

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
имени М. В. ЛОМОНОСОВА

---

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ  
Кафедра новых медиа и теории коммуникации

**ВЛИЯНИЕ YOUTUBE-КАНАЛОВ  
НА ОБЪЕМ АУДИТОРИИ ОНЛАЙН-КИНОТЕАТРОВ**

**Исследовательская работа**  
студентки IV курса  
414 группы д/о  
Кугач А.И.

**Научный руководитель:**  
Першина Е.Д.

Москва - 2021

# **ОГЛАВЛЕНИЕ**

## **ВВЕДЕНИЕ 3**

Социальные сети как инструмент продвижения  
компании 5

YouTube-каналы как инструмент продвижения компании  
9

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ 12**

## **СПИСОК ИСТОЧНИКОВ 13**

## **ПРИЛОЖЕНИЯ 15**

## **ВВЕДЕНИЕ**

Онлайн-кинотеатры в последние годы начали приобретать еще большую популярность в связи с тем, что жизнь в условиях пандемии вынуждает людей чаще оставаться дома, ограничивает их возможность посещать общественные места, включая кинотеатры. Альтернативой им служат видеостриминговые сервисы, позволяющие за определенную плату смотреть фильмы и сериалы на мобильных устройствах, компьютерах или телевизорах с технологией Smart TV.

Одними из первых онлайн-кинотеатров России были ivi и Okko, затем появилась русская версия Netflix, позже возникли видеосервисы «Кинопоиск» и Wink, а в 2021 году – KION. Первые пять до сих пор остаются в пятерке лидеров по количеству пользователей и просмотров<sup>1</sup>.

С увеличивающейся популярностью онлайн-кинотеатров и ростом конкуренции видеосервисы активнее борются за аудиторию, используя различные интернет-платформы и социальные сети в качестве инструментов PR.

Цель данной исследовательской работы – проследить, как влияют социальные сети и YouTube на приток аудитории в онлайн-кинотеатры.

Гипотеза: помимо социальных сетей (ВКонтакте, Facebook, Instagram), большое влияние на увеличение количества пользователей онлайн-кинотеатров играют каналы YouTube. Так как на этой платформе создается

---

<sup>1</sup> Юлия Онодэра. GfK представила рейтинг онлайн-кинотеатров, которыми пользуются в России / «Афиша Daily». 12 октября 2021  
URL: <https://daily.afisha.ru/news/55579-gfk-predstavila-reyting-onlayn-kinoteatrov-kotorymi-polzuyutsya-v-rossii/> (дата обращения: 24.12.2021)

визуальный контент, он в большей мере может повлиять на привлечение аудитории к видеосервисам.

Методология:

- анализ социальных сетей (ВКонтакте, Facebook, Instagram) пяти онлайн-кинотеатров (ivi, Okko, Netflix, «Кинопоиск» и Wink);
- анализ каналов YouTube этих видеосервисов;
- сравнение статистики социальных сетей и YouTube-каналов этих онлайн-кинотеатров;
- опрос одной из групп целевой аудитории (молодые люди от 18 до 25 лет).

## **Социальные сети как инструмент продвижения компании**

### Кинопоиск

Появившийся в 2003 году, «Кинопоиск» публиковал на сайте информацию о киноновинках, о фильмах, рецензии критиков и предоставлял возможность пользователям выкладывать свои отзывы. Спустя десять лет его приобрела компания «Яндекс», а в 2018 году был запущен онлайн-кинотеатр «КиноПоиск HD», носящий с ноября 2021 года название «Кинопоиск». Несмотря на то, что этот видеосервис появился одним из последних на данный момент, его популярность очень высока<sup>2</sup>.

В ВКонтакте у сервиса 2 группы, обе верифицированы. В основной более 2,5 миллионов подписчиков, а во второй, посвященной подписке Яндекс Плюс («Плюс Кинопоиск»), около 50 тысяч. В основном, там публикуются новостные материалы, анонсы и интересные факты о кино, ссылки на их YouTube-канал. Иногда создаются подборки, а также подкасты о конкретных фильмах, тенденциях в киноискусстве и стилях разных авторов.

Верифицированная группа в Facebook насчитывает в среднем около 380 тысяч пользователей, поставивших отметку «Мне нравится» и подписавшихся на сообщество. Здесь материал групп ВКонтакте дублируется, за

---

<sup>2</sup> Четверть россиян платят за подписки на онлайн-кинотеатры / Sostav. 12.10.2021

URL: <https://www.sostav.ru/publication/chislo-platyashchikh-podpischikov-kinopoisk-hd-i-kion-zametno-vyroslo-v-tretem-kvartale-2021-goda-50833.html> (дата обращения: 24.12.2021)

исключением подкастов. Как и в ВКонтакте, в Facebook публикуются ссылки на YouTube-канал Кинопоиска.

Профилей в Instagram у онлайн-кинотеатра два, оба верифицированы. У основного профиля 749 тысяч подписчиков, а у второго профиля, посвященного «Плюсу Кинопоиску» – 91,1 тысяча. В них публикуются подборки кино и сериалов, фотографии актеров, редкие кадры со съемок проектов и новости, связанные с киномиром и работой онлайн-кинотеатра.

#### ivi

Один из первых появившихся в России – в 2010 году – онлайн-кинотеатров собрал большую коллекцию из сериалов и фильмов разных стран. На данном сервисе можно найти малоизвестные корейские, скандинавские и британские сериалы, которые не встретишь у других, а также множество сериалов российского производства и стран ближнего зарубежья.

Верифицированная группа ВКонтакте насчитывает более 1,1 миллиона подписчиков. Публикуются в ней преимущественно новости о работе сервиса, спецпредложения компании, рецензии на фильмы и шутки в виде коротких видеофрагментов из сериалов.

Сообщество в Facebook верификацию не проходило, в нем состоит примерно 112 тысяч человек. Информация дублируется из группы ВКонтакте.

То же можно сказать о верифицированном профиле в Instagram: информация схожа с тем, что публикуется в других социальных сетях. Здесь подписчиков 529 тысячи.

### Okko

Компания существует с 2009 года, а в 2018 году была куплена Rambler Group, пожелавшей переименовать объединенную сеть кинотеатров «Формула Кино» и «Синема парк» в «Кино Okko» и создать «уникальную кросс-медийную экосистему»<sup>3</sup>.

У видеосервиса есть две верифицированные группы ВКонтакте. Одна посвящена всему онлайн-кинотеатру, а вторая – разделу «Okko Спорт», в них 225 тысяч и 223 тысяч подписчиков соответственно. В них публикуются спецпредложения, информация о фильмах/матчах, тизеры и новости о работе кинотеатров «Формула Кино» и «Синема парк».

В Facebook есть только одно верифицированное сообщество, насчитывающее примерно 31 тысячу подписчиков. Группа, посвященная разделу «Okko Спорт», верификацию не проходила, в ней состоит около 5 тысяч людей. Информация дублируется из сообществ ВКонтакте.

В Instagram обе группы верифицированы, у основной 175 тысяч подписчиков, а у специализированной на спорте – 53,7 тысячи. Информация повторяется, но больший акцент делается на тизерах, фрагментах из эфиров и матчей и кадрах из фильмов.

---

<sup>3</sup> Роман Бобылев. Сеть кинотеатров «Синема Парк» и «Формула Кино» переименуют в Okko / «Афиша Daily». 29 октября 2018  
URL: <https://daily.afisha.ru/news/21117-set-kinoteatrov-sinema-park-i-formula-kino-pereimenuyut-v-okko/> (дата обращения: 24.12.2021)

## Netflix

Американская компания, существующая с 1997 года, запустила полноценную русскоязычную версию в 2016 году.

В ВКонтакте нет официальной группы сервиса, только «фанатские». В некоторых сотни тысяч подписчиков, а в самой крупной – более 1,9 миллиона. Публикуются новости из мира кино, фотографии, кадры со съемок и трейлеры, информация о датах выхода сериалов и фильмов, шутки.

Так как основная масса потребителей контента находится в США, у компании есть верифицированная группа в Facebook. В ней более 79,5 миллиона подписчиков. Здесь контент уже более «живой», нацеленный на аудиторию, что проявляется в количестве постов с подборками, шутками и мемами, опросами.

В Instagram у Netflix 3 профиля, каждый из которых верифицирован. Первый посвящен всему контенту платформы, он англоязычный, ориентирован на США. В нем 28,9 миллионов подписчиков. У русскоязычного профиля подписчиков меньше – 335 тысяч, а у профиля, посвященного продуктам оригинального производства Netflix, 5,4 миллиона. Все они посвящены сериалам и фильмам, редакция выкладывает преимущественно трейлеры и тизеры, составляет подборки и интересные кадры, делится редкими фото из жизни актеров, задействованных в проектах.

## Wink

Онлайн-кинотеатр, появившийся в 2018 году, принадлежит ПАО «Ростелеком». В отличие от остальных видеосервисов, он активно использует рекламу на



телевидении. Социальные сети этой платформы не пользуются большой популярностью.

В группе ВКонтакте, верифицированной, 31 тысяча подписчиков, публикуется 1-3 поста в день со ссылками на сервис, часто только фотографии с шутками и короткими подписями. Иногда в группе появляются креативно написанные аннотации к фильмам и подборки кино.

На Facebook у онлайн-кинотеатра нет группы, а в Instagram информация дублируется из сообщества ВКонтакте. У профиля насчитывается 38,6 тысяч подписчиков.

## **YouTube-каналы как инструмент продвижения компании**

YouTube – популярный видеохостинг, специализирующийся на хранении и показе видеоматериалов. У пользователей есть возможность самостоятельно загружать видео на свои каналы, смотреть и оценивать, комментировать чужой контент и делиться материалом в социальных сетях.

Онлайн-кинотеатры пользуются этим сервисом, чтобы выкладывать видеоматериалы о своей продукции. Это позволяет пользователям и потенциальным подписчикам оценить часть материала заранее и принять решение относительно покупки услуг.

У *ivi*, *Okko*, *Netflix*, «Кинопоиск» и *Wink* есть каналы на YouTube.

*ivi* имеет один верифицированный канал, на нем 117 тысяч подписчиков и 235 видео, общее количество просмотров – 157 657 262. Он был зарегистрирован 2 ноября 2017 года. На канал выкладывают множество тизеров и трейлеров, группируют их по жанрам или производителям в плейлисты. На канале также есть анонсы серий популярных на сервисе сериалов. Иногда у них встречаются первые серии новых проектов в полном объеме, но это редкость. Есть также плейлист, посвященный фрагментам из интервью, выступлениям актеров на премьерных показах и отрывкам с красной дорожки.

*Wink* точно так же публикует трейлеры и тизеры кино, редко – фрагменты из интервью. На канале популярны видео с короткими видеоподборками «Что смотреть на выходных?»

Канал не прошел верификацию, на нем 7,45 тысяч подписчиков и 89 видео. Дата регистрации – 21 мая 2020 года, а общее количество просмотров составляет 14 792 202.

У Okko на YouTube два канала: один не верифицированный, на нем 102 тысячи подписчиков и 252 видео, а второй («Okko Спорт») верифицирован и имеет 251 тысячу подписчиков, 1174 видео. Основной канал был зарегистрирован 17 октября 2017 года и имеет в целом 79 008 335 просмотров, а специализированный на спорте – 8 мая 2019 года, имеет 58 320 494 просмотров. На основном канале публикуются подкасты «Как в жизни», сделанные в «Дорогой редакции», но они, в отличие от трейлеров и первых серий новых сериалов, набирают в разы меньше просмотров. «Okko Спорт» публикует обзоры матчей, лиг, прогнозы и дискуссии. Они стремятся сделать интересные заголовки, с аллюзиями на известные кинокартины: «Ла Ла Лига» (как фильм «Ла-Ла Ленд») или «Английский пациент».

У Netflix множество каналов на YouTube, что связано с количеством стран, имеющих свою версию сервиса, а также с объемом контента, который был разделен на отдельные каналы, а не плейлисты, как у других сервисов. Например, существуют отдельные каналы Netflix, посвященные исключительно детскому контенту, аниме и выступлениям комиков. В данной работе будут рассмотрены три канала: основной (верифицирован, 22,5 миллиона подписчиков и 5123 видео), русскоязычный (не верифицирован, 246 тысяч подписчиков и 321 видео) и Still Watching Netflix, посвященный более глубокому анализу кинопродукции компании (верифицирован, 2,24 миллиона и 2962 видео).

Основной канал был зарегистрирован 18 июля 2012 года и имеет 4 846 500 723 просмотров. Дата регистрации Still Watching Netflix – 18 июля 2014 года, просмотров на нем 259 130 422. Русский канал был зарегистрирован позднее – в 2020 году, 14 августа; на нем 37 693 068 просмотров. На русскоязычном канале выкладываются тизеры и трейлеры, а также видео, в которых рассказывается краткое содержание сериалов.

Верифицированный YouTube-канал «Кинопоиска» существует с 12 октября 2013 года, он появился на пять лет раньше, чем онлайн-кинотеатр. Поэтому те, кто оформил подписку на сервис, могли до этого момента смотреть на их канале контент о кино. «Кинопоиск» рассказывает об известных фильмах и почему они стали культовыми, в чем успех некоторых кинокартин и почему другие терпят неудачи. Редакция готовит краткие биографии известных актеров, демонстрирует их творческий путь, а также анализируют художественные стили режиссеров. Сейчас общее количество просмотров на канале составляет 119 627 000. У него 863 тысячи подписчиков и 275 видео.

Контент «Кинопоиска» отличается от того, что публикуется на каналах остальных рассматриваемых в исследовании онлайн-кинотеатров. Он создавался и развивался до видеосервиса, параллельно с основным сайтом, посвященным кино. Более глубокие анализы и обзоры, необычные точки зрения и доступные для массового зрителя интерпретации привлекательны для аудитории.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Возвращаясь к гипотезе данной исследовательской работы, следует предположить, что после просмотра креативного контента, созданного «Кинопоиском», потенциальные пользователи могут перейти на сайт видеосервиса и оформить подписку.

Судя по количеству подписчиков на канале, аудитория «Кинопоиска» превышает остальные четыре примерно в 8 раз (русскоязычный канал Netflix – в 4 раза, а Wink – приблизительно в 107 раз). При этом количество видео на всех каналах, кроме Wink, примерно одинаковое. Данная статистика показывает, что контент, создаваемый и публикуемый «Кинопоиском», более привлекателен для аудитории.

А если обратиться к статистике международной исследовательской компании GfK<sup>4</sup>, говорящей о том, что «Кинопоиск» стал самым популярным по количеству платных подписок и просмотров онлайн-кинотеатром среди зрителей, то это подтверждает гипотезу о положительном влиянии контента YouTube-каналов на объем аудитории.

Данную гипотезу также подтверждает опрос, проведенный среди одной из частей целевой аудитории – молодежи от 18 до 25 лет. Судя по полученным результатам, 60% опрошенных<sup>5</sup> подписаны на сервис «Кинопоиск» (прил. 1), а информацию о новинках кино из YouTube получают

---

<sup>4</sup> Юлия Онодэра. GfK представила рейтинг онлайн-кинотеатров, которыми пользуются в России / «Афиша Daily». 12 октября 2021  
URL: <https://daily.afisha.ru/news/55579-gfk-predstavila-reyting-onlayn-kinoteatrov-kotorymi-polzuyutsya-v-rossii/> (дата обращения: 24.12.2021)

<sup>5</sup> В опросе была опция голосовать за несколько вариантов.

46%<sup>6</sup> (прил. 2). 52% опрошенных смотрят видеоматериалы канала «Кинопоиск», однако лишь половина из них решила оформить подписку после этого (прил. 3, 4). Остальные узнали о канале уже после и «убедились в правильности своего решения»<sup>7</sup>, такой контент оказал положительное влияние на репутацию онлайн-кинотеатра.

## **СПИСОК ИСТОЧНИКОВ**

1. Юлия Онодэра. GfK представила рейтинг онлайн-кинотеатров, которыми пользуются в России / «Афиша Daily». 12 октября 2021

URL: <https://daily.afisha.ru/news/55579-gfk-predstavila-reyting-onlayn-kinoteatrov-kotorymi-polzuyutsya-v-rossii/> (дата обращения: 24.12.2021)

2. Четверть россиян платят за подписки на онлайн-кинотеатры / Sostav. 12.10.2021

URL: <https://www.sostav.ru/publication/chislo-platyashchikh-podpischikov-kinopoisk-hd-i-kion-zametno-vyroslo-v-tretem-kvartale-2021-goda-50833.html> (дата обращения: 24.12.2021)

3. Роман Бобылев. Сеть кинотеатров «Синема Парк» и «Формула Кино» переименуют в Okko / «Афиша Daily». 29 октября 2018

URL: <https://daily.afisha.ru/news/21117-set-kinoteatrov-sinema-park-i-formula-kino-pereimenuyut-v-okko/> (дата обращения: 24.12.2021)

4. <https://vk.com/kinopoisk>

5. <https://vk.com/plus.kinopoisk>

6. <https://vk.com/iviru>

7. <https://vk.com/okkomovies>

---

<sup>6</sup> То же самое.

<sup>7</sup> Там же.

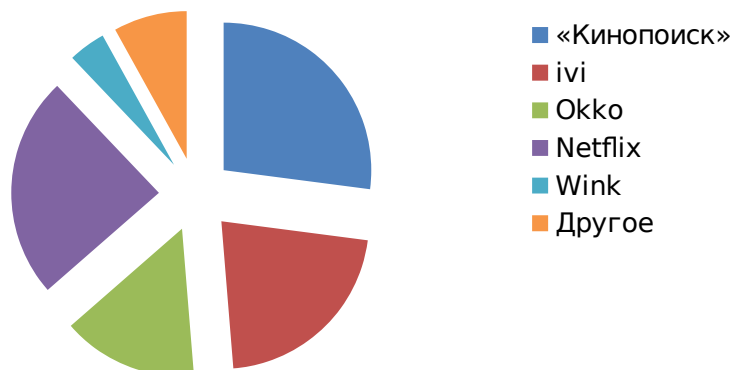
8. <https://vk.com/okkosport>
9. <https://vk.com/tvnetflix>
10. <https://vk.com/wink.russia>
11. <https://www.facebook.com/kinopoisk/>
12. <https://www.facebook.com/ivi.ru>
13. <https://www.facebook.com/okkomovies/>
14. <https://www.facebook.com/okkosport/>
15. <https://www.facebook.com/netflixru/>
16. <https://www.instagram.com/kinopoisk/>
17. <https://www.instagram.com/plus.kinopoisk/>
18. [https://www.instagram.com/ivi\\_official/](https://www.instagram.com/ivi_official/)
19. <https://www.instagram.com/okkomovies/>
20. <https://www.instagram.com/okko.sport/>
21. <https://www.instagram.com/netflix/>
22. <https://www.instagram.com/netflixru/>
23. <https://www.instagram.com/netflixfilm/>
24. <https://www.instagram.com/wink.russia/>
25. <https://www.youtube.com/c/kinopoisk>
26. <https://www.youtube.com/c/iviofficial>
27. <https://www.youtube.com/channel/>

[UC7a8hHr1lrK92Ab91sOXdA/featured](https://www.youtube.com/channel/UC7a8hHr1lrK92Ab91sOXdA/featured)

28. <https://www.youtube.com/c/okkosport>
29. <https://www.youtube.com/c/Netflix/>
30. <https://www.youtube.com/c/NetflixRussia>
31. <https://www.youtube.com/c/stillwatchingnetflix>
32. <https://www.youtube.com/c/WinkRussia>

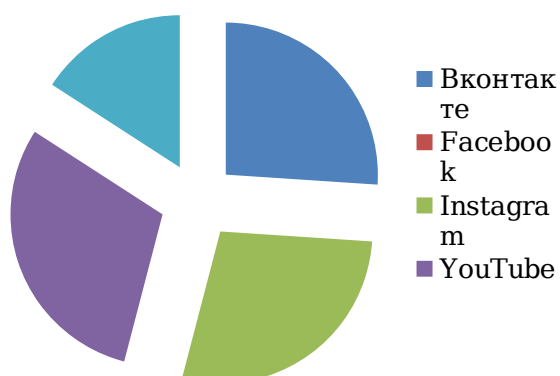
## ПРИЛОЖЕНИЯ

**На какой онлайн-кинотеатр у вас оформлена подписка?**



(прил. 1)

**Откуда вы узнаете информацию о новинках кино?**



(прил. 2)

**Вы смотрите YouTube-канал «Кинопоиска»?**



(прил. 3)

**Когда вы начали смотреть YouTube-канал «Кинопоиска»?**



(прил. 4)