

ПЛАТФОРМА YouTube: ПЕРСПЕКТИВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Название видеохостинга YouTube образовано от двух слов: *you* ('ты, вы') и *tube* (буквально переводится как 'труба', на сленге означает 'телевизор'). Изначально сервис задумывался как проект для знакомств и предполагалось, что люди будут знакомиться через видеоролики. Однако позже тематику решили не ограничивать знакомствами и YouTube стал платформой, куда можно загружать видеоролики, делиться ими с другими людьми и просматривать видео, которые загрузил кто-то еще. Сейчас YouTube действительно стал подобием телевидения. Среди многочисленных каналов можно найти что угодно: блоги и новостные видео; обзоры продуктов, услуг и контента; развлекательные видеоролики различной направленности; истории, биографии, документальные и художественные фильмы и сериалы, в том числе любительские; музыкальные клипы; телешоу и многое другое. Аналогов, равных по посещаемости и охвату, на данный момент не существует.

Согласно актуальной статистике, площадка YouTube доступна для 95 % населения планеты, подавляющее число пользователей – люди в возрасте от 18 до 44 лет, каждый месяц сайт посещают 2 миллиарда человек. Таким образом, платформа широко известна, и ее аудиторию составляют различные возрастные и социальные группы.

Благодаря алгоритмам ранжирования Google видеохостинг стал еще и второй по популярности поисковой системой в мире. YouTube является не только проектом для обмена видео, но также и мощным каналом продвижения. Популярности сервиса в этом плане способствуют широкие рекламные возможности, умные алгоритмы рекомендаций и невероятная массовость.

С момента создания YouTube повлиял на мир и его развитие. Для подавляющего большинства пользователей – это обычная платформа для развлечения, но некоторые получили мировую славу благодаря этой площадке. Например, Джастин Бибер участвовал в песенных конкурсах, а мама артиста записывала видео и выкладывала их на просторы YouTube. Вскоре про-

дюсеры заметили мальчика и началась его звездная жизнь. Таким образом, именно YouTube помог юноше стать знаменитым во всем мире и получить поддержку фанатов и спонсоров.

Согласно исследованию Google в 2016 г. шесть человек из десяти предпочитают онлайн-видеоплатформы обычному телевидению. А в 2017 г. цифры говорили о том, что количество людей, выбирающих YouTube удвоилось. Двое из трех пользователей просматривают ролики на телевизионном экране и так же, как и телевизионный контент, просмотр видео на платформе возрастает в прайм тайм и на выходных. YouTube развивается, учитывая последние тенденции и запросы пользователей. Так, весной 2020 г. был запущен сервис коротких видео, который называется shorts, где пользователи могут просматривать короткие ролики, подобранные на основе их подписок и просмотренных видео.

Разнообразие того, что смотрят на Youtube, охватывает целый спектр тематик. По статистике на данный момент, одними из самых популярных категорий видео являются следующие: прохождение компьютерных игр; детские мультипликационные фильмы; различного рода челленджи и пранки; влоги, похожие на реалити шоу; видео, посвященные сферам бьюти (красоты), моды, приготовлению еды, путешествиям; а также особой популярностью пользуются распаковки товаров и видео типа «how to...».

Исследователи из университетов Амстердама, Барселоны и Технологического университета Квинсленда (Австралия) изучили 36,3 млн. каналов YouTube с помощью API сайта (Application Programming Interface – ‘программный интерфейс приложения’). Они пришли к выводу, что лишь 0,42 % всех каналов (153 770) имеют более 100 000 подписчиков, а каналов-миллионников оказалось всего 0,04 % (15496 из 36 млн). Несмотря на тот факт, что на них приходится менее 1 из 10 видео на платформе, они претендуют на 62 % всех просмотров. Также исследование показало, что только у 4,4 млн каналов более 1000 подписчиков, и это дает им право на монетизацию через YouTube. Каналы-стотысячники, как правило, размещают большее количество видео: около 940 по сравнению с 26 у тех, у кого меньше 1000 подписчиков, однако на них приходится более трети всех просмотров.

Прослеживается и динамика изменений длины видео на YouTube за эти годы. Так, в конце 2000-х средний видеоролик на YouTube длился около пяти минут; в 2014 г. его длина преодолела уже 10-минутную отметку; а в 2019 г. средний размер видео составлял около 800 секунд (более 13 минут).

Увеличение длины видео, очевидно, свидетельствует о профессионализации YouTube. Платформа уходит от своего девиза «Broadcast yourself («Вещай сам») и приближается к крупным компаниям, которые подражают кино- и телестудиям и производят высокопрофессиональный контент.

На основе анализа имеющихся статистических данных и основных тенденций развития YouTube как платформы логичным представляются следующие перспективы исследования:

- изучение корреляции «дата создания канала/количество просмотров/количество подписчиков»;
- составление структурно-тематической классификации;
- анализ YouTube-каналов в зависимости от личности автора контента.

На сегодняшний день, платформу YouTube можно назвать обладателем монополии на все видео в интернете. Это давно уже не просто крупнейший в мире видеохостинг, куда рано или поздно стекаются все интересные ролики Сети, – таким сервис стал еще до конца нулевых. В настоящее время это в первую очередь «глобальная мастерская», в которой создается значительная часть самого популярного цифрового контента и с каждым днем эта доля растет.