

**YOUTUBE
В РОССИИ:**
ДВИЖУЩАЯ СИЛА КРЕАТИВНОЙ
ЭКОНОМИКИ РОССИИ

2021



Важное примечание — оценки и отчеты

Отчет подготовлен AlphaBeta для компании Google. Вся информация в данном исследовании является результатом аналитической работы и оценки AlphaBeta собственных данных (полученных не от Google) и общедоступной информации. Компания Google не предоставляла никаких дополнительных данных и не участвовала в оценке представленных в отчете результатов. Данные, полученные из сторонних источников и собственных исследований, отмечены прямыми ссылками в сносках.

αphaβeta
strategy x economics

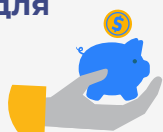
Информация о компании AlphaBeta

Компания AlphaBeta оказывает услуги по стратегическому и экономическому консалтингу компаниям в Азии и по всему миру. Мы помогаем государственным компаниям, корпорациям, неправительственным и некоммерческим организациям и инвесторам в выявлении возможностей и развитии стратегий роста, улучшении качества услуг, содействии экономическому процветанию и получении ощутимых результатов.



YouTube: движущая сила креативной экономики России

YouTube создает новые возможности получения дохода для авторов



72%

создателей контента на YouTube в России¹ получают доход от платформы



Для **18%**

российских создателей контента¹ YouTube является главным источником дохода



93%

создателей контента¹ отметили, что YouTube положительно повлиял на их жизнь, включая значительное увеличение их доходов²



47%

создателей контента считают, что платформа помогает им расширять свой бизнес в пределах России¹

YouTube предоставляет российским креативным предпринимателям доступ на зарубежные рынки



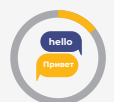
60%

времени просмотра контента, созданного российскими на российских каналах, приходится на зрителей, находящихся за рубежом³



36%

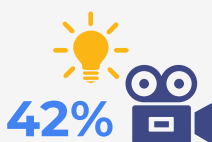
российских создателей контента¹ заявили, что платформа помогла им выстроить деловые отношения по всему миру



20%

российских авторов, получающих доходы на YouTube, хотя бы иногда переводят контент на иностранные языки¹

YouTube помогает пользователям овладеть цифровыми навыками и дает доступ к международному контенту



42%

российских пользователей получают на YouTube новые цифровые навыки⁴



51%

пользователей в России выбирают YouTube для доступа к международному контенту⁴

1. Данный опрос проводился с участием 121 создателя контента YouTube в России, склонных монетизировать свой контент на платформе и имеющих значительную аудиторию и базу подписчиков. Опрос был распространен непосредственно через медиапартнеров Google среди создателей контента в апреле 2021 г.
2. Другие положительные изменения включают значительное повышение дохода, достижение творческих и профессиональных целей, обретение большей уверенности в себе, возможности сказать, что добился успеха, и другие позитивные изменения в жизни.
3. Ответственное развитие бизнеса и креативной экономики 23 августа 2021 г. // https://russia.googleblog.com/2021/08/blog-post_23.html
4. Данные на основе опроса пользователей интернета в России (n = 513), проведенного в марте 2021 г.

Основные выводы





YouTube — популярная платформа в России, на которой размещено свыше 37 миллионов каналов со всего мира. Его средняя ежемесячная аудитория в стране составляет около 80 миллионов зрителей.⁵ Это мощная движущая сила креативной экономики России, которая принесла значительные преимущества не только потребителям, но и создателям контента, включая индивидуальных пользователей YouTube, медиакомпании и других профессиональных креаторов. Данные преимущества проявляются в трех формах: создание новых возможностей для получения дохода и прибыли, обеспечение доступа на зарубежные рынки для представителей креативной индустрии, а также содействие получению новых навыков и предоставление доступа к международному контенту для пользователей платформы.

YouTube позволяет авторам монетизировать свой контент на платформе и получать доход из других источников. Для 18% опрошенных блогеров создание контента на YouTube является основным источником дохода⁶. Помимо монетизации собственного контента на платформе, авторы могут использовать присутствие на YouTube для повышения популярности своего контента или узнаваемости бренда и получения за счет этого дополнительных доходов, например, благодаря спонсорству от компаний и продаже товаров, связанных с их брендом на платформе.

YouTube также предоставляет создателям контента и креативным предпринимателям доступ к международным рынкам — платформа позволяет им не только получать доход от рекламы из-за рубежа, но и повышает узнаваемость их бренда по всему миру. При этом 36% опрошенных создателей контента⁷ в России отметили, что платформа помогла им выстроить деловые отношения по всему миру. Более 60% времени просмотра контента, созданного российскими каналами, приходится на зрителей, находящихся за рубежом.⁸

Наконец, благодаря широкому разнообразию обучающих видеороликов на платформе, а также курируемым платформой программам, YouTube является полезным ресурсом для желающих получить новые навыки, в том числе цифровые. YouTube также предоставляет доступ к международному контенту, что высоко ценится пользователями.

5. "How many YouTube Channels are there?" // Funk, M. (2020) // Tubics. URL: <https://www.tubics.com/blog/number-of-youtube-channels/>; Ton-10 пєцпєєє // Mediascope (2021). URL: <https://webindex.mediascope.net/top-resources/projects>

6. Данный опрос проводился с участием 121 создателя контента YouTube в России, склонных монетизировать свой контент на платформе и имеющих значительную аудиторию и базу подписчиков. Опрос был распространен непосредственно через медиапартнеров Google среди создателей контента в апреле 2021 г.

7. Данный опрос проводился с участием 121 создателя контента YouTube в России, склонных монетизировать свой контент на платформе и имеющих значительную аудиторию и базу подписчиков. Данный опрос был распространен через медиапартнеров Google среди создателей контента непосредственно в апреле 2021 г.

8. Ответственное развитие бизнеса и креативной экономики 23 августа 2021 г. URL: https://russia.googleblog.com/2021/08/blog-post_23.html



1.1 YouTube создает новые возможности получения дохода для креативных предпринимателей из России

Креативным людям, специалистам творческих профессий и организациям платформа YouTube предоставляет возможность получать доход от созданного ими контента. С ее помощью авторы могут создавать и монетизировать видеоролики на разные темы, такие как развлечения, образ жизни, игры, наука и образование, музыка, новости и политика, спорт, туризм и т. д. Создатели контента в России также отмечают позитивный эффект от использования платформы.⁹ В целом 93% опрошенных создателей контента отметили, что YouTube оказал положительное влияние на их жизнь.¹⁰ Это включает значительное повышение дохода, достижение творческих и профессиональных целей, обретение большей уверенности в себе, возможности сказать о своем успехе и другие позитивные изменения в жизни.¹¹

Создатели контента могут монетизировать свои видеоролики на YouTube

С 2018 г. YouTube принёс своему глобальному сообществу креаторов, деятелей искусства и медиакомпаний доход в размере более 30 млрд долл.¹² Российские создатели контента также получили значительный доход от рекламы в своих видеороликах: 72% опрошенных создателей контента на YouTube в России получают доход от платформы (см. Главу 2). Помимо рекламы, платформа позволяет извлекать доход от присутствия создателей контента на YouTube и через другие источники, такие как спонсорство от компаний и продажа товаров, связанных с брендом. Для отдельных представителей

творческой индустрии доход от рекламы и других возможностей платформы YouTube может быть основным источником заработка, об этом заявили 18% респондентов.¹³

Создатели контента могут использовать свое присутствие на YouTube для получения дохода из других источников

Помимо получения доходов от рекламы, размещенной на каналах, создатели контента могут использовать свое присутствие на платформе YouTube для повышения узнаваемости своего контента и бренда. Авторы получают доход из иных источников, например, за счет спонсорства от компаний, пожертвований или краудфандинга от подписчиков, спонсорства канала подписчиками¹⁴, а также использования инструментов взаимодействия с аудиторией на каналах, таких как «Суперчат» и «Суперстикер»¹⁵ и продаж товаров на платформе.¹⁶ В период с марта по май 2020 г. более двух миллионов пользователей YouTube по всему миру купили свой первый «Суперчат», «Суперстикер» или оформили спонсорство канала, чтобы тем самым поддержать любимых авторов.¹⁷



YouTube открывает возможности для получения дохода в музыкальной индустрии России

Платформа также позволяет креаторам, артистам и медиакомпаниям получать доход от прослушивания их музыки. Причем на сегодняшний день YouTube выплатил глобальной музыкальной индустрии более 12 миллиардов долларов за счет доходов от рекламы и подписок.¹⁸ YouTube продал более 30 миллионов платных подписок Music и Premium¹⁹ по всему миру (35 миллионов с учетом пользователей, воспользовавшихся пробным периодом), предоставив создателям контента на YouTube доступ к огромной базе платных подписчиков.²⁰

YouTube повышает экономическую устойчивость креативной экономики России

Создавая доступ к новым источникам дохода, YouTube обеспечивает экономическую устойчивость креативной экономики России. Например, авторы создают и продвигают свой эксклюзивный контент для получения дохода от рекламодателей напрямую за счет рекламных интеграций или вступают в партнерские отношения с компаниями и брендами для получения спонсорских доходов. При этом 47% создателей контента утверждают, что платформа помогает им расширять бизнес по всей России, демонстрируя возможности YouTube обеспечивать устойчивое развитие экономики креативных индустрий.²¹



9. Данный опрос проводился с участием 121 создателя контента YouTube в России, склонных монетизировать свой контент на платформе и имеющих значительную аудиторию и базу подписчиков. Данный опрос был распространен через медиапартнеров Google среди создателей контента непосредственно в апреле 2021 г.
10. Данный опрос проводился с участием 121 создателя контента YouTube в России, склонных монетизировать свой контент на платформе и имеющих значительную аудиторию и базу подписчиков. Данный опрос был распространен через медиапартнеров Google среди создателей контента непосредственно в апреле 2021 г.
11. Данный опрос проводился с участием 121 создателя контента YouTube в России, склонных монетизировать свой контент на платформе и имеющих значительную аудиторию и базу подписчиков. Данный опрос был распространен через медиапартнеров Google среди создателей контента непосредственно в апреле 2021 г.
12. "Letter from Susan: Our 2021 Priorities" // S. Wojcicki (2021) // Official Blog YouTube. URL: <https://blog.youtube/inside-youtube/letter-from-susan-our-2021-priorities/>
13. Данный опрос проводился с участием 121 создателя контента YouTube в России, склонных монетизировать свой контент на платформе и имеющих значительную аудиторию и базу подписчиков. Данный опрос был распространен через медиапартнеров Google среди создателей контента непосредственно в апреле 2021 г.
14. Спонсорство канала на YouTube позволяет зрителям присоединяться к определенным каналам YouTube за ежемесячную плату и пользоваться привилегиями только для спонсоров, такими как «значки», «эмодзи» и другими функциями.
15. «Суперчат» и «Суперстикер» — это инструменты, за которые зрители YouTube платят, которые позволяют им прикреплять свои сообщения или анимированные стикеры вверх бокса с комментариями во время видеотрансляций.
16. Данный опрос проводился с участием 121 создателя контента YouTube в России, склонных монетизировать свой контент на платформе и имеющих значительную аудиторию и базу подписчиков. Опрос был непосредственно распространен через медиапартнеров Google среди создателей контента в апреле 2021 г.
17. "In The Last 2 Months, 2 Million YouTube Users Have Bought Their First Super Chat, Super Sticker, Or Channel Membership" // Hale, J. (2020), Tubefilter. URL: <https://www.tubefilter.com/2020/06/05/youtube-alternative-monetization-super-chat-stickers-live-merch-alerts/>
18. "Why YouTube and the music biz are getting along better than ever" // Rys, D. (2020). URL: <https://www.billboard.com/articles/business/8550838/lyor-cohen-youtube-music-billboard-cover-story-interview-2020/>
19. YouTube Music — это музыкальный стриминговый сервис платформы, который позволяет пользователям искать и слушать музыкальные видеоклипы, выступления и ремиксы онлайн. YouTube Premium — это сервис платформы, на котором с помощью подписки можно получить доступ к контенту без рекламы и высококачественному премиум-контенту YouTube Originals от различных создателей контента.
20. "YouTube now has 30m music and premium subscribers globally" // Musically (2020). URL: <https://musically.com/2020/10/30/youtube-now-has-30m-music-and-premium-subscribers-globally/>
21. Данный опрос проводился с участием 121 создателя контента YouTube в России, склонных монетизировать свой контент на платформе и имеющих значительную аудиторию и базу подписчиков. Опрос был распространен непосредственно через медиапартнеров Google среди создателей контента в апреле 2021 г.



1.2 YouTube предоставляет российским креаторам доступ на международные рынки

Благодаря YouTube создателям контента и креативным предпринимателям открывается доступ на международные рынки, что позволяет им не только получать доход от рекламы за рубежом, но и повышает узнаваемость их брендов по всему миру.

Глобальные возможности YouTube для создателей контента и креативных предпринимателей из России

Создатели контента в России считают, что YouTube предоставляет им свободный доступ к зарубежной аудитории, при этом 36% опрошенных креаторов отмечают, что платформа помогла им выстроить деловые отношения по всему миру.²² Действительно, более 60% времени просмотра контента, созданного российскими каналами, приходится на зрителей, находящихся за рубежом, что демонстрирует широкие возможности YouTube для экспорта креативного контента и выведения бизнеса российских авторов на международный уровень.²³

Визажист Елена Крыгина стала примером того, как YouTube помогает креативным предпринимателям в России выйти на международный рынок. С момента создания канала на YouTube в 2011 г. Елена набрала более 800 тысяч подписчиков по всему миру.²⁴ Благодаря успеху на YouTube, в сентябре 2018 г. Елена запустила собственную линию косметики Krygina

Cosmetics, ориентированную на русскоязычную аудиторию как в России, так и за рубежом.²⁵ В марте 2020 г. она выпустила ограниченную коллекцию косметичек в партнерстве с международным брендом спортивной одежды Adidas.²⁶

Точно так же зарубежная аудитория может использовать YouTube для знакомства с российским контентом, искусством и культурой. И действительно, российские каналы на YouTube также приобрели мировую популярность. Одним из самых популярных российских YouTube-каналов стал детский развлекательный канал «Маша и Медведь». Успех канала феноменален: более 100 миллиардов просмотров по всему миру с момента создания в 2014 г., один из эпизодов («Маша плюс каша») набрал свыше 4,4 миллиардов просмотров и был внесен в Книгу рекордов Гиннеса как самый просматриваемый мультфильм в мире. Сегодня «Маша и Медведь» входит в тройку самых популярных детских развлекательных каналов в Европе, на Ближнем Востоке и в Африке (особенно для детей в возрасте до шести лет) по числу подписчиков.²⁷ Данный канал также переведен на 42 иностранных языка с использованием функций перевода в YouTube (дубляж речи или перевод субтитров).²⁸ Таким образом, мультфильм стал доступен огромной и разнообразной аудитории. В Справке 1 показан еще один пример того, как российская группа «Little Big» добилась международного успеха с помощью YouTube.

22. Данный опрос проводился с участием 121 создателя контента YouTube в России, склонных монетизировать свой контент на платформе и имеющих значительную аудиторию и базу подписчиков. Данный опрос был распространен через медиапартнеров Google среди создателей контента непосредственно в апреле 2021 г.

23. Ответственное развитие бизнеса и креативной экономики 23 августа 2021 г. // https://russia.googleblog.com/2021/08/blog-post_23.html

24. Канал Елены Крыгиной на YouTube: <https://www.youtube.com/user/elenakrygina/about>

25. Визажист Елена Крыгина представила собственный бренд косметики // Портал Бюро (2018). URL: <https://www.buro247.ru/news/beauty/28-sep-2018-krygina-cosmetics-launch.html>

26. adidas и визажист Елена Крыгина выпустили лимитированные косметички для фитнеса // MerchNews.RU (2020). URL: <https://merchnews.ru/creative/brands/adidas-i-vizazhist-elena-krygina-vypustili-limitirovannye-kosmetichki-dlya-fitnessa-9080/>

27. YouTube-канал «Маша и Медведь» доступен по ссылке: <https://www.youtube.com/c/MashaBearEN/about> и «Маша и Медведь» вошел в тройку любимых развлекательных детских брендов Европы и Африки // TACC (2021). URL: <https://tass.ru/kultura/10953593>

28. «Маша и Медведь» вошел в тройку любимых развлекательных детских брендов Европы и Африки // TACC (2021). URL: <https://tass.ru/kultura/10953593>



Справка 1

“Little Big”: участник «Евровидения» и интернет-сенсация

YouTube помогает музыкантам делиться своим творчеством с широкой международной аудиторией, что позволяет им легче добиваться популярности и признания. История всемирно известной российской группы “Little Big” показывает, как платформа может стать для музыкантов стартовой площадкой на пути к успеху.

Начав как группа друзей-единомышленников из Санкт-Петербурга, “Little Big” дебютировали на YouTube 1 апреля 2013 г. со своим первым клипом “Every Day I’m Drinking”. Видеоролик сразу стал хитом, набрав около 2 миллионов просмотров за два месяца, в результате чего группу пригласили выступить на разогреве у южноафриканских хип-хоп исполнителей “Die Antwoord” в июле того же года.²⁹ Благодаря взлёту популярности “Little Big” выпустили свой первый альбом “With Russia From Love” в марте 2014 г.



Picture source: <https://infinetwork.net/russia-little-bigs-uno-reaches-100-million-views-on-youtube-and-heading-to-pass-nettas-toy-in-views/>

Продолжением череды мировых вирусных сенсаций на YouTube стал клип группы на песню “Skibidi” в жанре поп, который был выпущен в 2018 г. и набрал 23 миллиона просмотров всего за одну неделю.³⁰ На сегодняшний день у клипа уже более 523 миллионов просмотров, и он стал настолько популярным, что породил целый танцевальный флешмоб: люди по всему миру стали имитировать танцевальные движения, показанные в видеоклипе, и делиться записями в сети.³¹

Благодаря популярности группе выпала честь представлять Россию на международном песенном конкурсе «Евровидение» в 2020 г., в котором участвуют в основном представители европейских стран. Группа выпустила еще один музыкальный хит под названием “Uno” в качестве песни-заявки на «Евровидение», а их клип на YouTube в конечном счете стал самым просматриваемым музыкальным видеоклипом за всю историю «Евровидения», набрав на сегодняшний день более 198 миллионов просмотров.³²

29. Little Big: «Если хочешь изменить страну, приходится ее показывать именно такой» // Кашапов Р. (2013) // Собака. URL: <https://www.sobaka.ru/entertainment/music/17254>

30. “Russia’s Little Big reveals “Uno” song and music video” // Eurovision.tv (2020). URL: <https://eurovision.tv/story/russia-little-big-reveals-uno-song-and-music-video>

31. “Dance craze: What’s the Skibidi dance challenge and what’s the video from band Little Big about?” // The Sun UK (2020). URL: <https://www.thesun.co.uk/news/7499013/skibidi-dance-challenge-video-band-little-big/>

32. “Little Big will not be representing Russia at Eurovision 2021” // Лэнгфорд, Дж. (2021), NME. URL: <https://www.nme.com/news/music/little-big-will-not-be-presenting-russia-at-eurovision-2021-2898098>

С другой стороны, российские создатели контента на YouTube делятся своими знаниями об иностранных культурах и языках. Справка 2 показывает, как

Дмитрий Манаенков успешно использовал YouTube для обучения российских зрителей английскому языку в увлекательной и живой манере.

Справка 2

Использование YouTube для обучения российской аудитории иностранному языку

Если человек свободно владеет иностранным языком, как ему лучше всего применить эти знания и поделиться ими? Именно об этом постоянно размышлял Дмитрий Манаенков из города Владивостока. Окончив университет по специальности «Американистика», Дмитрий пытался применить свои знания английского языка на практике, преподавая, занимаясь переводами и работая в бизнесе, но ни одна из этих сфер не приносила ему ни надёжного дохода, ни удовлетворения.

Несмотря на то что он более двух лет обдумывал идею создания видеоблога на YouTube для обучения российской аудитории английскому языку, он был слишком застенчив, чтобы взяться за этот проект. В 2016 г. он запнулся в прямом эфире во время интервью съёмочной группе на улице, и этот случай побудил его преодолеть свой страх перед камерой и запустить канал на YouTube.



источник изображения: <https://www.youtube.com/c/DmitryMoreEn>

«Английский — это не просто слова и правила!» — так Дмитрий описывает свой канал на YouTube. С помощью видеороликов, которые он публикует два раза в неделю, блогер рассказывает зрителям, как изучать английский язык, и мотивирует их говорить на нём, не боясь ошибок. Он также вставляет в свои видеоролики свойственные ему самоироничные шутки. Дмитрий рассказывает: «В своих первых десяти или двадцати видеороликах я учился снимать и монтировать и не очень много думал о своем бренде. Я вставил селфи-палку в колбу кальяна, прикрепил телефон и просто начал снимать видео. В какой-то момент я обратил внимание на несколько забавных форматов на англоязычном YouTube и решил сделать еженедельное утреннее шоу об английском языке, в котором я просто делился интересными фактами о языке и шутил на разные темы». Набрав свыше 100 тысяч подписчиков и более тысячи просмотров каждого видеоролика, Дмитрий за эти годы приобрёл преданную аудиторию.

Благодаря YouTube Дмитрий сумел проявить себя и успешно привлек большую российскую аудиторию, желающую изучать иностранный язык. Этот опыт также придал блогеру уверенности. Он говорит: «Я очень боялся камеры, когда начинал. Однако я сильно изменился за эти годы: начал говорить по-другому, перестал бояться и стал чувствовать себя непринуждённо перед камерой».

Контент создается в основном на русском языке, но смотрят его зрители по всему миру

Несмотря на то что большинство видеороликов на российских каналах YouTube создаются на русском языке, некоторые из них используют встроенные функции перевода для привлечения международной аудитории. Опрос показал, что 20% российских авторов, получающих доходы на YouTube, хотя бы иногда переводят контент на другие языки, что является показателем их заинтересованности в выходе на глобальную аудиторию.³³ Для этого YouTube предоставляет авторам различные инструменты, включая субтитры и функцию закадрового голоса, а также обеспечивает автоматический перевод звуковых дорожек в текст на местном языке, что позволяет иностранной аудитории смотреть их видеоролики. Локализованные версии YouTube уже доступны в 100 странах на более чем 80 языках, благодаря чему создатели контента получают доступ к глобальной аудитории.

YouTube — важная платформа для самовыражения творческих людей и участия в решении общественно значимых вопросов

YouTube — это важная платформа для россиян, где они могут заниматься творчеством и участвовать в решении социальных проблем на глобальном уровне. В видеороликах, размещаемых на платформе, авторы также информируют людей о таких общественно значимых темах, как расширение прав и возможностей женщин и участие в благотворительности. Трогательным примером благотворительной кампании, запущенной на YouTube, стала акция ветерана Великой Отечественной войны 98-летней Зинаиды Корневой (см. Справку 3), реализованная в разгар пандемии COVID-19.

Справка 3

Зинаида Корнева: глобальная кампания на YouTube с целью сбора средств для семей российских врачей во время пандемии COVID-19

Желая помочь семьям российских врачей, скончавшихся во время пандемии, Зинаида создала собственный канал на YouTube и запустила кампанию по сбору средств.³⁴ Ее вдохновил пример капитана Тома Мура, 100-летнего ветерана Второй мировой войны из Великобритании, который помог собрать деньги для благотворительной организации NHS Charities Together, пообещав 100 раз обойти вокруг своего сада до своего столетнего юбилея.³⁵ Чтобы собрать деньги для семей умерших врачей, Зинаида с марта по май 2020 г. делилась своими воспоминаниями о Великой Отечественной войне на YouTube, призывая зрителей делать пожертвования.

Всего за четыре дня Зинаида получила пожертвования на сумму более 1,2 миллионов руб. (16 тыс. долл.).³⁶ В итоге к концу кампании она собрала более 4,5 миллионов руб. (60 тыс. долл.), которые были распределены среди 135 семей из разных городов России.³⁷ Усилия Зинаиды Корневой отметил Президент России Владимир Путин, наградив ее знаком отличия «За благодеяние».³⁸



источник изображения: <https://abcnews.go.com/International/97-year-russian-veteran-raises-money-amid-coronavirus/story?id=70576049>

34. "Russian WWII vet raises funds to defeat Covid-19" // United Nations (2020). URL: <https://www.un.org/en/coronavirus/wwii-vet-raises-funds-defeat-covid-19>

35. "Capt Sir Tom Moore: How the retired Army officer became a nation's hero" // Burchell, H. (2021) // BBC News. URL: <https://www.bbc.com/news/uk-england-beds-bucks-herts-52324058>

36. Не верила, что люди будут давать деньги // Козлова Л. (2020) // Комсомольская правда. URL: <https://www.spb.kp.ru/daily/27126/4210785/>

37. Зинаида Корнева, собравшая 4 млн рублей для семей медиков, выпустит книгу // Санкт-Петербургское телевидение (2020). URL: <https://topspb.tv/news/2020/08/31/zinaida-korneva-sobravshaya-4-mln-rublej-dlya-semej-medikov-vypustit-knigu/>

38. Путин наградил российского ветерана за сбор денег для медиков // Lenta.RU (2020). URL: https://lenta.ru/news/2020/11/23/putin_nagrada/

Платформа также является эффективным каналом, который позволяет россиянам рассказывать о всем богатстве и многообразии культурного и религиозного наследия страны. В Справке

4 показана история женщины из Саратова, которая пользуется платформой, чтобы доступным языком рассказывать об исламе и традициях этой религии широкой аудитории.

Справка 4

« Блог мусульманки »: как YouTube становится эффективным каналом для знакомства с различными культурами и религиями

Россия — страна множества языков, религий и культур. Айдан Мамедова — журналистка, ставшая блогером на YouTube, запустила свой канал для зрителей, желающих поближе познакомиться с исламом. На своем канале «Блог мусульманки» Айдан рассказывает о своей религии и образе жизни доходчивым языком. Она также развенчивает распространенные мифы о своей вере: разрешено ли мусульманкам водить машины? Что празднуют мусульмане? Какие домашние животные есть у мусульман? Канал Айдан дает ответы на эти и другие вопросы.



источник изображения: <https://www.youtube.com/channel/UCPfwgQzgOIkia8F3fOXeY3Q>

В конце 2015 г. Айдан запустила свой канал на YouTube с единственной целью — рассказать людям о своей религии.

Видя, что число стереотипов о ее вере растет, Айдан почувствовала, что ей важно сделать этот шаг. Она рассказывает: «Я подумала, что не могу приходить в каждый дом и говорить: «Здравствуйте, могу ли я рассказать вам о своей вере?» Но в каждом доме есть доступ в интернет, и в каждом доме смотрят YouTube, и таким образом я могу изменить ситуацию. Потому что, когда я создала канал, в обществе было очень много предрассудков и стереотипов о мусульманах и исламе — и, к счастью, сегодня их стало меньше... Я создала канал на YouTube, чтобы больше рассказывать о своей религии и отвечать на вопросы людей, незнакомых с ней. Я хотела сделать это как можно более простым языком, без сложной терминологии, встречающейся в религиозных текстах».

Видеоролики Айдан помогли ей быстро набрать большое количество подписчиков. Сегодня на ее канал подписано около 400 тысяч пользователей. Айдан объясняет популярность своего канала двумя причинами: тем, что до нее мало кто делился контентом на эту тему в Рунете, и повышенным интересом россиян к разным культурам и религиям.

Благодаря ее каналу люди разного возраста, пола и вероисповедания начали узнавать Айдан и подходить к ней на улицах ее родного города — Саратова, чтобы поблагодарить ее за то, что она рассказала им о своей религии. Для Айдан это самая приятная часть в деятельности видеоблогера. Канал также открыл Айдан новые возможности: ее стали приглашать на различные мероприятия в других регионах страны. «Я начала больше путешествовать. Однажды меня пригласили провести крупное международное мероприятие — Конкурс чтения Корана в московском «Крокус Сити Холле». Я по-прежнему в шоке, когда вспоминаю об этом: шесть тысяч зрителей, и я — ведущая! Я знаю, что организаторы не узнали бы обо мне, если бы не мой YouTube-канал», — говорит Айдан.



1.3 YouTube помогает овладеть цифровыми навыками и предоставляет доступ к международному контенту

Платформа YouTube не только предоставляет доступ к разнообразному развлекательному контенту, но и является важной обучающей площадкой для тех, кто хочет расширить свои знания или приобрести новые навыки. При этом 77% пользователей YouTube по всему миру используют платформу, чтобы приобрести новые навыки.³⁹ Эта цифра демонстрирует эффективность YouTube как образовательной площадки, где пользователи вдохновляются новыми идеями и расширяют свой набор навыков и умений. YouTube также играет важную роль в развитии компетенций, востребованных в эпоху цифровой экономики. Кроме того, платформа предоставляет доступ к международному контенту и помогает блогерам усовершенствовать навыки создания контента с тем, чтобы быть еще более успешными.

Платформа YouTube помогает овладевать цифровыми навыками

В России YouTube также оказался популярной платформой для освоения цифровых навыков: 42% российских пользователей YouTube используют платформу для этой цели. Сюда входят как базовые цифровые навыки, такие как использование текстового редактора или программного обеспечения для редактирования фотографий, так и продвинутые цифровые навыки, такие как программирование и разработка программного обеспечения. Что касается креативной экономики России, то создатели контента могут размещать на YouTube различные обучающие видеоролики, а также знакомиться с обучающим контентом платформы, созданным в рамках специальных программ Google. Таким образом, YouTube — это также платформа, которая дает возможность креативным людям в России бесплатно осваивать новые умения и навыки.

YouTube дает доступ к международному контенту

Как глобальная платформа YouTube предоставляет пользователям доступ к самому разнообразному контенту, созданному авторами по всему миру. Действительно, 51% пользователей YouTube в России утверждают, что они выбирают эту платформу, поскольку она предоставляет доступ к международному контенту.⁴⁰ Благодаря сервису российские зрители имеют возможность просматривать каналы и видеоролики на разные темы, рассказывающие о событиях, происходящих в самых разных уголках планеты, не выходя из дома.



39. "Letter from Susan: Our 2021 Priorities" // Wojcicki, S. (2021) // Official Blog YouTube. URL: <https://blog.youtube/inside-youtube/letter-from-susan-our-2021-priorities/>

40. По данным опроса интернет-пользователей в России (2021), n = 513

YouTube помогает креативным предпринимателям совершенствовать навыки по созданию контента, чтобы становиться еще более успешными

Создатели контента могут приобрести ряд профессиональных навыков, которые позволяют им максимально повысить эффективность их контента на платформе.

Так, YouTube предлагает российским креативным предпринимателям набор специальных программ, позволяющих совершенствовать свои навыки. Например, на Академии авторов YouTube креаторам доступны ряд бесплатных онлайн-курсов, призванных помочь им в развитии своего канала. В рамках этих курсов рассматриваются такие темы, как разработка контент-стратегии, производство контента, оптимизация канала и монетизация. NextUp — еще одна инициатива платформы YouTube, в рамках которой проводится обучение по созданию видеоконтента, ведению и продвижению каналов, взаимодействию с аудиторией, а также предоставляются гранты на закупку технического оборудования. Авторы имеют доступ к специальному каналу YouTube Creators⁴¹, на котором представлены новости и советы по совершенствованию навыков создания контента.⁴² Данный канал позволяет российским создателям контента оставаться в курсе современных

тенденций, знакомиться с новыми функциями YouTube и получать советы международных экспертов о том, как поддерживать постоянную заинтересованность своих подписчиков.

Кроме того, YouTube оказывает поддержку создателям контента, помогая овладеть навыками, необходимыми для получения максимального дохода от платформы. Ключевым компонентом в данном отношении является Партнерская программа YouTube. Она позволяет авторам монетизировать контент, увеличивать число подписчиков и доходы от платформы за счет расширенного доступа к ресурсам YouTube и специалистам Службы поддержки авторов YouTube.⁴³ Несмотря на трудности, связанные с пандемией COVID-19, количество новых каналов, присоединившихся к Партнерской программе YouTube в 2020 г., увеличилось более чем вдвое по сравнению с 2019 г.,⁴⁴ что подтверждает широкую популярность платформы среди создателей контента.

В Справке 5 рассказывается о паре, которая переехала из города в сельскую местность и неожиданно стала сенсацией на YouTube. Они успешно осваивали новые навыки по созданию контента в рамках инициатив YouTube, в том числе пройдя через конкурс NextUp.

41. По данным опроса интернет-пользователей в России (2021), n = 513

42. Канал YouTube Creators доступен по ссылке: <https://www.youtube.com/watch?v=OrzMihLpVps>

43. Обзор Партнерской программы YouTube и ее соответствие критериям // YouTube Help (2021). URL: <https://support.google.com/youtube/answer/72851>

44. "Letter from Susan: Our 2021 Priorities" // Wojcicki, S. (2021) // Official Blog YouTube. URL: <https://blog.youtube/inside-youtube/letter-from-susan-our-2021-priorities/>



Справка 5

Жизнь в деревне: от городских жителей до органических фермеров и креативных предпринимателей на YouTube

Согласно исследованию, проведенному Всероссийским центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ)⁴⁵, более трети (34%) россиян мечтают жить за городом — ближе к природе. Валентина Кожокарь и Артем Бик среди тех, кто реализовал этот смелый план.

Несколько лет назад они вместе со своими детьми оставили суетливую жизнь в Москве, чтобы начать жить на экоферме в Тверской области, знаменитой природной красотой холмов и озер. Желая поделиться своим новым опытом с родственниками и друзьями, пара запустила YouTube-канал под названием «Жизнь в деревне», на котором они два раза в неделю делятся видеоисториями о своей новой жизни. В видеороликах они рассказывают о своих повседневных делах, таких как работа по благоустройству дома и озеленению сада, а также о радостях и проблемах деревенской жизни. Поскольку пара хочет поделиться своей жизнью именно такой, какая она есть, они снимают ролики в оригинальном стиле: без сценария, излишнего монтажа или сложных инструментов построения композиции, как в большинстве профессиональных видеороликов на YouTube. Съемка сельской жизни без прикрас вскоре привлекла других зрителей помимо их родственников и друзей. За короткий промежуток времени их канал на YouTube собрал тысячи подписчиков, которые заинтересовались их образом жизни.



источник изображения: https://www.youtube.com/watch?v=caGc_6UaMuE

Поскольку их канал начал набирать популярность, Валентина подала заявку на участие в ежегодном конкурсе YouTube NextUp, в котором ведущие создатели контента получают возможность пройти обучение у предыдущих выпускников конкурса NextUp, узнать, как увеличить число подписчиков, и получить ваучеры на покупку нового видеоборудования.⁴⁶ Канал «Жизнь в деревне» стал одним из победителей, а Валентина и Артем приняли участие в онлайн-курсе YouTube NextUp Creator Camp, в ходе которого они получили дополнительные навыки для расширения охвата аудитории своих видеороликов. Артем рассказывает: «Мы начали использовать профессиональное оборудование, которое YouTube предоставил нам после конкурса NextUp. Мы всё еще используем его для съемок наших видеороликов». Валентина также признается в интервью: «Конечно, мы многому учимся в процессе. То, как мы снимали и редактировали отснятый материал вначале, не сравнить с тем, что мы делаем сейчас». Они охотно применяли новые навыки на своем канале, который в настоящее время насчитывает 200 тысяч подписчиков. «Жизнь в деревне» также стала хорошим источником дохода для супружеской пары, которая зарабатывает на своем контенте и постоянно сотрудничает с рекламными партнерами.

Пара оценивает свое сотрудничество с платформой как взаимовыгодное. Они считают, что получили большую часть навыков и поддержки, необходимых для выживания и процветания в деревне, благодаря просмотрам других видеороликов на YouTube и общению со своими зрителями. «Мы ознакомились со способами строительства дома, животноводством, садоводством и, кстати, многому научились из видеороликов на YouTube, — говорит Валентина. — Более того, наши подписчики дают нам советы по ведению хозяйства. Наша аудитория в основном состоит из взрослых людей с опытом, у которых есть свои причины жить в городе, но скучать по сельской жизни. Они знают, как вести хозяйство, строить, сажать огород и так далее. Они очень чуткие и отзывчивые».

Хотя изначально канал «Жизнь в деревне» создавали для друзей и семьи, он стал одним из самых просматриваемых каналов в своем жанре в России. На его примере видно, что YouTube — это платформа, которая не привязана к географии: вне зависимости от того, живут ли создатели контента в мегаполисе или в деревне, их видеоролики могут смотреть в любой точке мира.

45. Охота к перемене мест: зачем и почему? // ВЦИОМ. Новости (2019). URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/okhota-k-peremene-mest-zachem-i-pochemu>

46. Сайт конкурса YouTube NextUp. URL: <https://www.youtube.com/nextup/>

αlphaβeta
strategy x economics

