ГЛАВА 2. ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ПОЛЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НОВОСТНЫХ ТЕЛЕКАНАЛОВ НА YOUTUBE (на примере "Россия 24" и "BBC News").....	39
2.1. Основные статистические показатели новостных YouTube-каналов "Россия 24" и "BBC News".....	39
2.2. Особенности публикуемого контента "Россия 24"	43
2.3. Содержательные особенности канала BBC News на YouTube.....	45
2.4. Сравнительная характеристика российского и западного представителей новостных сегментов YouTube	48
Заключение	54
Список используемых источников.....	57
Приложение.....	61

ВВЕДЕНИЕ

Социальная значимость и популярность видеоконтента в сегодняшней медиасреде постоянно растет. Видео, размещенное в каком-либо из современных медиа, помимо выполнения функций интернет-СМК, становится предметом освещения как отражение социальной жизни населения в новостях, в том числе и на телевидении.

За последнее десятилетие количество российских интернет пользователей существенно увеличилось и стало подавляющим (среди пользователей всех видов СМК)¹. В связи с этим бурным ростом набрали популярность и социальные медиа – интернет-площадки, на которых сами пользователи делились собственным контентом, обсуждали его и занимались модерацией. Безусловно, у крупных проектов существует свой штат администраторов, наделенный серьезными полномочиями, но современная система автоматической фильтрации контента, установленная на солидных площадках, позволяет обходиться без вмешательства человека, но без систем жалоб все еще никуда.

Немалую роль в популяризации видеохостингов (веб-сервис, позволяющий загружать и просматривать видео в браузере, например, через специальный проигрыватель) сыграло увеличение скорости доступа в Интернет для всех слоев населения планеты, а также общая тенденция к снижению стоимости услуг интернет-операторов по всему миру. Пик развития глобальной паутины пришелся на середину 2000-х годов: в 2000 году число пользователей интернета было 250 миллионов человек, а уже в 2014 году превысило 2,8 млрд.

Рост аудитории видеохостингов и прочих социальных медиа, а также растущая популярность и доступность видеоконтента ведет к повышению социальной значимости конкретных интернет площадок и видеоконтента в частности в современном обществе, соответственно, возникает потребность в

¹WebCanape, / Самые важные цифры из глобального отчета Digital 2020:
<https://www.web-canape.ru/business/internet-2020-globalnaya-statistika-i-trendy> (дата обращения 19.04.2020)

исследовании и научном осмыслении процессов, связанных с развитием видеоформатов. В этом заключается **актуальность** исследования.

Объектом исследования является видеохостинг YouTube.

Предмет исследования – видеоконтент выбранных YouTube-каналов «Россия 24» и «BBC NEWS», структурные и содержательные особенности ведения каналов, а также информационная политика редакций в интернет среде.

Материалом исследования выбрано более пятисот видеороликов, которые были размещены на исследуемых каналах YouTube: «Россия 24» и «BBC-NEWS».

Цель исследования – определить специфику публикуемого контента YouTube-каналов популярных мировых телекомпаний, принимаемые меры продвижения со стороны как самих телеканалов, так и самой площадки, а также способы монетизации выложенного в открытый доступ продукта.

Для достижения установленных целей необходимо решение следующих **задач**, выявленных логикой проведения исследования:

- раскрыть природу видеохостинга YouTube как социальной сети – рассмотреть и проанализировать историю площадки, его методы продвижения и монетизации контента, а также механизмы по работе с загружаемыми видео и их модерацией;

- проанализировать специфику крупнейших новостных YouTube-каналов России и Великобритании, принадлежащих крупнейшим новостным СМИ соответствующих стран;

- определить факторы, положительно и негативно влияющие на продвижение и монетизацию YouTube-каналов новостных СМИ;

- сформулировать принципы успешного ведения новостного канала на площадке YouTube и в соответствии с этими принципами обосновать успешность или не успешность политики ведения каналов выбранных СМИ.

Временные рамки рассматриваемых для исследования материалов ограничиваются промежутком с января 2015 года по май 2020 года.

Временной промежуток обуславливается переходом в январе 2015 года на HTML5-плеер, который позволил вести более углубленную статистическую работу сервиса и с введением которого стала осуществляться рекламная политика, действующая и на момент написания дипломной работы (май 2020 года).

В рамках исследования использовалась общедоступная статистика видеохостинга Youtube. В частности - статистика, предоставляемая самой площадкой Youtube в разделе «О канале» и специализированный сервис «Youtube analytics». Помимо инструментов, предоставляемых самим видеохостингом, для проведения исследования использовались сторонние сервисы «Popsters» и «VidIQ».

СМИ для анализа были выбраны на основании исследования² организации WhatStat, которая в 2020 году назвала 100 самых популярных русскоязычных каналов и 100 англоязычных. Согласно ему, на январь 2020 года «BBC News» являлся самым популярным Youtube каналом среди всех каналов, принадлежащих телекомпаниям. «Россия 24», в свою очередь, находится на третьей строчке среди Youtube каналов русскоязычных телекомпаний. Выше него в рейтинге «НТВ» и «СТС», которые публикуют в основном сериалы собственного производства и развлекательные программы. В рамках исследования больший интерес представляли в первую очередь новостные каналы и новостной контент.

Для исследования заявленной темы в ВКР необходимо было ознакомиться с трудами, посвященными современной точке зрения на интернет и интернет-журналистику в целом и Youtube в частности.

А. А. Калмыков и Л. А. Коханова дают базовые понятия интернет-журналистики и определяют ее место в системе массовых коммуникаций³. Вопросы ведения предпринимательской деятельности в сфере электронных

² WhatStat, / ТОП-100 Youtube-каналов:
<https://whatstat.ru/channels/top100> (дата обращения 01.05.2020)

³ Калмыков А. А., Коханова Л. А. Интернет-журналистика, Медиа-образование, 2005

СМИ рассмотрел А. Луцкер в своей работе, посвященной «новым медиа»⁴. Теоретические и практические основы производства и публикации видеоконтента рассмотрел К. Э. Разлогов⁵. А. О. Алексеева и М. М. Лукина в своих исследованиях интернет-СМИ выделяют их в обособленный медийный сегмент со своими законами и порядками в теоретическом и практическом плане⁶. Ю Ченг, К. Дейл и Ц. Лю рассмотрели YouTube как наиболее успешный сервис со всеми признаками социальной сети в сфере средств массовой коммуникации⁷. Отдельно отмечают вклад в создание и продвижение нового поколения видеоконтента. Еще одной важной особенностью площадки авторы называют возможность легкого распространения видео между пользователями. Г. Чатзопоулу, Ч. Ченг и М. Фалотсос – рассматривают YouTube исключительно в качестве инструмента маркетинга для продвижения в массы личности, услуг, идеи или продуктов⁸. В работе приводится глубокий анализ основных свойств популярности видео на YouTube. В процессе исследования была собрана и изучена одна из самых больших баз видео YouTube – 37 миллионов записей, что составляло на момент проведения исследования 25 процентов всех видеофайлов сервиса. Г. Жабо и Б. А. Губерман в своей работе представили математический метод для предсказания популярности продвигаемой единицы (видео, канал или продукт), но лишь на долгосрочную перспективу с учетом соблюдения множества факторов⁹. Ф. Фигуейредо, Ф. Беневенуто и Ю. Альмейда рассматривают рост популярности нового поколения видеоконтента и площадки Youtube в частности (как самой популярной площадки) как закономерное развитие информационного общества¹⁰. Л. Шифман исследует

⁴ Луцкер А. Авторское право в цифровых технологиях и СМИ, КУДИЦ– Образ, 2005

⁵ Разлогов К. Э. Искусство экрана. От синемаатографа до Интернета., Российская политическая энцикл., 2010

⁶ Алексеева А. О. Интернет-СМИ. Теория и практика; под ред. М. М. Лукиной, Аспект Пресс, 2010

⁷ Cheng X., Dale C., Jiangchuan L. Statistics and Social Network of YouTube Videos, Quality of Service, 2008

⁸ Chatzopoulou G., Sheng C., Faloutsos M. A First Step Towards Understanding Popularity in YouTube, INFOCOM IEEE Conference on Computer Communications Workshops, 2010

⁹ Szabo G., Huberman B. A. Predicting the popularity of online content, Communications of the ACM., 2010

¹⁰ Figueiredo F., Benevenuto F., Almeida J. M. The tube over time: characterizing popularity growth of youtube videos, WSDM '11, 2011

вопрос популярности «меметических видео»¹¹ – популярных клипов, которые имеют большие просмотры и цитируемость, соответственно генерируют огромное количество взаимодействий между пользователями путем порождения второстепенных творческих производных, основываясь на изначальных видео

Вопросами интернет-СМИ, социальных сетей и нового видеоконтента занимались такие отечественные ученые, как А. О. Алексеева, Ю. М. Баранова, Л. А. Битков, Л. А. Браславец, Ю. В. Будовская, А. А. Градюшко, Е. Г. Ефимов, И. И. Засурский, И. В. Зиновьев, Р. В. Каптюхин, К. А. Карякина, А. С. Крапивенский, Е. В. Крылова, Е. И. Морозова, Е. В. Олешко, М. М. Панюшева, А. В. Пустовалов, А. А. Селютин, М. Е. Соколова, В. Н. Степанов, П. Н. Тарасенко, Л. В. Ухова и другие.

Также в рамках исследования использовались источники на иностранном языке (английском). Переводы выполнены самостоятельно автором.

Новизна проделанного исследования состоит в разработке дефиниций и критериев продвижения и монетизации новостных YouTube каналов, а также методов вычисления этих критериев. Проведение исследования стало возможным благодаря предоставляемой в открытом доступе всей собранной статистики компанией Google по сервису Youtube. Сама статистика стала свободно распространяться лишь в 2016 году и на сегодняшний день мы имеем ряд сервисов, которые систематизируют и более углубленно работают с собранными данными, нежели официальный сервис «Youtube analytics».

Сегодня мы можем наблюдать процесс осваивания нового медийного интернет пространства крупными телекомпаниями. Помимо экономической выгоды, медиакорпорации стремятся перехватить естественный отток телеаудитории и сохранить репутацию в глазах стремительно развивающегося информационного общества.

¹¹ Shifman L., An anatomy of a YouTube meme, *New Media & Society*, 2012

Именно новые сервисы (такие как «Popsters» и «VidIQ») с помощью полученной статистики позволили оценить степень успешности рассматриваемых Youtube каналов и публикуемого ими видеоконтента, а также выявить специфику содержательных доминант качественного информационного видео.

В проделанной исследовательской работе впервые в научный оборот вводится методика определения особенностей работы канала, способы сбора статистических сведений, методы интерпретации полученных данных в связи с задачами исследования вводятся в научный оборот впервые.

Теоретико-методологической базой исследования послужили теории социальных медиа, глобализации и глокализации, информационного пространства, социальных сетей и теории «шести рукопожатий», позволяющие понять предмет исследования и описать его в понятных научных терминах.

Для получения результатов исследования использовались экспериментальные в сфере медиакommunikаций методы – метод сравнения и обработки статистических данных по принципам Big Data, а также анализ и синтез полученных данных.

Выбранные YouTube каналы («Россия 24» и «BBC News») сравниваются в рамках общедоступной и полученной статистики. Практическое значение состоит в том, что автор рассчитал показатели и их значение для успешного продвижения и монетизации собственного контента мировыми телеканалами. Эти показатели могут использоваться для понимания успешности работы любого YouTube-канала новостного СМИ.

Материалы проведенного исследования могут быть внедрены в практику работы действующих редакций, занятых производством и поставкой видеоконтента в социальных медиа и на других платформах. В то же время предлагаемые материалы могут использоваться в рамках вузовских курсов изучения новейших социальных медиа и особенностей современного информационного пространства.

Автор сознательно ограничивает область исследуемого контента новостными YouTube-каналами двух ведущих информационных ресурсов всего мира (BBC News) и России (Россия 24), так как представленные каналы отражают состояние в сфере соответственно англоязычного и русскоязычного сегмента Youtube.

Апробация исследования, его ключевых положений была проведена на международной научной конференции («Горизонты цивилизации: Пятые аркаимские чтения», 2014), отраслевых конференциях («Гиперлокальные медиа», 2016; «Системы искусственного интеллекта 2020» (которая прошла дистанционно), 2020), внутривузовских научных форумах («Интернет и современное общество», 2017, 2018).

Работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы и приложения. Текст ВКР без приложений занимает 68 страниц.

ГЛАВА 1. СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА В СОВРЕМЕННОМ ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ

1.1. Теоретические основы социальных медиа

Социальные меди, согласно определению Егора Лавренчука¹² - вид массовой коммуникации, осуществляемый посредством интернета. Термин "медиа" внедрен в русский язык как калька английского слова «media» и с 1960х годов употребляется как средства массовой коммуникации.

Социальные формы коммуникации, использующие интернет в качестве поля действия и применения, представляют собой новый (в историческом контексте) вид коммуникации создателей сообщений (контента) с конечным потребителем, который, в отличие от более традиционных форм массовой коммуникации, сам вовлечен в производство этого самого контента и имеет прямую возможность взаимодействовать напрямую с производителем информационной единицы. Каждый подписчик\читатель блога может оставлять публичные или адресные комментарии к произведениям автора, выставлять свою оценку деятельности или составить жалобу на контент, который он считает неуместным на той или иной площадке. Кроме того, в современном инфополе, сама оценка деятельности в виде публичного комментария уже сама может являться информационной единицей и, в свою очередь, также может быть подвергнута оценке, комментарию, цитированию. Любой посетитель сервиса социальных медиа может выступать в качестве комментатора критика, репортера, фотокорреспондента и, в какой-то степени, модератора данного сервиса.

Появление и существование социальных медиа стало возможным исключительно благодаря доступной быстро развивающейся совокупности технологий коммуникации, которые позволили людям из любой точки планеты выстраивать социальный контакт посредством. Самой

¹² Лавренчук Е., Социальные сети как медиа-площадки, Центр изучения интернета и общества, 2014

распространенной формой этого контакта, как и в большинстве иных социальных сфер, является общение. Общение межличностное и публичное может принимать самые различные формы: пользователи интернета могут обмениваться мнениями, опытом, знаниями, новостями, видеоматериалами, фотографиями, музыкой и ссылками на те или иные сайты, а также выстраивать деловые связи для извлечения материальной выгоды из этого обмена.

Андреас Каплан и Майкл Хаенляйн¹³ определяют социальные медиа (средства коммуникации) как "группу интернет-приложений на той или иной идеологической и технологической базе Web 2.0, которые позволяют участникам социальных сетей создавать информационные единицы (контент) и обмениваться им. Согласно этим же авторам, отличие традиционных СМК от социальных медиа в том, что традиционные опираются на собственный авторитет и потребители их контентна тоже при выборе СМК апеллировали в первую очередь на авторитет, социальные же средства коммуникации апеллируют к чувству принадлежности к определенному сообществу. Данное определение немного расходится с темой проводимого исследования так как рассматриваемые телекомпании пришли на площадку социального медиа (Youtube) с уже сложившимся авторитетом и пользователи, выбирая какой контент потребить на этот раз, несомненно, будут опираться на этот самый авторитет.

В действительности, проблема отличия традиционных массовых коммуникаций от ее молодых видов гораздо сложнее, поскольку с приходом эры интернета поменялась базовая структура распространения информации. Поскольку распространять информацию сегодня не стоит буквально ничего и яркое тому доказательство – социальные сети, в которых каждый пользователь является одновременно как создателем условных информационных единиц,

¹³ Каплан А., Хаенляйн М., Если вы любите что-то, отпустить ее мобильный телефон: Мобильный маркетинг и мобильный 4x4 социальные медиа, Journal of Marketing Research & Case Studies, 2012

так и потребителем, в то время как в традиционных системах СМК доступ к созданию и распространению массового контента есть далеко не у каждого. Так, например, согласно Майку Мёрфи¹⁴, "Консервативные рекламные агентства, пытающиеся вести агрессивные рекламные кампании на социальных порталах, просто не понимают, с чем имеют дело: пользователи крайне негативно настроены по отношению к такому присутствию"

Прогрессивные рекламные агентства сами создают методы работы с новой аудиторией в интернете, создают приемы и способы подачи рекламы. Новые условия существования интернет общества диктуют новые условия для компаний, извлекающих прибыль из оборота информации, которые были бы неприменимы в традиционных СМК.

Весь массив социальных медиа можно условно разделить на следующие категории:

- Социальные сети: Одноклассники.ru, MySpace, ВКонтакте, Мой Мир, LinkedIn, Facebook.
- Микроблоги: Twitter, Jaiku, Qaiku, Google Buzz, Yammer.
- Блоги: Blogger, LiveInternet, LiveJournal, Diary.
- Мессенджеры: WhatsApp, Telegram, Viber.
- Агрегатор отзывов: Otzyv.ru, Яндекс.Маркет, Irecommend.ru.
- Сайты знакомств: Tinder, LovePlanet.ru, Badoo.
- Социальные новостные сервисы, в которых пользователи сами загружают новости и обсуждают их: NowPublic, Reddit, Digg, Newsvine.
- Фотохостинг: Photobucket, Picasa, Flickr, SmugMug.
- Видеохостинг: YouTube, Vimeo, Viddler, Smotri.com.
- Музыкальные хостинги: Soundcloud, The Hype Machine, Last.fm.
- Онлайн-игры и форумы этих игр (Lively, World of Warcraft)

¹⁴ Murphy B.M., The International Politics of New Information Technology by Brian Michael Murphy, Smith Publicity, 2012

Какими бы разными не были сервисы социальных медиа, всех их отличают следующие критерии: доступность информации, отсутствие географических ограничений (за исключением случаев, когда тот или иной домен запрещен на территории страны). Категории условны в связи с тем, что элементы некоторых категорий находятся также и в сервисах, которые относятся к иным категориям (фото, видео, музыка в VK, отдельный мессенджер у Facebook, функции социальной сети в Youtube, система отзывов также имеется практически в каждом сервисе)

Одним из важнейших критериев успешности любого сервиса в интернете является аудитория. По правилам подсчета, применяемой к традиционным СМК, конечная аудитория складывается из первичной (число пользователей, ознакомившихся с сообщением непосредственно в источнике) и расширенной (число пользователей, получивших сообщение от первичных пользователей, которые уже ознакомились с информацией и делятся ей).

Данная практика не всегда применима в сфере социальных медиа, так как объективно оценить масштаб расширенной аудитории в условиях огромного информационного потока и открытости интернет пространства практически невозможно. Большинство сервисов для подсчета аудитории вводят принцип охвата, в который входят как число пользователей, ознакомившихся с сообщением, лайкнувших, оставивших комментарии, поделившихся по средствам репоста, а также число пользователей, дочитавших или просмотревших сообщение до конца и количество переходов по ссылке рекламодателя (рекламный баннер или прямая ссылка в публикации).

Сегодняшнему рекламодателю интересно как абсолютное число аудитории сервиса, так и число активных пользователей. Сегодня каждая достаточно крупная площадка обладает механизмами подсчета аудитории, кроме того, существует множество сторонних сервисов, которые предоставляют сайтам углубленную статистику посещаемости и активности пользователей.

На сегодняшний день мы пришли к тому, что социальные медиа распространились на все сферы общественной жизни, в том числе и далеко за пределами Интернета. Политические партии развитых стран имеют свои публичные страницы в социальных сетях, для представителей бизнеса практически жизненно необходимо присутствие в современной медиасфере, а любой товар или услуга независимо от воли производителя будет обсуждаться на «сайтах-отзывниках» и даже такой консервативный институт как религия не остался в стороне (большинство митрополий РПЦ имеют свои официальные странички во ВКонтакте). В связи с этим, не удивительно, что представители традиционных СМИ в погоне за аудиторией, которая стремительно переходит в социальные медиа, либо начинают дублировать свой контент на соответствующих площадках, либо вовсе, начинают создавать информационные единицы для конкретной интернет площадки.

1.2. Видеоконтент в Интернете: типы и специфика

Согласно исследованию компании GfK¹⁵, в 2019 году пользователи ежедневно тратили по 50 миллионов часов за просмотром видео на сайте YouTube и 100 миллионов часов за видео в Facebook. А по прогнозам того же GfK, к началу 20х годов видеоматериалы будут занимать до 80% мирового интернет трафика.

По определению И. Эрбланг-Ротару, Э. Фрэсс и А. Мишлен¹⁶, видеоконтент это совокупность всех видеоматериалов (фильмов, роликов, мультипликационных и прочих объектов визуализации), размещенных на интернет-ресурсе.

На сегодняшний день, видео в интернете давно уже перестало представлять исключительно сферу развлечений. Видео контент все чаще

¹⁵ Growth from Knowledge, / Why mobile is the new web:
<https://www.gfk.com/blog/2015/09/why-mobile-is-the-new-web> (дата обращения 29.04.2020)

¹⁶ Эрбланг-Ротару И., Фрэсс Э., Мишлен А., Всё о... Business is digital Now! Лови момент!, Editions KAWA, 2014

используется в маркетинговых целях для продвижения сайтов, товаров, услуг и прочих сфер бизнеса.

Глобальная разница нового интернет-контента от его предшественников в том, что раньше производить публичный контент и распространять его имели право владельцы больших капиталов, теле и кинокомпаний. Сегодня же, благодаря техническому прогрессу и доступности средств видеосъемки каждый человек, имеющий доступ к глобальной сети интернет может выложить видеоролик абсолютно любого содержания на всеобщее обозрение.

Эксперты в области медиакоммуникаций выделяют следующие преимущества видео контента перед другими типами контента, которые и обуславливают его преимущество:

В восприятии видео задействуется слух и зрение, что вызывает больший интерес у смотрящего, концентрирует внимание и способствует лучшему запоминанию.

Видеообращения в отличии от текстовых или радио позволяют передавать эмоции, которые позволяют лучше установить контакт с получателем сообщения, расположить к себе, создают иллюзию личного общения и в целом воздействуют на чувства человека.

Видео имеет несомненное преимущество в сфере рекламы, так как с помощью визуального ряда, цветопередачи и звука позволяет показать все достоинства товара или услуги, и, следовательно, лучшим образом убедить потенциального клиента.

В образовательных целях видеоматериалы, в отличии от текстовых, предоставляют более наглядный материал, что способствует лучшей усвояемости учебного материала.

Для съемок видеоматериала сегодня достаточно простого смартфона, и для просмотра достаточно все того же смартфона с выходом в интернет.

Вирусность видеоконтента в разы больше любого другого типа контента. По статистике, пользователи соцсетей чаще обмениваются видеороликами,

чем аудиоматериалами, текстовыми постами и даже фото (речь идет о пересылках публикаций).

В целом, растущая популярность видеоконтента соответствует тенденциям развития информационного общества. Пользователи интернета читают все меньше и все чаще отдают предпочтение просмотру коротких видео зачастую даже без содержания.

Из минусов можно выделить большие финансовые вложения, сложность качественной съемки, монтажа, и, возможно самый важный фактор, растущая планка качества видеоконтента у интернет-аудитории. Помимо необходимости в профессиональных навыках, для производства видеоматериала необходимо оборудование (камера, объектив, штатив или стабилизатор, микрофон, микшер, внешний монитор, хороший компьютер или ноутбук, лицензионное программное обеспечение освещение и многое другое). Конечно, можно обойтись и меньшим и снять вирусный ролик используя лишь камеру смартфона. Но это лишь единичные случаи и если автор преследует цель регулярного извлечения прибыли из своей деятельности, то чтобы удержать аудиторию необходимо вкладывать больше усилий и, если требуется, материальных средств.

В связи с растущими потребностями аудитории, даже используя для съемок обычный смартфон необходимо уметь выставлять настройки, свет, бэкграунд, а также владеть монтажом видео. В зависимости от целей, которые преследует автор при создании и публикации своей работы, необходимо иметь сценарий, в идеале раскадровки, приглашать профессионалов и экспертов. Все эти факторы требуют тщательной подготовки и вложения немалых усилий. Пусть сегодня каждому доступно снять и выложить видео, извлечь из этого репутационную или материальную выгоду далеко не просто и общедоступно и все еще требует вложений.

Ни для кого не секрет, что в мире свободного рынка, в котором мы живем, любая сфера деятельности должна вписываться в систему денежных отношений. И любая деятельность может и должна приносить прибыль. Так и

видео контент в интернете, получив значительное внимание со стороны общественности начал монетизироваться.

В своей книге, Андреас Треске¹⁷ пишет: «Вопрос «Что такое видео?» сегодня не имеет значения. На него можно ответить с технической точки зрения и технологические разработки давно уже кажутся прозрачными. С другой точки зрения, более предпочтительной, видео стало широко распространенным способом художественного самовыражения и в последствии товаром». И с этим утверждением сложно не согласиться. Большинство людей на планете имеет телевизор или любое другое устройство с экраном, так что да, технологическое устройство видео прозрачно для большинства зрителей.

Но вторую часть утверждения можно подвергнуть сомнению. Треске устанавливает жесткие рамки, выстраивая прямую связь между средством самовыражения (что, по его мнению, первично) и товаром (что соответственно является обязательным продолжением этого самого самовыражения). И самый банальный пример – видеореклама, которая окружает нас в повседневности. У любой рекламы есть техническое задание от покупателя, иногда концепция или наброски сценария. Исполнитель же этого задания в первую очередь ставит цель заработать деньги (несомненно есть исключения, но они крайне редки). И исходя из цели, автор (или группа лиц причастная к съемке) будущего видеоролика уже сам решает в какой мере раскрыть свой талант и сделать ли свою работу качественно. Выходит, что самовыражение, которое Андреас Треске ставит во главу производства видео, на самом деле не всегда является даже побуждающим стимулом этого самого производства. Для людей, получающих прибыль в видеосфере, это просто на просто работа, или, если выразаться точнее, ремесло.

Утверждение Треске, возможно, можно было применить к медиасфере нулевых – началу десятых годов, пока в интернет не пришли крупные

¹⁷ Treske A., Video Theory: Online Video Aesthetics Or the Afterlife of Video, Cultural and Media Studies, 2015

инвестиции и рекламодатели, когда Youtube еще не имел собственной партнерской программы. Видеохостинги тогда имели абсолютно иной вид и наполнялись действительно простыми людьми, которые искали способ самовыражения. На сегодняшний день мы имеем несколько иную картину¹⁸.

Согласно исследованию компании «Renderforest», в 2019 году 81% просмотров на площадке Youtube приходился на видео содержащие или являющиеся рекламой. 39% из них это прямая реклама товара или услуги, а также репутационная реклама. Оставшиеся 42% просмотров на видео с подключенной партнерской программой Youtube.

Революция цифрового видео, о котором говорит Андреас Треске, уже случилась. И если в 2015 году, когда публиковалась его книга, рынок видеоконтента в интернете еще не был сформирован полноценно, то через 5 лет мы имеем вполне сформированную здоровую систему.

На сегодняшний день, на рынке видеохостингов Youtube, а вместе с ним и Google, является практически монополистом. Если Youtube занимает первую строчку в рейтинге самых популярных сайтов¹⁹ (за исключением поисковых систем) за 2018 год, то его ближайший конкурент Vimeo лишь одиннадцатую (его опережает даже сайт «для взрослых» xnxx, который тоже можно классифицировать как видеохостинг). Поэтому Youtube диктует правила всей отрасли. Из самых важных правил можно выделить безоговорочное соблюдение авторского права (алгоритмы площадки в автоматическом порядке банят видео, в котором использовалась лицензированная музыка или чужие видео), за нецензурную лексику на видео вводится возрастное ограничение и уменьшается коэффициент монетизации. Сайт Youtub'a принадлежит компании Google, головной офис которой располагается в США, из-за чего Youtube подчиняется законодательству США и штата Калифорния. В связи с чем на сайте запрещены публикации порнографического содержания

¹⁸ См. приложение 1

¹⁹ SDVV, / ТОП-30 самых популярных сайтов в интернете:

<https://sdvv.ru/articles/elektronnaya-kommertsiya/top-30> (дата обращения 29.04.2020)

(но при этом разрешены в научных или образовательных целях), экстремистского характера, а также любые материалы, которые могут быть расценены как угнетение меньшинств, женщин и тому подобное.

Современное онлайн видео давно вышло за рамки телевизионных технологий и практик. У него нет границ и языковых барьеров. Видео, снятое в любой точке мира, может быть просмотрено абсолютно любым человеком в любой стране (даже в Китае, где Youtube официально запрещен). Даже если ролик был снят на другом языке, система автоматически встроит в него субтитры на твоём языке (пусть распознавание и машинный перевод сегодня ещё не совершенны, суть всегда можно уловить). Кроме того, сервис вместе с видео покажет тебе рекламу, основываясь на твоём регионе проживания, а автору ролика на другом конце планеты выплатит долю за просмотренную рекламу по партнерской программе.

Видео в современной медиасфере несомненно играют немалую роль в глобализации и мультикультуризации. Пользователь интернета, заходя на Youtube или любой другой видеохостинг, более не имеет ограничений в виде географического местонахождения, языковых или культурных барьеров. Пользователь смотрит то, что ему нравится и лента предложенных материалов будет складываться из личных предпочтений пользователя. Если в системе исторического предшественника современных видеохостингов телевидения малая группа людей решала за остальных что им интересно, на каком языке и в какой форме, то в системе информационного общества сам человек выбирает из океана видеоконтента то, что ему нравится больше всего. Поэтому люди все больше предпочитают интернет телевидению²⁰.

В самих онлайн видео нет ничего нового. С зарождения интернета существовали домены, на которых располагались видеоматериалы. Но для того, чтобы их посмотреть, требовалось сначала скачать файл, что, с учетом скорости передачи данных в девяностых и начале нулевых, занимало гораздо

²⁰ См. приложение 2

больше времени чем просмотр. Также сложно было найти конкретное видео из-за несовершенства систем и алгоритмов поисковых систем того времени. Youtube и Vimeo стали первыми, кто сделал поиск и просмотр видео простым и доступным.

И так сложилось, что эти же сервисы (Youtube и Vimeo) сделали видеоконтент в интернете инструментом маркетинга. Закономерно то, что, если на той или иной площадке (пускай даже и в интернете, который до сих пор остается не до конца изученным феноменом в разных сферах) собирается большая аудитория, это привлекает большие капиталы. По отчетам компании Google, Youtube за 2019 год заработал 15 миллиардов долларов²¹ чистой прибыли. Это намного больше, чем заработала любая телекомпания в мире. Для сравнения, BBC со всех источников имела 5 миллиардов долларов в год²² (последний опубликованный отчет был за 2019 год), The Walt Disney Company, крупнейший медиаконгломерат в мире с штатом сотрудников в 201 тысячу человек в 2019 году заработал 11 миллиардов долларов чистой прибыли²³, а «ВГТРК» и вовсе имел в 2019 году убыток в примерно 300 миллионов долларов.

Как мы уже убедились, маркетинговая составляющая в современной видеосфере играет немалую роль. Каждый, кто снимает видео и получает с этого прибыль играет по правилам рынка и так или иначе, даже не подозревая это, включает в свою работу маркетинговые элементы если не для прямой покупки или продажи рекламы, то точно для поддержания имиджа (так называемая имеджевая или репутационная реклама) и удержания аудитории,

²¹ The Verge, / YouTube is a \$15 billion-a-year business, Google reveals for the first time:
<https://www.theverge.com/2020/2/3/21121207/youtube-google-alphabet-earnings-revenue-first-time-reveal-q4-2019>
(дата обращения 15.05.2020)

²² BBC, / BBC Full Financial Statements 2018/19:
<http://downloads.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/reports/pdf/BBC-FS-2019.pdf> (дата обращения 15.05.2020)

²³ Statista, / Net income of the Walt Disney Company in the fiscal years 2006 to 2019:
<https://www.statista.com/statistics/273556/net-income-of-the-walt-disney-company/#:~:text=Disney%27s%20net%20income%20in%202019,of%2069.57%20billion%20U.S.%20dollars.>
(дата обращения 15.05.2020)

которая и приносит прибыль. Маркетолог Kendal Walters²⁴ выделяет следующую классификацию рекламного видеоконтента в интернете:

Приветствие (заставка). Ролик или элемент ролика, расположенный на заглавной странице сайта или канала на видеохостинге. Вызывает расположение пользователь или посетителя. Относится к имиджевой рекламе.

Обзор. Прямой рекламный обзор товара или услуги, который дает общее представление с характеристикой рекламируемого объекта.

Видео с отзывами (комментариями) клиентов (подписчиков). Имиджевая реклама, создает иллюзию диалога, устанавливает доверительные отношения.

- Тизер. Короткое сообщение рекламного характера, содержащие только часть информации о продукте, услуге или видеоролике. Цель такого видео – заинтриговать клиента или подписчика, вызвать интерес или побудить к действию (например, перейти по ссылке).

- Интервью. Любое интервью это имиджевая реклама для гостя. Может быть как позитивной, так и негативной.

- Интерактив. Проводится в виде любой формы общения. В формате видеохостингов чаще всего осуществляется через взаимодействие с комментариями. Повышает лояльность аудитории, вовлечение аудитории в «активное» состояние. Имиджевая реклама

- Демонстрационный ролик. Прямая реклама. Один из наиболее убедительных способов показать достоинства продукта или услуги. Достаточно поверхностное, но эмоциональное, служит для привлечения внимания.

- Вебинар или онлайн трансляция. Имиджевая реклама. Создается эффект присутствия, работа с лояльностью аудитории.

- Приглашения. Прямая реклама. Ролики, призывающие пользователя посетить организованные мероприятия, сходки подписчиков, вебинары, рекламные акции.

²⁴ Walters K., What Every Business Must Have to Succeed, Smith Publicity, 2019

- Прямые трансляции рабочих процессов. Имиджевая реклама. Зачастую осуществляется при помощи функций «сторис». Повышает лояльность аудитории.

На сегодняшний день, продвижение бизнеса, личности или идеи с помощью видеоконтента в интернете – одно из самых перспективных направлений маркетинга, которое уже доказало свою эффективность. Специфика открытости интернета позволяет вести деятельность, не имея больших финансовых вложений. В этом плане, любому специалисту в сфере медиа сегодня необходимо уметь обращаться с видеоконтентом в целом и площадкой Youtube в частности.

1.3 Социальная составляющая Youtube как СМК

Согласно статистике компании «Oberlo»²⁵ за 2019 год, сайтом Youtube.com пользуются 1,9 миллиардов человек. Это второй показатель в мире. Опережает Youtube по числу пользователей только Facebook. Но эта статистика не до конца верна, так как подсчет пользователей велся по количеству активных пользователей.

Активным пользователем сайте Google (владелец Youtube) считает зарегистрированные аккаунты в почтовой системе Gmail, которые заходили на сайт как минимум раз в месяц. А как известно, Youtube является открытой площадкой и доступ к его библиотеке видеоматериалов имеется у каждого незарегистрированного пользователя. Это означает, что несомненно существует пласт людей, заходящих на Youtube, но не зарегистрированных в почтовой системе Gmail.

Кроме того, под одним пользователем, как воспринимает его Oberlo и Google, может пониматься группа реальных людей. Самый просто пример – семейный аккаунт. Представим обычную семью, в которой лишь один человек

²⁵Oberlo, / General Youtube statistics in infographic:
<https://www.oberlo.co.za/blog/maintag/video-marketing/feed> (дата обращения 03.05.2020)

пользуется почтовым ящиком Gmail. Автоматически его аккаунт будет подключен во всех устройствах, если тип сети Wifi, которой пользуются дома будет выставлен как «домашний». Это значит, что со всех устройств (персональные компьютеры, смартфоны, планшеты и так далее) будет автоматически осуществлен вход в один аккаунт Gmail и соответственно Youtube. И если каждый член семьи будет просматривать видео на видеохостинге, то для системы и при подсчете статистики все члены семьи будут учитываться как один пользователь.

С другой стороны, ни для кого не секрет, что у одного человека может быть несколько почтовых аккаунтов Gmail (например, рабочий и личный) и с каждого может быть осуществлен регулярный вход на сайт Youtube (например, в рабочих и личных целях). К тому же, в медиасфере существует целая индустрия накрутки просмотров и подписчиков, которая осуществляется при помощи ботов. Принцип работы таких «сервисов накрутки» примерно одинаковый. Одним человеком или группой людей создается множество аккаунтов, которые в дальнейшем будут управляться автоматически без вмешательства человека. Эти «фейковые» аккаунты по указанию своего владельца начинают просматривать видео заказчика, оставлять комментарии, лайкать или дизлайкать публикацию (в зависимости от заказа). Поскольку масштабы заказов, согласно расследованию издания «The New York Times»²⁶, составляют от одной тысячи до нескольких миллионов активных действий (просмотры, лайки, комментарии), которые должны производиться с одного аккаунта, можно сделать вывод, что только у одного сервиса в запасе могут находиться миллионы активных аккаунтов Gmail (которые заходят на сайт минимум раз в месяц), которые учитываются в общей статистике активности пользователей.

²⁶ The New York Times, / The Flourishing Business of Fake YouTube Views: <https://www.nytimes.com/interactive/2018/08/11/technology/youtube-fake-view-sellers.html> (дата обращения 05.05.2020)

Из всего вышесказанного можно сделать вывод о том, что официальные данные площадки о количестве пользователей, исходя из данных об активных аккаунтах, не точны. Более точные сведения, как показывает практика, можно получить из данных по регистрации IP-адресов, которые регистрирует каждый домен. И, скорее всего, Youtube и Google этими данными обладают и, возможно, в корпоративных целях пользуются именно ими. Проблема в том, что сервера, как и головной офис компании находятся в США, штате Калифорния и, соответственно, подчиняются местным законам штата и федеральным законам Соединенных Штатов. А согласно закону «PROTECT IP Act» от 2011 года, IP-адреса пользователей относятся к категории персональных данных. К тому же, юридически, проведение статистических исследований осуществляется в отдельном порядке от сбора, обработки и хранения данных и, опять же, юридически, для проведения этого исследования необходимо передать данные в третьи руки, пускай по факту это даже будут те же физические лица, осуществляющие сбор, обработку и хранение этих же данных. Выходит, что для проведения исследования необходима передача персональных данных третьим лицам, что, согласно федеральному закону США, запрещено без согласия пользователя. Выходит, что для публикации точных статистических данных необходимо собрать согласие на передачу персональных данных третьим лицам всех без исключения пользователей сайта, что, учитывая масштаб аудитории, не представляется возможным. В такой же ситуации находится и Facebook (единственный сайт, обходящий Youtube по количеству пользователей), который публикует информацию об аудитории исходя из данных по зарегистрированным аккаунтам.

Еще одним интересным пунктом исследования компании «Oberlo» является сведения о том, что 79% пользователей интернета зарегистрированы в Gmail и пользуются Youtube. Тоже спорный пункт по причинам, связанным с методом сбора информации и тем, что Youtube банально запрещен в ряде стран, в том числе и в Китае. Вопреки расхожим мнениям, в Китае довольно высокий уровень диджитализации населения. Доступ в интернет практически

жизненно необходим каждому из более чем миллиарду жителей поднебесной. Связано это с повсеместной безналичной оплатой, введения социального рейтинга и прочих факторов. Так вот у этого миллиарда пользователей интернета есть «Youku», видеохостинг, созданный чтобы занять место запрещенного Youtube.

Согласно последней общедоступной статистике за 2019 год²⁷, объем прямых трансляций на Youku составлял 13 миллиардов минут в день, в то время как на Youtube в то время выходило лишь 3 миллиарда минут в день. Согласно той же статистике, аудитория Youku составляла 400 миллионов человек, что, естественно, существенно меньше аудитории Youtub'a. Но суть в том, что это две практически не пересекающиеся аудитории. Контент на Youku в основном на китайском языке (из крупных секций можно выделить еще индийскую группу). И западному человеку нет необходимости заходить на этот сайт. Более того, многие даже и не подозревают о существовании Youku. Равно как и наоборот, жителю КНР нет особой нужды посещать Youtube, создавать аккаунт в системе Gmail, так как эти сервисы банально не будут работать без систем обеспечения перенаправления сетевого сигнала VPN, которые сильно снижают скорость передачи данных и, соответственно, делают менее удобным пользование сервисом. Тем более, если есть качественный аналог с достаточным количеством контента, которого, к тому же, нет на западном прародителе.

Выходит, что официальная статистика (тезисы из исследования Oberlo совпадают с информацией, которая располагается в разделе «About» на сайте Youtube) не до конца точна, но несмотря на это нет поводов ей не доверять. Как и любая крупная компания, Google пристально следит за своей репутацией. И размещение ложной информации повлекло бы за собой серьезные репутационные последствия. Тем более, что Google и Youtube

²⁷ EMarketer, / How China's Bilibili Is Capitalizing on Vlogging and Other Emerging Video Trends in the Country: <https://www.emarketer.com/content/how-china-s-bilibili-is-capitalizing-on-vlogging-and-other-emerging-video-trends-in-the-country> (дата обращения 05.05.2020)

лидеры по многим позициям в своих областях, что лишь повышает ответственность.

Имея такую большую аудиторию и инструментарий, Youtube давно уже вышел за рамки площадки для загрузки, хранения и просмотра видео. Сегодня с уверенностью можно назвать Youtube полноценной социальной сетью.

По определению Воронкина²⁸, «Социальная сеть - это социальная структура, состоящая из группы узлов, которыми являются социальные объекты (люди, группы людей, сообщества, организации) и связей между ними (социальных взаимоотношений). В общераспространенном понимании социальная сеть - это сообщество людей, объединенных общими интересами, общим делом или имеющих другие причины для непосредственного общения между собой. В общефилософском подходе под социальной сетью понимают множество социальных объектов и определенное множество отношений между ними.».

Винник в своей работе дает развернутые признаки функционирования социальной сети: «социальная Интернет-сеть существует как веб-сервис, позволяющий пользователям: 1) создавать открытые (публичные) или частично открытые профили пользователей; 2) создавать список пользователей, с которым они состоят в социальной связи; 3) просматривать и «трассировать» свой список связей и аналогичные списки других пользователей в рамках одной системы.».

Теперь давайте рассмотрим предложенные критерии и попробуем наложить их на Youtube.

Создать частично открытые профили пользователей. По этому пункту Youtube несомненно подходит. Профиль на сайте Youtube создается на основе почтового аккаунта Gmail. Сам почтовый ящик можно скрыть в настройках, оставив лишь отображаемое имя или никнейм, который обязательно должен состоять из 2 слов на любом из 80 доступных на площадке языках. Профили на сайте Youtube можно характеризовать как частично открытые. Сервис

²⁸ Воронкин А. С., Социальные сети: эволюция, структура, анализ, г. Луганск, 2014

позволяет скрыть, как и указать любую личную информацию (от настоящего имени и места проживания до просмотренных, выложенных и понравившихся видео).

Создавать список пользователей, с которыми они состоят в социальной связи. Самая очевидная социальная связь на площадке Youtube представляется в виде «канал (аккаунт) – подписчик». Любой владелец аккаунта может подписаться на любой канал, равно как и на его аккаунт может подписаться любой канал. Количество подписчиков на твой аккаунт отображается прямо под названием канала и является неким мериллом общественной важности и крутости в интернет сообществе. Помимо уже упомянутой социальной связи «канал – подписчик», у каждого аккаунта в профиле есть вкладка «Интересные каналы». Ее заполняет сам владелец канала. Отличие от подписок в том, что, подписываясь на канал, никто другой не может видеть не только на что конкретно подписан аккаунт, но и число подписок в целом.

«Интересные каналы», в свою очередь, несут в себе ту же базовую функцию (пользователю во вкладке «Подписки» начинают показывать все новые видео как каналов, на которые подписан пользователь, так и на аккаунты, внесенные в список «Интересные каналы»), но видны остальным пользователям. По второму критерию Винник Youtube также подходит под определение социальной сети.

Просматривать и «трассировать» свой список связей и аналогичные списки других пользователей в рамках одной системы. Под понятием «трассировать» Винник подразумевает «выстраивать». И эту функцию Youtube предоставляет. Вкладка «подписки» на сайте выглядит из двух разделов. В основном выстраиваются все видео каналов, на которые вы подписаны в хронологическом порядке. Редактировать эту вкладку можно только изменив список отображения (плиткой или списком) и скрыв видео пользователя из списка.

Второй раздел представляет из себя список каналов, на которые осуществлены подписки. Редактировать внешний вид этой вкладки нельзя.

Все что позволяет сервис – отказаться от подписки на любой выбранный канал, а также включить или выключить уведомления о новых видео у конкретного канала. Не смотря на небольшие возможности редактирования списка связей, само его наличие уже говорит о наличии функций социальной сети у видеохостинга Youtube.

По мнению Е.Д. Патаркина²⁹ «социальные сети - это платформы, на базе которых участники могут устанавливать отношения друг с другом. Итак, социальная Интернет-сеть - это интерактивный многопользовательский веб-сайт, обладающий рядом обязательных качеств»:

Содержание (контент) сайта создается исключительно или преимущественно его пользователями. В 2019 году пользователи сервиса Youtube загружали 500 часов видео каждую минуту.

Сайт представляет собой автоматизированную среду, в рамках которой пользователи имеют возможность создавать связи с другими пользователями (социальные связи) или социальные объекты (тематические группы). Вручную на сайте Youtube рассматриваются только апелляционные запросы пользователей. Все остальные операции автоматизированы, даже банят каналы в автоматическом порядке по накоплению каналом трёх жалоб от пользователей;

Пользователи имеют возможность получать статическую и динамическую информацию об объектах, существующих в данной социальной среде, о социальных связях между ними. Площадка Youtube имеет сервис статистики каналов «Youtube Analytics»;

Пользователям доступны функции коммуникации с другими пользователями и социальными объектами. На видеохостинге реализована функция коммуникации через комментарии к видео и привязанный почтовый ящик сервиса Gmail.

Среди функций социальной сети следует выделить следующие:

²⁹ Патаркин Е. Д., Социальные сервисы Веб 2.0 в помощь учителю: уч. -метод. пос. -2-е изд, Интуит.ру, 2007

•Коммуникационная. В рамках коммуникационной функции люди в комментариях устанавливают контакты, обмениваются новостями, информацией, кооперируются для достижения совместных целей (сплочение и удержание социальных связей).

•Информационная. Поток информации имеет двухстороннюю направленность, т.к. участники общения выступают попеременно и в роли коммуникатора, и в роли реципиента.

•Социализирующая (саморазвитие, рефлексия в системе социальной связи канал-подписчик).

•Самоактуализирующая (самопрезентация).

•Идентификационная (при создании индивидуального профиля пользователь при желании наполняет его информацией о себе).

•Функция формирования идентичности. Согласно теории Фестингера³⁰ (1954 г.), человек склонен сравнивать себя с теми людьми, с которыми у него есть большее количество схожих черт. В системе канал-подписчик, подписчик выбирает себе набор каналов, которые ему больше всего подходят. Кроме того, согласно теории когнитивного диссонанса, похожие люди положительно оценивают друг друга (в системе Youtube'a – ставить лайки). Это основной механизм, который позволяет человеку четко формулировать свои позиции в отношении других людей и групп.

•Развлекательная. Социальные сети позволяют обмениваться не только текстовыми сообщениями, но и мультимедийными файлами (которые являются основополагающими в социальной сети Youtube), кроме того, следует отметить значение виджетов - мини-программ развлекательного характера, создаваемых сторонними производителями для расширения возможностей пользователя (игра в «Змейку» при нажатии комбинации клавиш и прочие сезонные мероприятия).

³⁰ ПСИ-ФАКТОР, / Теория когнитивного диссонанса Леона Фестингера:
<https://psyfactor.org/lib/festinger-dissonans-2.htm#:~:text=Теория%20когнитивного%20диссонанса%20Леона%20Фестингера,внутреннюю%20последовательность%20ее%20когнитивной%20системы.> (дата обращения 10.05.2020)

1.4. Монетизация контента на площадке YouTube

Монетизация, в общем понимании слова – способ получения материального дохода за создание и размещение контента (в нашем случае видео). Существует 4 источника монетизации: платформа, рекламодатель, другой автор той же площадки и зритель.

Платформа Youtube предоставляет своим пользователям возможность монетизировать свой видеоконтент при помощи «партнерской программы Youtube». Помимо очевидной функции заработка, участник партнерской программы получают доступ к расширенной статистике и анализу активности канала и к «Инструменту поиска совпадений». Инструмент поиска совпадений – сервис, который позволяет находить на Youtube копии видео участника партнерской программы и, в дальнейшем, указать, какие меры принять с каналами, копирующими видео (удалять видео, установить ограничения на публичный просмотр, направить «страйк», по накоплению трех страйков канал удаляется с возможностью обжаловать решение, а также лишить канал монетизации).

Инструмент поиска совпадений работает лишь в отношении оригинального видео. В автоматическом порядке оригинальным считается видео, которое было загружено раньше других. В дальнейшем, любой канал может, в порядке обращения в службу поддержки, доказать оригинальность именно своего ролика. И, тогда, инструментарий воздействия на неоригинальный контент будет доступен доказавшему оригинальность.

Чтобы стать участником партнерской программы Youtube, за пользователем не должно быть зарегистрированных случаев нарушения «правил Youtube в отношении монетизации контента». Правила монетизации контента включают в себя «Правила сообщества»³¹, «Условия пользования

³¹ Youtube, / Правила и безопасность:
<https://www.youtube.com/intl/ru/about/policies/#community-guidelines> (дата обращения 12.05.2020)

Youtube»³², «Требования соблюдения авторского права»³³ (перечисленные правила являются обязательными для всех пользователей, не только подключающихся к партнерской программе, и, создавая аккаунт на Youtube, пользователь подписывает соглашения с этими правилами), а также «правила программы AdSense»³⁴, которая и предоставляет возможность по заработку с рекламы, встроенной в сервис. Правила AdSense включают в себя запрет на использования так называемых методов накруток и прочие автоматизированные системы для искусственного завышения статистики, запрет на стимулирование кликов и показов (запрещено в видео просить пользователей досматривать рекламу до конца и переходить по ссылкам рекламодателя встроенного сервиса показа рекламы), а также кандидат на партнерскую программу Youtube должен выпускать контент на одном из 80 поддерживаемых площадкой языков, а также установить мобильное приложение AdSense для оперативной работы с сервисом и ответам на запросам площадки и рекламодателей.

Помимо соблюдения правил сервиса, от кандидата на партнерскую программу необходимо проживать в стране или регионе, где действует партнерская программа, выпускать контент на языке выбранного региона. Кроме того, на канале кандидата за последние двенадцать месяцев должно быть более 4 тысяч часов просмотра, и не менее тысячи подписчиков, а сам аккаунт должен быть связан с аккаунтом AdSense. Важно отметить, что выплаты партнерам осуществляет именно AdSense и, по его правилам, переводы осуществляются раз в месяц и не менее планки в 100\$ (если канал по партнерской программе зарабатывает меньше 100\$, выплата будет осуществлена в другой месяц, когда суммарная выплата превысит установленную планку).

³² Youtube, / Условия использования Youtube:

<https://www.youtube.com/static?template=terms&gl=RU&hl=ru> (дата обращения 12.05.2020)

³³ Google, / Добросовестное использование Youtube:

https://support.google.com/youtube/answer/9783148?hl=ru&ref_topic=2778546 (дата обращения 12.05.2020)

³⁴ Google, / Правила программы AdSense:

<https://support.google.com/adsense/answer/48182?hl=ru> (дата обращения 12.05.2020)

Сама монетизация видео на Youtube, реализуемая самой площадкой представляет из себя оплату за размещение рекламы, всплываемой во время просмотра видеоконтента на сайте. Однако непосредственно оплата начисляется автору видео не за каждый обычный просмотр рекламы (рекламный ролик длиннее 15 секунд можно пропустить после просмотренных 5 секунд), а за так называемый «коммерческий просмотр». Коммерческим просмотром называют просмотр, в котором была достигнута цель рекламодателя (например, пользователь досмотрел рекламный ролик до конца или перешел по ссылке).

Существуют следующие виды рекламных вставок площадки Youtube: медийные объявления, оверлеи, видеообъявления с возможностью пропуска и без возможности пропуска, объявления-заставки и опросы. В настройках своего канала, в разделе «Монетизация» можно выставить предпочтения на виды рекламы, которые будут чаще показываться пользователям под видео.

Получается, конечный доход владельца Youtube канала опосредованно зависит от количества просмотров под видео. Зависимость именно опосредованная, поскольку при большом количестве просмотров может быть мало коммерческих просмотров (если зрители, просматривающие видео, не будут досматривать рекламные ролики до конца и переходить по ссылкам), к тому же, некоторые сервисы блокировки рекламных объявлений в браузере (работающих по принципам «Adblock») блокируют соответственно и всплывающую рекламу на Youtube, что, в свою очередь, также не засчитывает коммерческий просмотр автору канала. Также может быть и обратная ситуация, если пользователи будут досматривать всю рекламу до конца и выполнять поставленные рекламодателем цели (такой целью может быть прохождение опроса, встроенного в рекламное отделение сервиса Youtube).

Помимо дохода от коммерческих просмотров рекламы, автор канала может получать доход от сервиса «Youtube Premium». Youtube Premium (сервис появился в октябре 2015 года и изначально имел название «Youtube Red», ребрендинг с расширением функционала произошел в июне 2018 года)

представляет из себя подключаемую платную услугу, оплата которой производится по подписке. Пользователи, оформившие Youtube Premium, больше не получают всплывающую в видеороликах рекламу и прероллы (рекламный ролик, больший по длине, чем обычные всплывающие во время просмотра, который обязательно нужно посмотреть для доступа к желаемому видео). Также Premium-подписчики могут сохранять видео и просматривать их в офлайн формате, продолжать просмотр, свернув приложение на смартфоне и, что самое важное, имеют доступ к Premium секции Youtube. В премиум секции публикуются видео контентмейкеров разных направленностей с единственным условием – полной эксклюзивностью контента (публикации на других площадках и в стандартных разделах запрещена). Посмотреть видео, размещенные на Youtube Premium можно только на самом Youtube и оформив подписку.

Доход от подписок распределяется между контентмейкерами согласно процентному соотношению времени, затраченного пользователем за просмотром видео определенного канала за время действия подписки. Проще говоря, если пользователь с Premium подпиской весь месяц будет смотреть один канал, то Youtube переведет владельцу этого канала полную стоимость (с учетом своих вычетов) подписки. Если пользователь будет смотреть 2 канала и, при этом, один из них больше, то владельцы каналов получат стоимость подписки в соотношении времени, затраченного пользователем на тот или иной канал.

Помимо прямой партнерской программы Youtube (AdSense), в ряде англоязычных стран действует многоканальная партнерская программа (MCN). За пределами англоязычного мира также существуют маркетинговые объединения видеоблогеров, но отличие в том, что MCN сотрудничает с Youtube и AdSense напрямую и работают со встроенной в сервис рекламной системой, в то время как во всем остальном неанглоязычном мире рекламщики работают с рекламой, которую блогеры непосредственно встраивают в видео. Ее устройство сложнее, а функционирование более схоже с деятельностью

продюсерских компаний. Пользователь, вступивший в многоканальную партнерскую программу, передает управление каналом в специальный центр, а многочисленные менеджеры и маркетологи начинают корректировать выпускаемый контент. MCN является основным поставщиком контента для сервиса Youtube Premium и известен, в основном, съемками низкобюджетных сериалов для этого же сервиса.

Само собой, MCN делятся с креаторами доходом от рекламы в сервисе Google, а часть забирают себе. Если AdSense отдает авторам 55 % дохода от рекламодателей, то медиасети делятся только долей в 25–35% заработка. Многоканальные сети берут комиссию, но взамен предлагают техподдержку для своих клиентов, упрощенный вывод денег (переводы осуществляются в любых масштабах без планки в 100\$), дополнительные инструменты продвижения (в основном в виде штата маркетологов, которые будут корректировать курс канала), образовательные мероприятия, форумы и тому подобное.

Раньше можно было не создавать аккаунт AdSense и при этом иметь возможность стать участником многоканальной сети MCN, но в апреле 2017 данное условие стало обязательным для всех каналов. С того момента каждый канал должен быть одобрен к монетизации YouTube.

Другой источник монетизации видеоконтента – прямые контракты с рекламодателем. Площадка Youtube не запрещает рекламные интеграции (так называют контент, подготовленный ими совместно со спонсором для конкретного ролика) в видео пользователей, поэтому создатели контента встраивают в свой контент рекламные элементы и получают за это денежное вознаграждение.

С другой стороны, задача игроков рекламного рынка — подобрать исполнителя (видеоблогера) под конкретную задачу бренда. Биржи блогеров дают возможность делать это наиболее простым и автоматизированным способом, но рассчитаны на несложные задачи и небольшие охваты. Для

рекламных агентств же работа с инфлюенсерами — лишь часть стратегии продвижения их клиентов.

Если рекламщики выступают в роли посредника между блогером и рекламодателем, то медиасети (маркетологические объединения, профилем которых является реклама в интернете) изначально видели свою задачу в посредничестве между блогером и рекламодателем. Ведь реалии таковы, что в одних регионах рекламодателей у партнерской программы Youtube в одних регионах больше и, соответственно (теория спроса и предложения) платят за коммерческий просмотр больше. В связи с этим, в некоторых регионах (в том числе и на территории СНГ) видеоблогеры на Youtube зарабатывают значительно меньше своих коллег. Поэтому создатели контента вынуждены идти на сделки с рекламодателями напрямую.

Сегодня создать контент и привлечь на него рекламодателей мало — YouTube-канал нужно постоянно развивать и увеличивать его показатели. А для этого понадобится наращивать базу подписчиков, следить за соблюдением правил платформы, оптимизировать контент под ее алгоритмы и монетизировать его. Если над каналом изначально работает один человек, он закономерно может не справляться со всем этим объемом работы. Все эти задачи как раз и взяли на себя группы маркетологов и менеджеров. В структуре доходов российских блогеров сейчас преобладают рекламные интеграции. Чтобы закрыть эту потребность, медиасети объединяются с блогерскими агентствами и помогают своим партнерам искать рекламодателей.

Помимо сторонних рекламодателей, каналы на Youtube нередко заказывают рекламу друг у друга с целью объединения или расширения аудитории. Со стороны процесс создания видео выглядит просто — на самом деле за кулисами ведется большая часть работы по расширению аудитории, от анализа трендов до подбора правильных ключевых слов в названии, выгрузки в правильное время и коллаборации с другими

видеоблогерами. С этой «закулисной» работой своим партнерам тоже помогает медиасеть.

Отдельной статьей дохода для контентмейкера на Youtube является сам зритель. Подписчики могут финансово поддерживать своих любимых блогеров так называемыми донатами (калька от английского слова donation – пожертвование). Также, некоторые видеомейкеры развивают личный бренд или Intellectual Property вне сети Youtube и запускают бизнес. Самая распространенная форма деятельности – линейка одежды. Наличие контента (и авторских прав на него) плюс огромный охват аудитории позволяют развивать направление потребительских товаров (consumer products). Одежду и прочий «мерч» с дизайном и символикой любимых YouTube-каналов их подписчики покупают не менее активно, чем фанаты рок-звезд.

Спрос на блогерский контент растет с каждым годом на самых разных площадках: ТВ, социальные сети, онлайн-кинотеатры. Все чаще блогерами заключаются с ними договоры о дистрибуции контента и все чаще креаторы выходят за пределы YouTube. Соответственно с растущим спросом растут и доходы контентмейкеров на Youtube.

Не смотря на то, что интернет уже доказал свою состоятельность как СМК, а его аудитория если не перегнала³⁵, то как минимум догнала показатели более традиционных представителей (таких как пресса, радио, телевидение), крупные медиакомпании не торопятся развивать направления в «новых медиа». Как показывает статистика, рекламодатели намного охотнее выбирают интернет в качестве площадки продвижения³⁶. Мы сейчас находимся на историческом этапе, когда интернет как средство массовой коммуникации отбирает все большую аудиторию у традиционных СМК.

³⁵ Ведомости, / Интернет догоняет телевизор по охвату аудитории:
<https://www.vedomosti.ru/technology/articles/2019/05/29/802699-internet-dogonyaet>

³⁶ TAdvisor, / Интернет-реклама (рынок России):
[http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Интернет-реклама_\(рынок_России\)#.D0.A0.D0.B0.D1.81.D1.85.D0.BE.D0.B4.D1.8B_.D0.BD.D0.B0_.D1.80.D0.B5.D0.BA.D0.BB.D0.B0.D0.BC.D1.83_.D0.B2_.D0.BE.D0.BD.D0.BB.D0.B0.D0.B9.D0.BD-.D0.B2.D0.B8.D0.B4.D0.B5.D0.BE_.D0.B2.D1.8B.D1.80.D0.BE.D1.81.D0.BB.D0.B8_.D0.B4.D0.BE_13_.D0.BC_.D0.BB.D1.80.D0.B4_.D1.80.D1.83.D0.B1_.D0.94.D0.BE.D0.BB.D1.8F_YouTube_.D0.B1.D0.BE.D0.BB.D0.B5.D0.B5_30.25](http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Интернет-реклама_(рынок_России)#.D0.A0.D0.B0.D1.81.D1.85.D0.BE.D0.B4.D1.8B_.D0.BD.D0.B0_.D1.80.D0.B5.D0.BA.D0.BB.D0.B0.D0.BC.D1.83_.D0.B2_.D0.BE.D0.BD.D0.BB.D0.B0.D0.B9.D0.BD-.D0.B2.D0.B8.D0.B4.D0.B5.D0.BE_.D0.B2.D1.8B.D1.80.D0.BE.D1.81.D0.BB.D0.B8_.D0.B4.D0.BE_13_.D0.BC_.D0.BB.D1.80.D0.B4_.D1.80.D1.83.D0.B1_.D0.94.D0.BE.D0.BB.D1.8F_YouTube_.D0.B1.D0.BE.D0.BB.D0.B5.D0.B5_30.25) (дата обращения 12.05.2020)

Соответственно также отбирает рекламные контракты и прибыль. Очередную смерть традиционных СМИ это не означает, но грядущие перемены неизбежны, так как в рыночной системе отрасль, несущая постоянные убытки, без модернизации или каких-либо других кардинальных изменений просто-напросто самоликвидируется. Сильнее всего это скажется на телевидении, поскольку пресса и радио уже переживали этап, когда им пророчили смерть от более новых СМК, и сумели найти свою нишу. Телевидение, в свою очередь, обходится на порядок дороже тех же радио и прессы и сможет ли оно найти свою рентабельную сферу существования, мы увидим уже в ближайшее время.

Первые попытки модернизации мы уже можем наблюдать. У каждого крупного представителя традиционных медиа уже сегодня есть страница в соцсетях и собственный сайт. Многие радиостанции дублируют вещание в интернет, а телеканалы загружают материалы собственного производства на видеохостинги. Интересна также тенденция создания телеканалами так называемых стриминговых сервисов³⁷ (интернет-сервисов, позволяющих, чаще всего за подписку, смотреть фильмы, сериалы и прочий контент, выпускаемый или купленный по лицензии видеопроката определенной компанией). Самые успешные представители, такие как «ТНТ-премьер», «Disney+» уже заявляют о хороших показателях проектов³⁸, особенно в связи с пандемией COVID-19.

Итак, в данной главе мы рассмотрели основные тенденции развития видеорынка в интернете. Изучили системное устройство видеохостинга YouTube как интернет-платформы. Сопоставили теории развития видеоконтента с реалиями развития современного информационного общества. Определили роль медиакорпораций в формировании существующей интернет медиасреды, а также наметили их дальнейшие векторы развития. Изучили системы монетизации контента на площадке YouTube, а также ознакомились

³⁷ См. приложение 3

³⁸ Газета.ру, / Бьются рекорды: как стриминг взлетел на фоне карантина: https://www.gazeta.ru/culture/2020/04/01/a_13031389.shtml (дата обращения 12.05.2020)

с маркетинговой основой работы в интернет среде в целом и на площадке YouTube в частности. Определили роль социальной составляющей видеохостинга в формировании текущего вида видеохостинга YouTube и всей отрасли распространения видеоконтента в интернете.

ГЛАВА 2. ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ПОЛЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НОВОСТНЫХ ТЕЛЕКАНАЛОВ НА YOUTUBE

2.1. Основные статистические показатели новостных YouTube-каналов "Россия 24" и "BBC News"

Для проведения исследования в качестве временных рамок для наглядности выбран отрезок с 01.05.2020 по 31.05.2020. Оба исследуемых канала относятся к Youtube категории «Новости и политика». Оба канала не предоставляют ручной перевод субтитров своих видеороликов, поэтому они оба имеют языковые рамки в алгоритмах распространения материалов пользователям по средствам «предложки» (список рекомендуемых видео, составляемых в автоматическом порядке сервисом Youtube, который предоставляется эксплуатанту на основании языковых критериев, а также тематических предпочтений пользователя).

Важно отметить, что рассматриваемый видеохостинг имеет собственную языковую политику. Youtube относит канал «BBC News» к группе британского английского. Это означает, что видео по средствам предложки будет распространяться всем англоязычным пользователям (в том числе в США и Австралии), но во вкладке «В тренде», где формируется список самых популярных на данный момент видеороликов в конкретном сегменте, приоритет у алгоритма будет иметь контент конкретной языковой группы. То есть, чаще всего материалы канала «BBC News» будут попадать в список «В тренде» у пользователей, зарегистрировавших свой аккаунт «Gmail» с британского IP-адреса и у незарегистрированных пользователей, вошедших на сайт с все того же британского IP-адреса.

Похожая ситуация и у канала «Россия 24», которого Youtube относит к русскоязычной группе. Видеохостинг относит все страны СНГ к русскоговорящим и, соответственно, на территории, например, Украины, список рекомендаций будет строиться в том числе и из видео на русском языке. Но уже во вкладке «В тренде», например, в той же Украине, алгоритм

будет отдавать предпочтение роликам на украинском языке, и материалам «Россия 24» будет пробиться сложнее.

Важно отметить, что сервисы компании Google, в число которых входит и Youtube, владеют всеми государственными языками стран СНГ за исключением молдавского, который практически идентичен румынскому. Для самой системы алгоритмов не существует молдавского языка, но есть румынский, на котором говорят жители страны. Из-за этой нестыковки, для пользователей из Молдавии и Приднестровья Youtube в своих алгоритмах уравнивает приоритеты для русского и румынского языков, так как оба они, по мнению системы, являются второстепенными, а первостепенного просто нет.

Youtube канал Россия 24 имеет 28 связанных с ним каналов: Россия 1; СМОТРИМ. Русские сериалы; Вечер с Владимиром Соловьевым; Советское телевидение. ГОСТЕЛЕРАДИОФОНД России; Прямой эфир; Телеканал 360; История; Наука 2.0; Телеканал Культура; 60 минут; Моя Планета; О самом главном; Всероссийский конкурс юных талантов «Синяя птица»; Вести FM; T24; Лучшие ТВ Шоу и Сериалы; Субботний вечер; Вести. Дежурная часть; Vesti News; Живая планета; AutoVestiTV; Алексей Казаков; ARMYTV; #ПоТок; Телеканал «Страна»; Специальный корреспондент; Телеканал Мама; Science.

Все перечисленные каналы так или иначе связаны с ВГТРК, поскольку список «связанных аккаунтов» формируется, если каналы связаны общей почтой, имеют юридически общего представителя при подключении партнерской программы Youtube или, если владельцы самих каналов в ручном порядке попросили «связать» каналы. Это делается, чаще всего в случаях, если название канала (или каналов) является торговой маркой или брендом. Владельцы прав на использование названия также в ручном порядке договариваются с администрацией видеохостинга. И Youtube удаляет все каналы, не доказавшие свое право на использование название бренда,

запрещает создавать новые каналы с этим брендом в названии, а также «связывает» доказавшие свои права каналы.

Суммарно, на всех этих каналах без «Россия 24» 20 143 000 подписчиков (на 02.05.2020). Все каналы, за исключением одного, полностью русскоязычные. Единственный канал, который рассчитан на англоговорящую аудиторию – канал Vesti News. На этом канале публиковались некоторые новостные видеоматериалы, которые также были опубликованы и на канале «Россия 24». Однако каждого видео на канале «Vesti News» аннотация на английском языке, а также видео имеют собственные (наложенные на видео, а не добавленные системой Youtube) субтитры на английском языке (текст в оригинальных видео исключительно на русском языке). Важно отметить, что, не смотря на явную ориентацию на зарубежную англоговорящую аудиторию, геолокация канала – Россия.

Также, у всех каналов, кроме одного, подключена партнерская программа Youtube. Единственный канал, у которого нет прямой монетизации с видеохостинга – «СМОТРИМ. Русские сериалы». Это канал, на котором практически ежедневно выходят новые сериалы, снятые для телеканалов ВГТРК (Россия-1, Россия-К, Россия-HD). У ВГТРК должно быть достаточно прав, чтобы прокатывать эти сериалы в Youtube и получать с них прибыль, тем более видео уже прокатываются. Из всего списка каналов связанных с ВГТРК, «СМОТРИМ. Русские сериалы» имеют второй результат по суммарным просмотрам – 4 028 399 926 просмотров (на 02.05.2020) и больше всего подписчиков – 5,3 млн. Показатель по суммарным просмотрам лучше только у исследуемого канала «Россия 24»- 4 913 102 360 (на 02.05.2020), подписчиков у него 5,02 млн. Соответственно, «СМОТРИМ. Русские сериалы» мог бы стать ощутимой статьей дохода для ВГТРК, но по неизвестным причинам, канал не имеет монетизацию за счет партнерской программы Youtube.

Youtube канал «BBC News» имеет 20 связанных каналов: BBC News Hindi;

BBC News عربي ; BBC; BBC Earth; BBC News Tiếng Việt; BBC News Brasil; BBC Studios; BBC Persian; BBC News Mundo; BBC News Türkçe; BBC News – русская служба; BBC News اردو; BBC Newsnight; BBC HARDtalk; BBC Pashto; BBC Stories; BBC Click; BBC Newsbeat; BBC Trending; BBC World Service.

Очевидно, все эти каналы принадлежат медиахолдингу BBC, так как используют его бренд в названии. К тому же, на момент мая 2020 года, сервис Youtube и Gmail не позволяют создать канал или почтовый ящик с «BBC» в одной строчке имени (всего параметр аккаунта Youtube «имя» имеет 2 строки с любым количеством слов в каждом (до 16 символов)).

Ровно половина (10) связанных аккаунтов публикует контент на английском языке, другая половина на прочих иностранных языках (хинди, арабский, русский, испанский, язык пушту, турецкий, вьетнамский, персидский). Представленные каналы на неанглийских языках являются каналами иностранных служб компании «BBC» (например, «Русская служба BBC» с одноименным Youtube каналом).

Все англоязычные каналы, как и исследуемый «BBC News», имеют геолокацию Великобритания. Геолокация выставляется в соответствии с регионом, из которого выкладываются видео или откуда были заключены те или иные договоры с компанией Google, Youtube или любой другой компанией, связанной с видеохостингом. Геолокация является одним из важнейших критериев в алгоритмах системы Youtube при распространении видео. Так, например, видео канала, который рассчитывает на, допустим, русскоязычную российскую аудиторию, имея геолокацию любой страны кроме России, будет распространяться на порядок хуже, чем аналогичный контент, но от канала с российской геолокации.

Некоторые из неанглоязычных каналов BBC (BBC News عربي; BBC Persian; BBC News Mundo; BBC News اردو; BBC Pashto) имеет геолокацию Великобритании. Это означает, что видео перечисленных каналов на базовом

уровне распространяется хуже среди своей потенциальной аудитории на площадке Youtube.

В это же время ряд каналов BBC имеют соответствующие своей аудитории геолокации (BBC News Hindi – Индия; BBC News Tiếng Việt - Вьетнам; BBC News Brasil – Бразилия; BBC News Türkçe - Турция; BBC News – русская служба – Россия). Значит видео этих каналов, алгоритмы площадки Youtube будет распространять сильнее (нежели каналы, приведенные списком абзацем выше) среди потенциальных зрителей.

Абсолютно все каналы, связанные с «BBC News», включая и его самого, имеют подключенную партнерскую программу Youtube и, соответственно, получают прямую монетизацию за просмотры размещенных видеороликов. Суммарное количество подписчиков на всех Youtube каналах BBC 43 371 000 (на 02.05.2020)

Youtube канал «Россия 24» был зарегистрирован 20 января 2012 года. На канал за это время загружено 182 250 видеоматериалов (на 02.05.2020), суммарное количество просмотров под всеми видео – 4 918 552 432, также на канал подписано 5 030 000 аккаунтов.

В свою очередь, Youtube канал «BBC News» был создан 8 апреля 2006 года. Канал имеет 11 660 загруженных видео и суммарное число просмотров 1 878 571 244, а также 7 710 000 подписчиков.

2.2. Особенности публикуемого контента Россия 24

Редакция Youtube канала «Россия 24» загружает на видеохостинг в среднем 126 видео в день (средний показатель рассчитан за май 2020 года). Из них в среднем 80% загружаемого контента – ролики продолжительностью от 20 секунд до 12 минут. Это рядовые репортажи, «по comment» лайвы (оперативные видео с места событий без комментаторского сопровождения), а также новостные сюжеты. Все ролики, выложенные на Youtube канал, до этого уже были показаны в новостных передачах телеканалов Россия-1, Россия-2 и Россия 24.

Оставшиеся 20% делят полные выпуски передач (Вести. Дежурная часть, Вести с Алексеем Казаковым, Курс дня, Вести в 20.00 и в 14.00, 60 минут, Вечер с Владимиром Соловьевым) и специальные репортажи (10 – 25 минут), а также вырезки интервью с экспертами из разных передач ВГТРК (5 – 20 минут).

Под каждым рядовым видео изначально открыты комментарии, другие пользователи могут оставить свое мнения (единственным условием будет наличие аккаунта Gmail).

Видео на канале «Россия 24» доступны в разрешении 720p. Важно отметить, что некоторые материалы загружаются из вещательной сетки канала «Россия 1HD»³⁹ (о чем свидетельствует плашка канала в углу экрана). То есть, телеканал поставляет и производит видеоматериалы качеством как минимум в 1080p, но на Youtube загружаются только в 720.

Рассмотрим детальнее деятельность Youtube канала за 20.05.2020 (среда). Состояние просмотров актуально на 02.05.2020 (12 дней): см. Приложение 7.

Всего 20 мая на Youtube канал «Россия 24» было выложено 183 видеоролика. Из них 156 – новостных сюжеты, 7 полноценных телевизионных передач, 18 вырезок из передач ВГТРК. За 20 мая канал заработал суммарно 5 319 164 просмотров, а также примерно 3 500 подписчиков. Партнерская программа Youtube 20 мая принесла каналу 1 300 – 21 300 долларов США.

Разброс размера выплат связан с тем, что коммерческий просмотр в разных регионах стоит по-разному. Проще говоря, пользователь в, допустим, США, посмотрев рекламный ролик, принесет создателю канала на порядок больше, чем пользователь из, допустим, России, посмотревший рекламу под тем же роликом.

За май (01.05.2020 – 31.05.2020) Youtube канал «Россия 24» заработал по партнерской программе 32 000 – 511 000 долларов США. Согласно

³⁹ Россия 24, / Как столица и область возвращаются к привычной жизни: Собянин и Воробьев – о дальнейших шагах:
<https://www.youtube.com/watch?v=U0TxP2ijHco> (дата обращения 14.05.2020)

последнему отчету ВГТРК⁴⁰ за 2018 год, годовая выручка медиакорпорации составила 32 400 000 000 российских рублей. Видеохостинг, в свою очередь, за последний год (в период с мая 2019 по май 2020) принес ВГТРК 383 900 – 6 100 000 долларов США (или 26 600 000 – 423 300 000 российских рублей).

Данные по годовой выручке ВГТРК за весь 2018 год могут отличаться от соответствующих показателей за период май 2019 - май 2020, но они дают примерное представление о сложившейся ситуации.

Доход от партнерской программы Youtube составляет примерно 0,96-15,6% годовой выручки ВГТРК. В связи с текущей экономической ситуацией в стране, годовая выручка ВГТРК сейчас должна быть ниже показателей 2018 года. В это же время и доход от партнерской программы Youtube в 2018 году был ниже, поэтому процентный расчет приблизительно отражает текущую ситуацию.

За май 2020 года прирост постоянной аудитории на Youtube канале «Россия 24» составил 100 000 новых подписчиков, что на 51% меньше, чем за период с 01.04.2020 – 30.05.2020. Суммарное число просмотров всех видео на канале в период 01.05.2020 – 31.05.2020 составляет 127 971 000 просмотров, что на 34,5% меньше, чем в период с 01.04.2020 – 30.05.2020.

2.3. Содержательные особенности канала BBC News на YouTube

Редакция Youtube канала «BBC News» выкладывает в день в среднем (по показателям за май 2020) 7 видеороликов. Хронометраж видеоматериалов не превышает 15 минут. Все видео на канале можно условно поделить на 2 группы: новостные сюжеты (их на канале подавляющее большинство) и социальная реклама (за май было загружено 5 роликов данной условной группы против 198 новостных сюжетов).

⁴⁰ Ведомости, / Госканалы раскрыли свои финансовые показатели: <https://www.vedomosti.ru/technology/news/2019/08/02/807969-goskanali-finansovie-pokazateli> (дата обращения 15.05.2020)

Новостные сюжеты Youtube канала «BBC News» всегда имеют комментарии ведущего из студии или записанные за кадром. Очень редки примеры видеоматериалов, содержащих элементы репортажа⁴¹. И даже в этих сюжетах с элементами репортажа главнейшую роль играет закадровый голос автора или ведущего (иногда это один и тот же человек). В сюжетах также используются элементы интервью «без присутствия журналиста» (как в кадре, так и на звуковой дорожке).

Непериодично на канале выходят большие интервью хронометражом 20 минут – 2 часа. Последнее такое интервью было загружено 17 ноября 2019 года и имело название «Prince Andrew & the Epstein Scandal: The Newsnight Interview - BBC News» (перевод: «Принц Эндрю и скандал Эпштейна: The Newsnight Interview (название рубрики, не переводится) – BBC News (название канала, имя собственное).

На Youtube канале «BBC News» изначально доступны комментарии под всеми видео. Но администрация канала в ручном порядке отключает комментарии под некоторыми видео. Все видео⁴², под которыми отключены как функция комментирования, так и возможность просматривать комментарии имеют соотношение лайков\дизлайков меньше 50%. То есть, под видео с отключенными вручную комментариями количество дизлайков (показатель негативной реакции) превалирует над лайками (показатель положительно реакции). При этом не под всеми видео с преобладающими дизлайками отключены комментарии⁴³. Из этого можно сделать вывод, что

⁴¹ BBC News, / Thousands join anti-racism demonstrations across the UK - BBC News: <https://www.youtube.com/watch?v=jL316u9S6nc> (дата обращения 11.06.2020)

⁴² BBC News, / Winston Churchill: Hero or villain?: <https://www.youtube.com/watch?v=cIZiSYx1pKE>; (дата обращения 11.06.2020)

BBC News, / What do we do with the UK's symbols of slavery?: <https://www.youtube.com/watch?v=bgMVI8GDp2k>; (дата обращения 11.06.2020)

BBC News, / George Floyd: The Minneapolis' community at the heart of the protests: <https://www.youtube.com/watch?v=FwbdCA9IGMI>; (дата обращения 11.06.2020)

BBC News, / BAME coronavirus deaths: What's the risk for ethnic minorities?: <https://www.youtube.com/watch?v=VTr29p4H4TE> (дата обращения 11.06.2020)

⁴³ BBC News, / Little Britain removed from streaming sites after 'blackface' criticism <https://www.youtube.com/watch?v=f-B5Cx4D4DOc> (дата обращения 11.06.2020)

решение по поводу отключения комментариев под видео в редакции канала принимается в индивидуальном, а не автоматическом порядке.

Видео на Youtube канале «BBC News» доступны в разрешении 720p и 1080p (HD). Все большие видео (такие как интервью) и спецпроекты (такие как социальная реклама), а также немногочисленные новостные сюжеты имеют разрешение 1080p. Но большинство новостных сюжетов все-таки доступны более низком разрешении 720p.

Рассмотрим детальнее деятельность Youtube канала за 20.05.2020 (среда). Состояние просмотров актуально на 02.05.2020 (12 дней): см. Приложение 8.

Всего за 20 мая 2020 года Youtube канал «BBC News» опубликовал 8 новых видео. Все 8 материалов из них представляют из себя новостные сюжеты.

20 мая партнерская программа Youtube принесла каналу «BBC News» 487 -7 800 долларов США. Также за этот же день канал суммарно со всех видео получил 1 948 825 просмотров и примерно 7 000 новых подписчиков.

За весь май (01.05.2020-31.05.2020) Youtube канал «BBC News» с помощью партнерской программы Youtube заработал 14 600 – 233 900 долларов США (1 012 365 – 16 218 649 российских рублей).

Согласно последней опубликованной отчетности⁴⁴ (2019 год), годовая выручка компании BBC составляет 4 889 000 000 фунтов стерлингов (433 334 419 000 российских рублей). Доход от партнерской программы Youtube за последний год (май 2019 – май 2020) составил примерно 160 000 – 2 500 000 долларов США (11 193 328 – 218 282 500 российских рублей). Имея эти цифры, мы можем составить примерную картину соотношений доходов компании.

Доход от партнерской программы Youtube приносит компании BBC примерно 0,0025-0,05% от общей годовой прибыли компании.

⁴⁴ BBC, / BBC Full Financial Statements 2018/19:

<http://downloads.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/reports/pdf/BBC-FS-2019.pdf> (дата обращения 15.05.2020)

Прирост числа подписчиков за май 2020 года составил для Youtube канала «BBC News» 210 000 подписчиков, что на 22,2% меньше чем по соответствующим показателям за период апреля 2020 года. Суммарное число просмотров всех видеороликов на канале за май 2020 года выросло на 58 465 000, что на 26,3% меньше, чем месяц назад.

2.4 Сравнительная характеристика российского и западного представителей новостного сегмента YouTube

Оба рассматриваемых Youtube канала («Россия 24» и «BBC News») на базовом уровне организации находятся в равных условиях. Основной тип контента для обоих каналов – новостной сюжет. Оба канала не производят эксклюзивный контент специально для площадки Youtube, все их видеоматериалы создавались в первую очередь под телевизионный формат и до загрузки на видеохостинг каждое видео с канала уже было показано в телевизионной сетке вещания соответствующих каналов. Оба канала монетизируют свой контент исключительно при помощи партнерской программы Youtube (ни одно видео обоих каналов в период май 2019 – май 2020 не содержало сторонней коммерческой рекламы и продакт-плейсмента).

Основной тип контента (телевизионный новостной сюжет), публикуемый рассматриваемыми каналами имеет ряд преимуществ в молодой интернет среде. Все эти преимущества можно свести к высокой планке качества новостного контента.

Создание регулярного новостного видеоконтента требует огромных вложений по меркам «новых медиа». А в купе с тем, что доходы с площадки Youtube несопоставимо малы по сравнению с общими доходами телекомпаний⁴⁵, это еще и нерентабельно. В это же время телекомпании уже имеют достаточные ресурсы и уже производят новостной контент. Поэтому не стоит ожидать в ближайшее время появления новых крупных игроков на

⁴⁵ См. пункты 2.2 и 2.3

рынке новостного видеоконтента в интернете. На данный момент отрасль не расположена к конкурентному вмешательству в сферу создания видеонюостей, в которой новые представители в принципе появляются раз в десятилетие.

Одной из важнейших особенностей интернета как СМК является оперативность. И тут представленные Youtube каналы используют не весь потенциал «новых медиа», что лишает их потенциальной доли аудитории. Дело в том, что «Россия 24» и «BBC News» выкладывают новостные сюжеты только после того, как их покажут в сетке телевидения. Сам процесс съемок занимает относительно немало времени, плюс готовые новостные сюжеты ожидают своего времени в сетке вещания и только после этого видео может появиться на Youtube канале. Например, видео «Из-за талых вод уровень реки Кола в Мурманской области достиг более 4 метров»⁴⁶ вышел на Youtube канале «Россия 24» утром 5го июня 2020 года, по телевидению этот сюжет выходил в блоке «Вести в 20:00» 4го июня 2020 года. Материал с этой же новостью⁴⁷ появился на сайте rbc.ru в 16.39 4го июня 2020 года. Мало того, что новость на Youtube отстает почти на сутки от текущей повестке, так и информация оказывается уже неактуальна, потому что к 7 часам утра 5го июня, по сообщению⁴⁸ nord-news.ru, который ссылается на МЧС, уровень воды в реке уже опустился на 52 см.

Еще одним важным фактором, выделяющим телекомпании в интернет среде – человеческий фактор. Над созданием новостного сюжета на телеканале трудится большой штат сотрудников с высшим образованием и огромным багажом опыта как личного, так и коллективного, передающегося работниками от поколения к поколению на протяжении десятилетий. В это время сам Youtube существует чуть больше десятилетия коллективный опыт

⁴⁶ Россия 24, / Из-за талых вод уровень реки Кола в Мурманской области достиг более 4 метров: <https://www.youtube.com/watch?v=XLItr4LE020> (дата обращения 10.06.2020)

⁴⁷ РБК, / В Мурманской области смывшая мост река Кола начала подтапливать поселки: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/5ed8eb839a7947976c48a145> (дата обращения 10.06.2020)

⁴⁸ Nord-News, / На 52 см опустился уровень воды в реке Кола: <https://nord-news.ru/news/2020/06/06/?newsid=122244> (дата обращения 10.05.2020)

так называемых «видеоблогеров» еще не перешел от этапа «копить» к «делиться им».

В это же время, ведение Youtube канала не отнимает много человеко-часов у телекомпаний. Для «Россия 24», при всем объеме поставляемого на Youtube контента, объем работы по ведению самого канала достаточно мал. У каждого видео есть краткое описание, из которого большая часть текста копируется и вставляется без изменений. Например, описание под видео «Смертельное ДТП в Петербурге с участием Ferrari»⁴⁹. В задачи оформления канала также входит формирование плейлистов⁵⁰ и распределение по ним загруженных видео. Со всеми этими задачами может успешно справляться один человек, что в масштабах штата телеканала и доли прибыли от партнерской программы Youtube является достаточно рациональным вложением.

Youtube канал «BBC News», в свою очередь, имеет на порядок меньший объем загрузок видео на видеохостинг⁵¹, и достаточный человеческий ресурс медиакорпорации BBC. У канала также есть сформированный, согласно текущей новостной повестке, плейлист⁵², который регулярно пополняется, а под каждым видео есть краткое описание. Помимо этого, как мы можем наблюдать, сотрудники BBC также осуществляют мониторинг канала и при большом количестве негативной реакции закрывают комментарии. И при этом всем, объем работы с площадкой Youtube позволяет компании BBC добавить обязанности по ведению канала как дополнительные своему уже нанятому сотруднику.

Оба канала ориентированы на свою языковую аудиторию (англоязычная для «BBC News» и русскоговорящая для «Россия 24»), упуская потенциальную иноязычную. Платформа Youtube позволяет это сделать при помощи инструментов автоматических и вручную написанных субтитров.

⁴⁹ Россия 24, / Смертельное ДТП в Петербурге с участием Ferrari:
<https://www.youtube.com/watch?v=bnRD8vCx-Ok> (дата обращения 10.05.2020)

См. Приложение 4

⁵⁰ См. приложение 5

⁵¹ См. пункт 2.3

⁵² См. приложение 6

Автоматические субтитры подключены у обоих каналов, но проблема в том, что сервис автоматически преобразует речь из видео в текст и затем встраивает его в свой проигрыватель только на языке оригинала. То есть, у канала «BBC News» субтитры только на английском, а у «России 24» только на русском языке. Это потенциально расширяет аудиторию, но на относительно узкий круг пользователей, которые плохо знают язык оригинала, но заинтересованы в производимом контенте, и, которые учат язык и целенаправленно за этим пришли на канал.

Youtube канал «BBC News» публикует новостные сюжеты общемировой повестки, в то время как на канале «Россия 24» публикуется как международная повестка, так и внутренняя, которая мало интересна иноязычной аудитории. Поэтому компания «BBC» со своими ресурсами может позволить себе даже нанять сотрудника, который будет переводить уже готовые автоматические субтитры на 5 самых популярных языков в интернете⁵³. Это позволит удвоить потенциальную аудиторию, что, несомненно, скажется на доходах от партнерской программы Youtube и как минимум точно отобьет затраты на оплату труда одного или нескольких сотрудников.

Администрации канала «Россия 24» подобные нововведения принесут меньшую выгоду, так как, опять же, внутренняя российская политика вряд ли сможет заинтересовать иностранца. К тому же, у ВГТРК уже есть Youtube канал «Vesti News», контент которого соответствует международной повестке и в видео которого встроены субтитры на английском языке. Куда уже можно применить данную практику.

В сегодняшней блогосфере сложилась ситуация, при которой большинство видеоблогеров на Youtube привлекают сторонних рекламодателей для дополнительной монетизации их контента. Рекламные контракты напрямую с

⁵³ Научкор, / Самые популярные языки интернета:
<https://nauchkor.ru/media/samye-populyarnye-yazyki-interneta-59e51d415f1be76c059e98be> (дата обращения 06.06.2020)

рекламодателем, как правило, приносят контентмейкерам больше прибыли, чем партнерская программа Youtube. В это время, «Россия 24» и «BBC News» полностью отказывается от рекламных интеграций и продакт-плейсмента. С учетом объемов аудиторий и количества просмотров, вставленный рекламный преролл или нативная реклама (калька с английского Pre-Roll – рекламный видеоролик, вставляемый до начала запрошенного пользователем онлайн-видео) в каждое видео рассматриваемых каналов может принести сумму равную однократному-пятикратному (в зависимости от конкретного рекламного договора) доходу от партнерской программы Youtube⁵⁴.

Как мы можем наблюдать, для телекомпаний видеохостинг Youtube является лишь дополнительной площадкой, дающей вторую жизнь видеоматериалам, которые уже были показаны в сетке вещания телеканала. Действующая стратегия рассматриваемых медиакорпораций заключается в минимизации затрат на расширение поля деятельности в интернете. Из-за этого администрации каналов используют не весь потенциал площадки Youtube.

И, если для компании BBC доход от платформы Youtube являются мизерными, по сравнению с общими доходами медиакорпорации⁵⁵, то для ВГТРК доход от видеохостинга составляет серьезную статью дохода, которую уже имеет смысл развивать, тем более это не требует серьезных финансовых вложений.

Итак, в данной главе мы рассмотрели и проанализировали деятельность медиакорпораций «BBC» и «ВГТРК» на Youtube. Оценили согласно условий результаты их деятельности, целесообразность выбранной стратегии и степень реализации. Проанализировали финансовые показатели рассматриваемых каналов «Россия 24» и «BBC News». В связи с полученными данными составили прогнозы и наметили пути дальнейшего медийного развития

⁵⁴ TexTerra, / Реклама у блогеров на Youtube: сколько стоит и у кого заказывать?: <https://texterra.ru/blog/stoit-li-svyazyvatsya-s-youtube-blogerami.html> (дата обращения 06.06.2020)

⁵⁵ См. пункт 2.3

каналов. Помимо этого, проанализировали перспективы развития самой площадки Youtube и спрогнозировали картину недалекого будущего медийной сферы в интернете.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Видеоконтент в Интернете сегодня является одним из основных факторов, способных изменить глобальную сеть. Именно благодаря видео в свое время крупнейшие операторы связи вынуждены были совершенствовать свои сети, так как они не справлялись с выросшим объемом данных. Благодаря видеоконтенту стали меняться традиции веб-дизайна, которые изначально были ориентированы на донесение до посетителя всей информации сразу, а теперь – на транслирование видеоконтента.

Нет никаких сомнений в том, что рост доли онлайн-видео в Интернете будет продолжаться: по данным исследования компании Mail.ru⁵⁶, 66 % интернет-пользователей в последний год стали чаще смотреть видео в Интернете, и эта тенденция сохранится еще в течение ближайших пяти лет. Кроме того, И. Ишунькина, руководитель проекта TNS Gallup Media, заявила: «Около половины всего времени онлайн пользователи проводят в соцсетях, на втором месте – видеоресурсы, и именно эта категория является самой быстрорастущей с точки зрения времени, проводимого пользователями на них»⁵⁷.

Проанализировав в первой главе данной работы теории информационного пространства, автор пришел к выводу, что рост отрасли видеоконтента в интернете был предопределен и останавливаться не собирается. Не только техническая сторона вопроса будет эволюционировать. Среди ключевых особенностей, которые должен приобрести видеоконтент в интернете, – способность адаптироваться под конкретного зрителя и пользователя. И самые передовые разработки в этой сфере демонстрирует как раз Youtube со своей системой алгоритмов.

Но увеличение доли аудитории видеохостингов возможно только в случае перетягивания этой самой доли у других СМК (так как на сегодняшний день

⁵⁶ Mail.ru group, / Исследование Mail.ru к 25-летию Рунета:
<https://corp.mail.ru/ru/press/infograph/10391/> (дата обращения 12.06.2020)

⁵⁷ РИА Новости, / Ежемесячно интернетом пользуется около 60% населения РФ старше 12 лет:
<http://ria.ru/society/20130305/925928196.html> (дата обращения 12.06.2020)

практический каждый житель нашей планеты уже является потребителем информации). И главным конкурентом видеохостингов является телевидение, и для того, чтобы продолжать отбирать аудиторию, сервисам распространения видео контента в интернете необходимо дать то, чего не может дать телевидение. И в первую очередь это интерактивность.

В качестве вероятных изменений, которые могут появиться уже в ближайшее время, возможен автоматический перевод звуковой дорожки на язык зрителя. Youtube уже имеет возможность автоматического составления субтитров для каждого видео на одном из 80 поддерживаемых языков, но только на языке оригинала. К тому же, Youtube принадлежит компании Google, которая владеет сервисом машинного перевода «Google translate» с самой большой базой данных в мире. То есть, у компании уже есть сервис, в котором звуковую дорожку из видео переводят в текст, а также имеется самый популярный⁵⁸ электронный переводчик. Остается лишь грамотно объединить эти технологии, чем рано или поздно займутся в компании Google.

Кроме того, нас обязательно ожидает дальнейшее развитие алгоритмов автоматического подбора подходящих видео в зависимости от всех доступных данных посетителя – в настоящий момент подобный подход уже имеет место на YouTube, но для полного таргетирования видео в данный момент собирается слишком мало данных.

Таким образом, в работе раскрыт ряд особенностей и технологий распространения видеоконтента. Нет никаких сомнений, что будущее социальных медиа будет определяться доступностью видеоконтента и его качеством как в техническом, так и в содержательном плане, но главное, что должно учитываться производителями контента, – соблюдение всех показателей, выявленных в результате сравнительного анализа двух новостных YouTube каналов мировых телеканалов, проведенного в данной работе.

⁵⁸ Business Traveller, / Топ-5 электронных переводчиков:
<https://www.businesstraveller.com.ru/articles/top-5-elektronnykh-perevodchikov/> (дата обращения 10.06.2020)

Сегодняшнее положение дел у представленных Youtube каналов нельзя не назвать успешным, так как вкладывается минимальный объем усилий, и при этом показатели на уровне лидеров в регионе. Но, следуя шагам, изложенным в работе, можно добиться намного большего.

В структуре работы подчеркивалась нарастающая популярность видеоконтента в Интернете: переход от теорий к практическим реализациям, а затем непосредственно к данным статистики. Проведенное исследование имеет потенциал практического применения, а также может быть использовано для новых исследований и в образовательных целях на курсах направления журналистики и рекламы.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Калмыков А. А., Коханова Л. А., Интернет-журналистика, Медиа–образование, 2005
2. Луцкер А., Авторское право в цифровых технологиях и СМИ, КУДИЦ–Образ, 2005
3. Разлогов К. Э., Искусство экрана. От синематографа до Интернета, Российская политическая энциклопедия, 2010
4. Алексеева А. О., Интернет-СМИ. Теория и практика; под ред. М. М. Лукиной, Аспект Пресс, 2010
5. Шпаковский В.О., Интернет-журналистика и интернет-реклама, Инфа–инженерия, 2018
6. Винник В. Д., Социальные сети как феномен организации общества: сущность и подходы к использованию и мониторингу, Философия науки, 2012
7. Патаракин Е. Д., Педагогический дизайн социальной сети Scratch, Образовательные технологии и общество (Educational Technology & Society), 2013
8. Лавренчук Е., Социальные сети как медиа-площадки, Центр изучения интернета и общества, 2014
9. Моуат Д., Видеомаркетинг: Стратегия, контент, производство, Альпина паблишер, 2019
10. Эрбланг-Ротару И., Фрэсс Э., Мишлен А., Всё о... Business is digital Now! Лови момент!, Editions KAWA, 2014 г.
11. Воронкин А. С., Социальные сети: эволюция, структура, анализ, г. Луганск, 2014
12. А. Каплан, М. Хаенляйн, Мобильный маркетинг и мобильный 4x4. Социальные медиа, Journal of Marketing Research & Case Studies, 2012
13. Growth from Knowledge, / Why mobile is the new web:
<https://www.gfk.com/blog/2015/09/why-mobile-is-the-new-web> (дата обращения 29.04.2020)
14. The New York Times, / The Flourishing Business of Fake YouTube Views:

<https://www.nytimes.com/interactive/2018/08/11/technology/youtube-fake-view-sellers.html> (дата обращения 05.05.2020)

15. EMarketer, / How China's Bilibili Is Capitalizing on Vlogging and Other Emerging Video Trends in the Country:

<https://www.emarketer.com/content/how-china-s-bilibili-is-capitalizing-on-vlogging-and-other-emerging-video-trends-in-the-country> (дата обращения 05.05.2020)

16. ПСИ-ФАКТОР, / Теория когнитивного диссонанса Леона Фестинера:

<https://psyfactor.org/lib/festinger-dissonans-2.htm#:~:text=Теория%20когнитивного%20диссонанса%20Леона%20Фестинера,внутреннюю%20последовательность%20ее%20когнитивной%20системы.> (дата обращения 10.05.2020)

17. WebCanape, / Самые важные цифры из глобального отчета Digital 2020:

<https://www.web-canape.ru/business/internet-2020-globalnaya-statistika-i-trendy> (дата обращения 19.04.2020)

18. SDVV, / ТОП-30 самых популярных сайтов в интернете:

<https://sdvv.ru/articles/elektronnaya-kommertsiya/top-30> (дата обращения 29.04.2020)

19. TAdvisor, / Интернет-реклама (рынок России):

[http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Интернет-реклама_\(рынок_России\)#.D0.A0.D0.B0.D1.81.D1.85.D0.BE.D0.B4.D1.8B_.D0.BD.D0.B0_.D1.80.D0.B5.D0.BA.D0.BB.D0.B0.D0.BC.D1.83_.D0.B2_.D0.BE.D0.BD.D0.BB.D0.B0.D0.B9.D0.BD-.D0.B2.D0.B8.D0.B4.D0.B5.D0.BE_.D0.B2.D1.8B.D1.80.D0.BE.D1.81.D0.BB.D0.B8_.D0.B4.D0.BE_13_.D0.BC.D0.BB.D1.80.D0.B4_.D1.80.D1.83.D0.B1_.D0.94.D0.BE.D0.BB.D1.8F_YouTube_.D0.B1.D0.BE.D0.BB.D0.B5.D0.B5_30.25](http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Интернет-реклама_(рынок_России)#.D0.A0.D0.B0.D1.81.D1.85.D0.BE.D0.B4.D1.8B_.D0.BD.D0.B0_.D1.80.D0.B5.D0.BA.D0.BB.D0.B0.D0.BC.D1.83_.D0.B2_.D0.BE.D0.BD.D0.BB.D0.B0.D0.B9.D0.BD-.D0.B2.D0.B8.D0.B4.D0.B5.D0.BE_.D0.B2.D1.8B.D1.80.D0.BE.D1.81.D0.BB.D0.B8_.D0.B4.D0.BE_13_.D0.BC.D0.BB.D1.80.D0.B4_.D1.80.D1.83.D0.B1_.D0.94.D0.BE.D0.BB.D1.8F_YouTube_.D0.B1.D0.BE.D0.BB.D0.B5.D0.B5_30.25) (дата обращения 12.05.2020)

20. Газета.ру, / Бьются рекорды: как стриминг взлетел на фоне карантина:
https://www.gazeta.ru/culture/2020/04/01/a_13031389.shtml (дата обращения 12.05.2020)

21. Ведомости, / Госканалы раскрыли свои финансовые показатели:
<https://www.vedomosti.ru/technology/news/2019/08/02/807969-goskanali-finansovie-pokazateli> (дата обращения 15.05.2020)

22. РБК, / В Мурманской области смывшая мост река Кола начала подтапливать поселки:
<https://www.rbc.ru/rbcfreenews/5ed8eb839a7947976c48a145> (дата обращения 10.06.2020)

23. Nord-News, / На 52 см опустился уровень воды в реке Кола:
<https://nord-news.ru/news/2020/06/06/?newsid=122244> (дата обращения 10.05.2020)

24. Научкор, / Самые популярные языки интернета:
<https://nauchkor.ru/media/samye-populyarnye-yazyki-interneta-59e51d415f1be76c059e98be> (дата обращения 06.06.2020)

25. ТехТерра, / Реклама у блогеров на Youtube: сколько стоит и у кого заказывать?:
<https://texterra.ru/blog/stoit-li-svyazyvatsya-s-youtube-blogerami.html> (дата обращения 06.06.2020)

26. BBC, / BBC Full Financial Statements 2018/19:
<http://downloads.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/reports/pdf/BBC-FS-2019.pdf> (дата обращения 15.05.2020)

27. The Verge, / YouTube is a \$15 billion-a-year business, Google reveals for the first time:
<https://www.theverge.com/2020/2/3/21121207/youtube-google-alphabet-earnings-revenue-first-time-reveal-q4-2019> (дата обращения 15.05.2020)

28. Statista, / Net income of the Walt Disney Company in the fiscal years 2006 to 2019:

<https://www.statista.com/statistics/273556/net-income-of-the-walt-disney-company/#:~:text=Disney%27s%20net%20income%20in%202019,of%2069.57%20billion%20U.S.%20dollars>. (дата обращения 15.05.2020)

29. РИА Новости, / Ежемесячно интернетом пользуется около 60% населения РФ старше 12 лет: <http://ria.ru/society/20130305/925928196.html> (дата обращения 12.06.2020)

30. Mail.ru group, / Исследование Mail.ru к 25-летию Рунета: <https://corp.mail.ru/ru/press/infograph/10391/> (дата обращения 12.06.2020)

Список используемых источников на иностранных языках

1. Chatzopoulou G., Sheng C., Faloutsos M. «A First Step Towards Understanding Popularity in YouTube», INFOCOM IEEE Conference on Computer Communications Workshops, 2010
2. Cheng X., Dale C., Jiangchuan L. «Statistics and Social Network of YouTube Videos», Quality of Service, 2008
3. Figueiredo F., Benevenuto F., Almeida J. M. «The tube over time: characterizing popularity growth of youtube videos», WSDM '11, 2011
4. Lessard T. «Three Major Shifts That Will Transform Video Marketing», marketinghub.today, 2017
5. Murphy B.M. «The International Politics of New Information Technology», Smith Publicity, 2012
6. Shifman L. «An anatomy of a YouTube meme», New Media & Society, 2012
7. Szabo G., Huberman B. A. «Predicting the popularity of online content», Communications of the ACM, 2010
8. Treske A. « Video Theory: Online Video Aesthetics Or the Afterlife of Video» Cultural and Media Studies, 2015
9. Walters K. «What Every Business Must Have to Succeed», Smith Publicity, 2019

ПРИЛОЖЕНИЕ

Приложение 1.

- Интернет: ₹203 млрд (+22%)
- Телевидение: ₹187 млрд (+9%)
- Out of Home: ₹44 млрд (+3%)
- Пресса: ₹18 млрд (-12%)
- Радио: ₹17 млрд



Всего:
₹469 млрд (+12%)



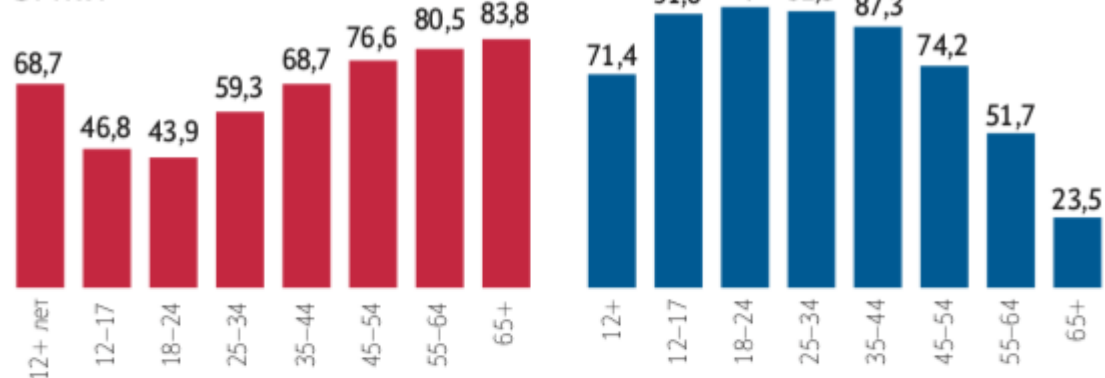
Приложение 2.

Какими медиа пользуются жители России

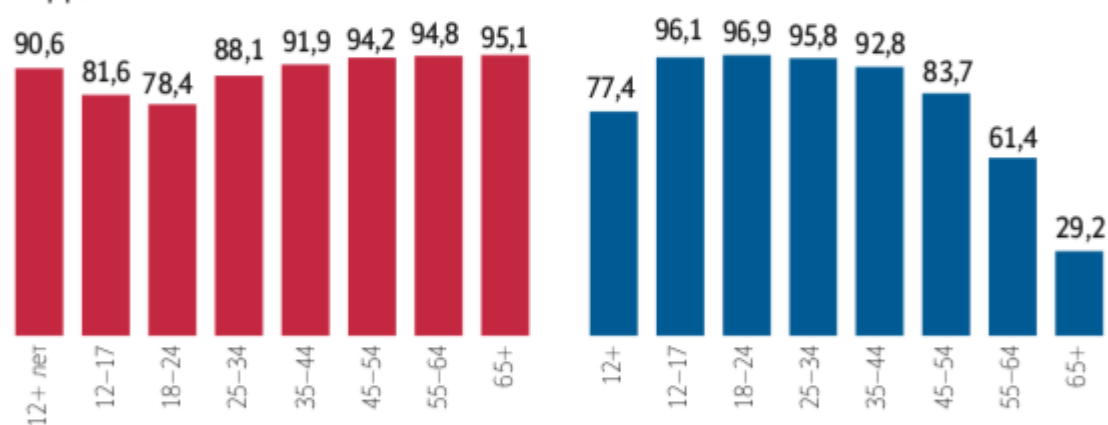
Охват, % от населения в крупных городах

■ ТВ ■ интернет

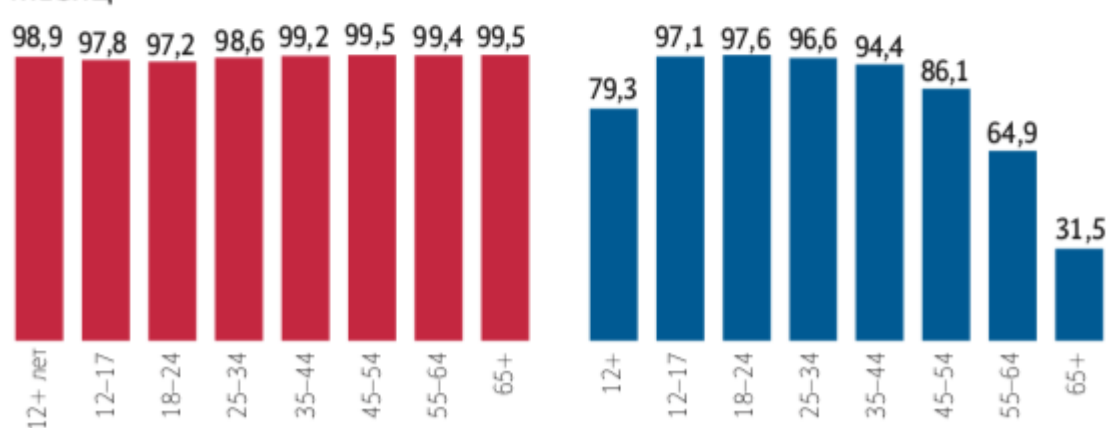
СУТКИ



НЕДЕЛЯ



МЕСЯЦ



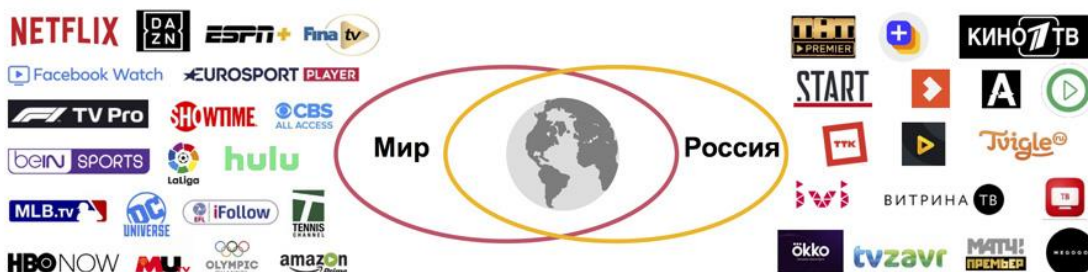
ИСТОЧНИК: MEDIASCOPE, 2018 Г. ДАННЫЕ ПО ЖИТЕЛЯМ СТАРШЕ 12 ЛЕТ В ГОРОДАХ РОССИИ С НАСЕЛЕНИЕМ БОЛЕЕ 100 000 ЧЕЛОВЕК

Приложение 3.

Если у вас есть контент, то будущее за OTT.
Но есть ли зритель для всех этих сервисов?
Что станет с большинством этих проектов?

Иллюстративно

Действующие



Планируемые к запуску



Источник: открытые источники, анализ PwC
PwC

Приложение 4.



Россия 24 
5,04 млн подписчиков

Полиция Санкт-Петербурга возбудила уголовное дело по факту фатальной многомиллионной аварии. Кабриолет Ferrari на огромной скорости влетел в седан Volkswagen.

Подпишитесь на канал Россия24: <https://www.youtube.com/c/russia24tv?...>

Последние новости России и мира, политика, экономика, бизнес, курсы валют, культура, технологии, спорт, интервью, специальные репортажи, происшествия и многое другое.
[#Россия24](#) [#Вести](#) [#Новости](#)

Официальный YouTube канал ВГТРК.

Россия 24 - это единственный российский информационный канал, вещающий 24 часа в сутки. Мировые новости и новости регионов России. Экономическая аналитика и интервью с влиятельнейшими персонами.

Смотрите также:

60 минут - <https://www.youtube.com/channel/UCR16...>

Новости в прямом эфире - <https://www.youtube.com/playlist?list...>

Международное обозрение - <https://www.youtube.com/playlist?list...>

Специальный репортаж - <https://www.youtube.com/playlist?list...>

Интервью - <https://www.youtube.com/playlist?list...>

Реплика - <https://www.youtube.com/playlist?list...>

Факты - <https://www.youtube.com/playlist?list...>

Мнение - <https://www.youtube.com/playlist?list...>

Агитпроп - <https://www.youtube.com/playlist?list...>

Россия и мир в цифрах - <https://www.youtube.com/playlist?list...>

Вести в субботу с Брилевым - <https://www.youtube.com/playlist?list...>

Вести недели с Киселевым - <https://www.youtube.com/playlist?list...>


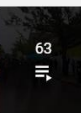




Специальный корреспондент - <https://www.youtube.com/playlist?list...>

Воскресный вечер с Соловьевым - <https://www.youtube.com/playlist?list...>




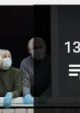
СВЕРНУТЬ

Приложение 5.

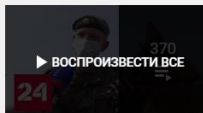
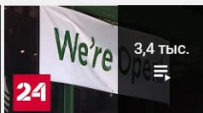

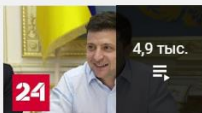
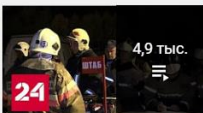
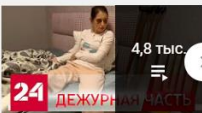
Все плейлисты

 Протесты в США 2020 Обновлено сегодня ПОСМОТРЕТЬ ВСЬ ПЛЕЙЛИСТ	 5 студия со Стасом Натанзоном Обновлено 2 дня назад ПОСМОТРЕТЬ ВСЬ ПЛЕЙЛИСТ	 Коронавирус: сводка за день ПОСМОТРЕТЬ ВСЬ ПЛЕЙЛИСТ	 Борьба с коронавирусом: вся полезная информация Обновлено вчера ПОСМОТРЕТЬ ВСЬ ПЛЕЙЛИСТ	 Covid-19: что говорят врачи Обновлено 2 дня назад ПОСМОТРЕТЬ ВСЬ ПЛЕЙЛИСТ	 Коронавирус. Последние новости 2020 Обновлено сегодня ПОСМОТРЕТЬ ВСЬ ПЛЕЙЛИСТ
--	--	---	--	--	--






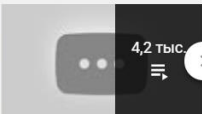
Все о коронавирусе COVID-19

 Борьба с коронавирусом: вся полезная информация Россия 24 Обновлено вчера ПОСМОТРЕТЬ ВСЬ ПЛЕЙЛИСТ	 Covid-19: что говорят врачи Россия 24 Обновлено 2 дня назад ПОСМОТРЕТЬ ВСЬ ПЛЕЙЛИСТ	 Коронавирус: сводка за день Россия 24 ПОСМОТРЕТЬ ВСЬ ПЛЕЙЛИСТ	 Спасибо врачам! МЫ ВМЕСТЕ! Россия 1 ПОСМОТРЕТЬ ВСЬ ПЛЕЙЛИСТ
---	---	--	--

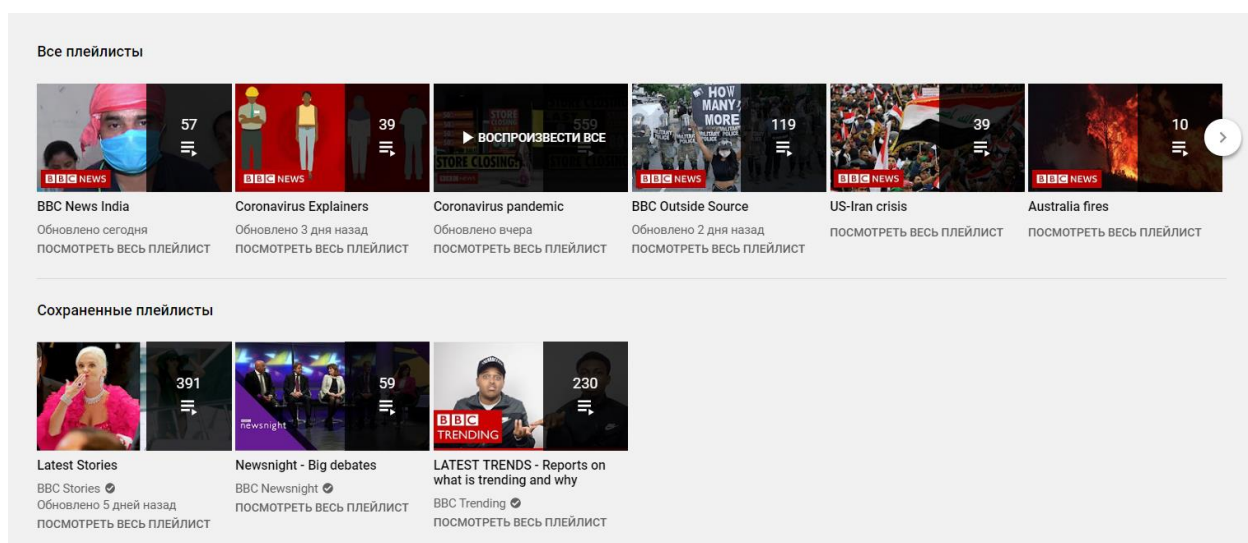
Главные темы

 75 лет Победы в Великой Отечественной войне Россия 24 Обновлено 2 дня назад ПОСМОТРЕТЬ ВСЬ ПЛЕЙЛИСТ	 Коронавирус. Последние новости 2020 Россия 24 Обновлено сегодня ПОСМОТРЕТЬ ВСЬ ПЛЕЙЛИСТ	 Экономика Россия 24 Обновлено вчера ПОСМОТРЕТЬ ВСЬ ПЛЕЙЛИСТ	 Ситуация на Украине Россия 24 Обновлено вчера ПОСМОТРЕТЬ ВСЬ ПЛЕЙЛИСТ	 Происшествия Россия 24 Обновлено сегодня ПОСМОТРЕТЬ ВСЬ ПЛЕЙЛИСТ	 Дежурная часть Россия 24 Обновлено вчера ПОСМОТРЕТЬ ВСЬ ПЛЕЙЛИСТ
---	---	---	--	--	--

Общественно-политические и информационные программы

 Вечер с Владимиром Соловьёвым Россия 24 Обновлено 2 дня назад ПОСМОТРЕТЬ ВСЬ ПЛЕЙЛИСТ	 Вести в 20:00 Россия 24 Обновлено вчера ПОСМОТРЕТЬ ВСЬ ПЛЕЙЛИСТ	 60 минут. Дискуссионный шоу с Ольгой Скабеевой и... Россия 24 Обновлено 2 дня назад ПОСМОТРЕТЬ ВСЬ ПЛЕЙЛИСТ	 Сенат Россия 24 ПОСМОТРЕТЬ ВСЬ ПЛЕЙЛИСТ	 Международное обозрение Россия 24 ПОСМОТРЕТЬ ВСЬ ПЛЕЙЛИСТ	 Вечер с Владимиром Соловьёвым Россия 24 Обновлено 2 дня назад ПОСМОТРЕТЬ ВСЬ ПЛЕЙЛИСТ
---	---	---	---	--	---

Приложение 6.



Приложение 7

- Краснодарские здравницы смогут принимать туристов с 1 июня - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 752 просмотра, 3 комментария

- Пропуск на отдых. Роспотребнадзор назвал условия для открытия здравниц - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из дома (в связи с пандемией COVID-19). 385 просмотров, 1 комментарий

- Долговая охота: инвесторы восторженно приняли предложение Минфина - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из дома. 252 просмотра, 2 комментария

- Вечер с Владимиром Соловьевым от 20.05.2020. Трехчасовой выпуск авторской передачи Владимира Соловьева. Темы передачи - Геополитика: что будет с миром после окончания коронавируса? Модель глобального и американского лидерства; Итоги пресс-конференции Владимира Зеленского. Чем отличается его риторика от риторики Порошенко год спустя? 56 067 просмотров, 260 комментариев

- В Пензе грабитель банкоматов притворился пенсионером - Россия 24. Новостной сюжет с закадровыми комментариями. 289 975 просмотров, 712 комментариев

- В Латинской Америке стремительно растет число заболевших COVID-19 - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 2 424 просмотра, 8 комментариев

- Равиль Гайнутдин призвал встретить дома праздник Ураза-байрам - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 11 575 просмотров, 14 комментариев

- Армия завершила строительство наблюдательного лагеря в Красноярском крае - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 914 просмотров, 2 комментария

- Ничто не останется незамеченным: цифровые платформы знают о вас все - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. В видеоматериале идет речь о якобы массовой слежке американских гаджетов за десятками миллионов пользователей. 1 396 просмотров, 16 комментариев

- Кризис - не время делиться. Российские банки отказываются от дивидендов - Россия 24. Альфа-банк принял решение не выплачивать дивиденды за прошлый год и направить прибыль в капитал. Новостной сюжет с закадровыми комментариями. 456 просмотров, 3 комментария

- Уколы и эндорфины: модельные агентства разыскивают тульскую медсестру - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 11 279 просмотров, 60 комментариев

- Новости экономики. Удачный выход Минфина и неприятный сюрприз для акционеров банков - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из дома. 670 просмотров, 3 комментария.

- В Кабардино-Балкарии идут испытания новой гидроэлектростанции - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 10 184 просмотра, 24 комментария.

- США заблокировали проект заявления России по Венесуэле - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 1 227 просмотров, 6 комментариев

- "Погода 24": самый холодный и ненастный день мая - Россия 24. Выпуск прогноза погоды из студии. 1 250 просмотров, 4 комментария

- Пособия на детей: необходимые документы, куда обращаться за консультацией - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 741 просмотр, 5 комментариев

- В Новосибирске обнаружили новый вид клещей - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 1 515 просмотров, 4 комментария.

- Деятели культуры решили и дальше развивать цифровой формат искусства - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 256 просмотров, 1 комментарий

- В Северной Осетии провели дезинфекцию аэропорта "Владикавказ" - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 279 просмотров, 3 комментария

- В Ярославской области начали строительство новых очистных сооружений на Волге - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 574 просмотра, 3 комментария

- Моряки-тихоокеанцы отмечают профессиональный праздник - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 358 просмотров, 1 комментарий

- COVID-19: церемонии уничтожения "злобного заклятия" - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 689 просмотров, 7 комментариев

- Коломойский находится под следствием ФБР и федеральной прокуратуры в США - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 5 288 просмотров, 9 комментариев

- Андрей Воробьев оценил посевную кампанию в Зарайске - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 459 просмотров, комментариев нет

- "Масочное" дело в городе Волжский - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 17 249 просмотров, 44 комментария

- Президент оценил по достоинству работу Небензи, Захаровой, Башмета и Щербакова - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 311 просмотров, 16 комментариев

- В России тестируют новую образовательную платформу - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 807 просмотров, 4 комментария.

- "Балкон-телепорт" перенес заболевших супругов в другой регион - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 415 просмотров, 1 комментарий

- Суд разберется, откуда у сотрудника ГИБДД 22 квартиры - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 4 700 просмотров, 25 комментариев

- Иракская разведка сообщила о задержании возможного нового лидера террористов - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 974 просмотр, 1 комментарий

- Окара пытается оправдать Порошенко, но студия принимает в штыки неудавшегося оратора - Россия 24. Элемент передачи «Вечер с Владимиром Соловьевым» на 12 минут с вырезкой разговора Порошенко и Байдена и последующими комментариями Соловьева и гостей передачи. 647 просмотров, 6 комментариев.

- Австралийские полицейские приняли секс-куклу за труп - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 1 228 просмотров, 6 комментариев

- В Москве за сутки умерли 68 пациентов с коронавирусом - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 1 382 просмотра, 9 комментариев.

- Каланчевка в плотном кольце вокзалов: когда "работать локтями" станет обязательно - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 655 просмотров, 1 комментарий

- В Самаре загорелся склад с пластиком - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 391 просмотр, комментариев нет.

- Крым глаза колет: YouTube тотально блокирует неудобные СМИ - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 4 596 просмотров, 321 комментарий

- Академик РАН: Россия может избежать яркой второй волны коронавируса - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 433 просмотра, 4 комментария

- Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 871 просмотр, 2 комментария

- Завод в Рыбинске увеличивает производство микропробирок - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 282 просмотра, 2 комментария

- Главврач больницы имени Иноземцева рассказал, передается ли COVID-19 от матери к ребенку. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 10 526 просмотров, 29 комментариев

- Палестинское форте: ближневосточный квартет отказывается подыгрывать вероломству Израиля. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 933 просмотра, 10 комментариев

- Гордон заявил, что его интервью с Поклонской было нужно СБУ - Россия 24. Элемент передачи «Вечер с Владимиром Соловьевым» на 10 минут, с полной вырезкой обсуждаемого интервью и последующими комментариями ведущего и гостей. 3 284 просмотра, 41 комментарий

- Вести в 23:00 с Алексеем Казаковым от 20.05.2020. Часовой выпуск новостной передачи выкладывается целиком. 20 365 просмотров, 36 комментариев

- Новый транспортно-пересадочный узел появится на железнодорожной станции Каланчевская - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 2 266 просмотров, 25 комментариев

- В Кировской области четырехлетний ребенок провел двое суток один в холодном лесу - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 6720 просмотров, 28 комментариев

- Договориться не получилось: подробности смертельного конфликта на юго-востоке Москвы - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 380 808 просмотров, 508 комментариев

- Обстрелы все интенсивнее: в Донбассе милиция приведена в повышенную боевую готовность - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 12 300 просмотров, 118 комментариев

- Научно доказано, что 165 миллионов лет назад на территории Подмосковья жили динозавры - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 4 023 просмотра, 29 комментария

- Коронавирус в РФ: кабмин проявляет оптимизм, главы регионов - осторожность - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 1 849 просмотров, 7 комментариев

- В Тюмени нашли тех, кто устроил опасные гонки на улицах города - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 2 361 просмотр, 24 комментария

- Квазивоенное положение: Европа чрезмерно раздувает бюджеты - Россия 24. Новостной сюжет с закадровыми комментариями. 1 704 просмотров, 5 комментариев

- В США на месяц продлили ограничения на границах с Канадой и Мексикой - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 3 706 просмотров, 8 комментариев

- Более 90 процентов москвичей соблюдают масочный режим в метро и магазинах - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 1 438 просмотров, 28 комментариев

- Новый церковный скандал: президент Черногории поддержал раскольников - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 1 934 просмотров, 30 комментариев.

- В Британии доброволец собрал рекордную сумму в помощь борющимся с COVID-19 врачам - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 628 просмотров, 2 комментария

- В Красноярском крае высокие показатели ежедневного прироста числа зараженных COVID-19 - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 1 009 просмотров, 9 комментариев

- ВСУ снова обстреливают Донбасс - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 2 511 просмотров, 14 комментариев

- Путин поддержит главу Татарстана Минниханова при выдвижении на новый срок - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 2 706 просмотров, 2 комментария

- Вести. "Дежурная часть" от 20 мая 2020 года (18:30) - Россия 24. Выпуск передачи целиков на 25 минут. 7 874 просмотра, 5 комментариев.

- Никто "спасибо" не скажет: Зеленский рассказал об итогах первого года президентства - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 18 913 просмотров, 156 комментариев

- На Индию и Бангладеш обрушился самый мощный в истории этих стран суперциклон Ампан - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 32 851 просмотров, 76 комментариев

- Лазейка для фермеров: Сирота объяснил, как перекупщиков посадить на голодный паек - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 1 306 просмотров, 5 комментариев

- Россия отмечает День Волги - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 829 просмотров, 4 комментария

- Вести в 20:00 от 20.05.20. Выпуск новостной передачи целиком (продолжительность 1:15:51). 290 123 просмотров, 228 комментариев
- Где просчиталась Испания: почему вирус-апокалипсис никак не заканчивается - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 1920 просмотров, 4 комментария
- Курс дня. Блокбастер-аукцион ОФЗ и ЕС, докатившийся до дефицитов бюджетов. Выпуск передачи, которая выходит на телеканале Россия 24 продолжительностью 25 минут. 1 334 просмотра, 2 комментария.
- Догнать и перегнать: труд доярок и трактористов опять в почете - Россия 24. Новостной сюжет с закадровыми комментариями. 1 098 просмотров, 16 комментариев
- Коронавирус. Последние новости о ситуации в России. Сводка за 20 мая. Полный выпуск передачи, выходящей на телеканале Россия 24 продолжительностью 18 минут. 114 788 просмотров, 580 комментариев
- "Мнение": представитель ВОЗ в РФ Мелита Вуйнович о развитии пандемии коронавируса - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 1 035 просмотров, 10 комментариев
- ДТП и разбросанные деньги: как ведут себя тюменские автохамы - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 118 151 просмотр, 426 комментариев
- Наименее пострадавшая отрасль: президент поставил задачи перед представителями АПК - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 17 030 просмотров, 205 комментариев
- Россия готовится палить по миру из продовольственной базуки - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 2 627 просмотров, 35 комментариев
- На Алтае закрыт подпольный цех по производству алкогольных коктейлей - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 1 265 просмотров, 5 комментариев

- Украинские националисты пожелали Гордону судьбы Бузины. 60 минут от 20.05.20. Вырезка из передачи «60 минут» продолжительностью 9 минут. 3 173 просмотра, 34 комментария

- Задержание бывшего главного следователя Брянска: куда тянется преступная цепочка - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 3 360 просмотра, 44 комментария

- Темные дела: к каким последствиям приводит нарушение правил тонировки автостекол - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 1 469 просмотров, 8 комментариев

- При каких условиях можно будет заказывать спиртное с доставкой на дом - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 594 просмотра, 5 комментариев

- Искусство онлайн: полученный во время пандемии опыт сложно переоценить - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 836 просмотров, 2 комментария

- Пандемия реформирует ретейл: мегамаркеты на окраинах как пережиток прошлого - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 598 просмотров, 3 комментария

- В столице машина "сбежала" от полицейских: ВИДЕО - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 3 338 просмотров, 13 комментариев

- "Взгляды сошлись - и все": Вдова онколога Павленко вспомнила об их первой встрече - Россия 24. Заставка сюжета программы «Андрей Малахов – прямой эфир».

- Путин: Россия полностью обеспечивает себя основными продуктами - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 4 761 просмотр, 85 комментариев

- Стрельба в Печатниках: полиция ищет преступника - Россия 24. Новостной сюжет с комментариями ведущего из студии. 2 789 просмотров, 5 комментариев

Приложение 8.

- Coronavirus: the worst death rate in one of London's poorest boroughs - BBC News (перевод: Коронавирус: худшая смертность в одном из самых бедных районов Лондона). Новостной сюжет с комментариями из студии. 262 679 просмотров, 1 235 комментариев, 1 800 лайков, 230 дизлайков, 720р

- Coronavirus: Boris Johnson pledges "world beating" track and trace system within days - BBC News (перевод: Коронавирус: Борис Джонсон обещает, что система слежения за мировой угрозой заработает в течении нескольких дней). Новостной сюжет с комментариями из студии. 127 931 просмотр, 1 703 комментария, 1 000 лайков, 749 дизлайков, 720р

- Rolls Royce cuts 9,000 jobs and warns recovery from pandemic will take years - BBC News (перевод: Роллс Ройс сократил 9 000 рабочих мест и предупреждает, что восстановление после пандемии займет годы). Новостной сюжет с комментариями из студии. 49 711 просмотров, 333 комментария, 641 лайк, 46 дизлайк, 720р

- Coronavirus: Surrogate babies stranded in Ukraine - BBC News (перевод: Суррогатные младенцы застряли в Украине). Новостной сюжет с закадровыми комментариями. 31 391 просмотр, комментарии отключены, 195 лайков, 328 дизлайков, 1080р

- Coronavirus: Trump gives WHO ultimatum over Covid-19 handling - BBC News (перевод: Коронавирус: Трамп предъявляет ультиматум ВОЗ в отношении обработки Ковид-19). Новостной сюжет с комментариями из студии. 244 454 просмотров, 2 352 комментария, 1 600 лайков, 411 дизлайк, 1080р

- Coronavirus: More than 11,000 deaths in care homes - BBC News (перевод: Коронавирус: Более 11 000 смертей в домах престарелых). Новостной сюжет

с комментариями из студии. 16 597 просмотров, 176 комментариев, 156 лайков, 45 дизлайков, 1080р

- Coronavirus: Brazil records third-highest Covid-19 infection level - BBC News (Коронавирус: в Бразилии зафиксирован третий по величине уровень заражения Ковид-19). Новостной сюжет с комментариями из дома. 91 043 просмотра, 364 комментария, 664 лайка, 99 дизлайка, 720р

- Club Penguin: How fans turned Disney's children's game toxic - BBC News (перевод: Club Penguin (имя собственное, название компьютерной онлайн игры): как фанаты сделали детскую игру компании Disney токсичной). Новостной сюжет с комментариями из дома. 96 834 просмотра, 1 113 комментариев, 2 800 лайков, 502 дизлайка, 1080р