

«Трансформация русскоязычных авторов YouTube - каналов от видеоблогинга к подкастингу»

Научный руководитель – Круглова Людмила Алексеевна

Корнеева Екатерина Алексеевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра телевидения и радиовещания, Москва, Россия

E-mail: katerinamoonkk@mail.ru

YouTube - крупнейший видеохостинг 21 века, где представлено огромное количество различных видео. Ежедневно просматривается больше одного миллиарда роликов (на каждого человека в среднем приходится 8,5 минут), а за одну минуту на платформу выкладываются более 500 часов видеоконтента. Для более наглядного примера масштаба ситуации: человеку потребуется примерно около 80 лет, чтобы посмотреть все видео, опубликованные на стриминговую площадку YouTube всего за один час [1]. Несмотря на то, что компания была основана лишь в 2004 году, ютуб стал одним из самых популярных сайтов в мире.

Своим появлением YouTube изменил правила игры - дал площадку для самореализации абсолютно каждому человеку, практически ничем не ограничивая авторов. Так зародился видеоблогинг: люди начали рассказывать о своей жизни, придумывать форматы, запускать шоу. И, что самое важное, получать мгновенный отклик аудитории. В отличие от телевидения, автор мог сразу видеть сколько человек посмотрело его видео, и насколько им это понравилось (функция «лайков и дизлайков» и открытые комментарии под роликами).

Однако потребность, интересы и вкусы пользователей меняются в ускоренном темпе. Как и площадки для творчества: сейчас YouTube вынужден конкурировать с Instagram и Tiktok. Поэтому видеоблогеры, добившиеся медийности и ставшие звёздами, всячески стараются сохранить свою популярность. Накопленный капитал и лояльная аудитория дают сильное преимущество на старте, что позволяет им с легкостью экспериментировать в новых для себя форматах и жанрах. Так, одно из самых частых направлений - уход блогеров в музыку. Но в 2020 году у креаторов появилась новая альтернатива - подкасты.

Термин «подкастинг» появился благодаря английскому слову broadcasting и плеерам iPod компании Apple, в каждом из которых была установлена программа iTunes. Позже разработчик Дэйв Вайнер добавил в неё RSS-агрегатор, что позволило загружать туда аудио с различными интервью. В виду этого люди впервые смогли прослушать любимые скачанные программы в режиме offline [2].

По сути, подкасты - это авторская радиостанция, где люди говорят друг с другом о том, что их интересует. Причем, темы разговора может задавать как автор, так и приглашенный гость, что сильно отличается от жанра интервью. Поэтому блогеры, не имея специальной подготовки и навыка, спокойно вписываются в формат и создают свои авторские шоу. И, благодаря тому что практически все видеоподкасты дублируются на аудио-платформы, они расширяют свою аудиторию.

Интерес к подкастингу сейчас действительно высок, а сами подкасты стали полноценным самостоятельным направлением блогинга. Несмотря на то, что массово видеоблогинг значительно популярнее подкастов, между этими форматами есть много общего. Главное и основополагающее сходство - субъективность автора. Блогер - это человек, выражающий своё субъективное мнение на камеру. Этим он отличается от журналиста, который

даёт высказаться обеим сторонам, сохраняя при этом нейтралитет. Автор подкастов также выражает только своё мнение, не претендуя на объективность.

Во многом благодаря этому в последние два года можно заметить явную тенденцию перехода российских видеоблогеров в подкастинг, что стало вторым по популярности направлением для смены деятельности блогеров после ухода в музыку. Подкасты являются для них шансом для перезапуска карьеры и приумножения аудитории, которой наблюдать за видеоблогами уже порядком наскучило: она следует за новыми трендами и требует разнообразия. В связи с этим, блогеры начинают делать новый контент и переходят от развлекательного формата к информационному и аналитическому.

Для более подробного исследования процесса трансформации блогеров в подкастеров я взяла следующих русскоязычных видеоблогеров: Макс +100500, Эльдар Джарахов, Данила Поперечный и Саша Спилберг. Одними из первых, им удалось не только попробовать себя в новой сфере, но и добиться в этом определённых успехов. Все рассмотренные личности выпускают водкасты на площадке YouTube (от английского «video-on-demand» - видео по запросу)[3], при этом некоторые дублируют контент на аудиоплатформы в поисках новых потребителей. Одним из самых важных факторов успеха выпуска, как оказалось - это приглашенный популярный гость. В большинстве случаев именно от селебрити зависит количество просмотров и прослушиваний. По просмотрам, количеству лайков, длительности и актуальности подкастов можно сделать вывод, что наибольшего успеха в этом добились Эльдар Джарахов и Данила Поперечный.

Новый формат на данный момент переживает пик зрительского интереса: только за 2020 год аудитория подкастов увеличилась в 4 раза. Поэтому подкастинг попадает в запросы зрителей и слушателей. А благодаря накопленной аудитории и знакомствам в сфере блогинга и шоу-бизнеса, видеоблогеры получают мощнейший потенциал для быстрого и успешного старта - высокие просмотры и внимание. Переход в подкастинг даёт более лояльную и глубоко мыслящую аудиторию, что важнее для долгосрочного развития блогера.

Источники и литература

- 1 Круглова Л. А., Коновальцева А. О. «Российские телевизионные каналы на платформе YouTube» // Вестник РУДН. 2020. Т. 25, № 2. С. 351-359. URL:<http://journals.rudn.ru/literary-criticism/article/view/24304/18463>
- 2 Круглова Л. А. "Российские аудиоподкасты: становление и специфика развития" // МедиаАльманах. 2018. № 1. С. 89-101 http://mediaalmanah.ru/upload/iblock/278/1.18_89-101.pdf
- 3 Цепов А. Л. - «Перевернутый класс» // Смоленский медицинский альманах. 2019. № 3. С. 175-184 <https://cyberleninka.ru/article/n/perevyornutyuy-klass/viewer>