



Как устроен YouTube и видеоблоги

Мария Борисёнок

<https://te-st.org/reports/meetup-youtube/>

Статья обновлена 15 января 2023



25 сентября 2018 года прошел митап Теплицы социальных технологий **«Эпоха YouTube: видеоблоги и их зрители. Изучаем контекст»**. Участники узнали про формат видеоблогинга и ознакомились с результатами исследований блогов на YouTube.

На встрече выступили участники исследовательского курса «Видеоблогинг: представление себя другим»:

- **Ирина Ксенофонтова**, к.соц.н., тьютор курса;
- **Константин Габов**, MA in Sociology, тьютор курса;
- **Александр Сулов**, исследователь, участник курса.



Константин Габов. Фото: Мария Борисёнок.

Тренд на видео

Продолжительное время главным средством общения был текст, позже его заменили иллюстрации. Сейчас язык, на котором говорят бренды, компании, – это видео. Это связано с тем, что развитие технологий увеличивает скорость Интернета и позволяет транслировать и скачивать потоковое видео.

«У каждого есть смартфон, который снимает почти как профессиональная камера. Если 10 лет назад, чтобы стать блогером, нужно было уметь хорошо писать, 5-7 лет назад – достаточно создавать хорошие фотографии, то сейчас не нужно обладать специфическими навыками. Достаточно просто достать смартфон и начать снимать». Ирина Ксенофонтова

Как устроен YouTube

На YouTube низкий порог входа по качеству изображения видеоматериала (сценария, монтажа, изображения), но высокий – по контенту. Контент YouTube можно разделить на каналы и блоги.

- Каналы – видео, объединенные одной темой (игры, образование, кино, история). У одного канала может быть несколько авторов. Каналы ближе к классическому телевидению, где есть телепередачи.
- Блоги выполняют дневниковую функцию, и у каждого блогера есть своя аудитория из фанатов и хейтеров (тех, кто не любит блогера). Отношения между блогером и аудиторией построены на определенной культуре общения, ценностях и поведении.

«Граница между каналами и блогами сейчас расплывчатая. YouTube создает новый режим искренности. В видео мы узнаем человека больше, чем если человек напишет текст или выложит фотографию». Ирина Ксенофонтова



Ирина Ксенофонтова и Александр Суслов. Фото: Мария Борисёнок.

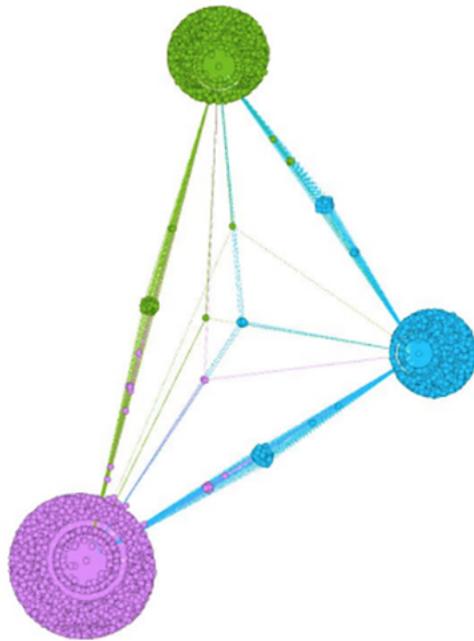
«YouTube – самая радикальная форма выражения себя. Люди на YouTube показывают себя». Константин Габов

Исследование Kreosan

Kreosan – ник молодого человека в Луганске, который занимается экспериментами с электричеством и проводит различные опыты из подручных материалов (антенны, сушилки, микроволновая печь).

В качественном исследовании анализировали, как разная аудитория реагирует на действия Kreosan по расплавлению CD-дисков и мыла с помощью электромагнитных волн.

Если аудитория YouTube-канала поддерживала блогера, интересовалась деталями, то на ХабраХабре читатели больше комментировали технику безопасности автора. Поиск и анализ общих комментаторов показал, что аудитории зрителей YouTube-канала и ХабраХабра не пересекаются.



Распределение зрителей по трем исследуемым роликам

На изображении визуализация того, как пересекаются комментаторы из разных каналов. Мелкие точки на диагоналях – это группа людей, которые комментируют блогера вне зависимости от медиаплощадки. Скриншот из презентации.

«Каналы функционируют, как папка с видео. Комментаторы приходят в один ролик и не приходят в другой. Это замкнутые системы. Канал становится сообществом, когда появляется что-то, чем можно делиться, например, мем». Александр Сулов

Аудитория

Изначально YouTube задумывался как социальная сеть для рассказа о своей жизни, где было интересно смотреть, как другие пекут пироги или играют на гитаре. Со временем YouTube стал одновременно и медиаплощадкой, в которой часть блогеров-любителей стали профессионалами.

«Большинство создаваемого контента на платформе никто не смотрит, кроме друзей и коллег автора. Точно так же происходит, когда вы пишете пост в Facebook. Так работает логика соцсетей. Но как только вы начинаете разговор с аудиторией, включается логика медиа». Константин Габов

Что не видит зритель, и кто такие стримеры

Успех блога во многом зависит от монтажа видео. Монтаж – это способ управлять вниманием, временем и пространством кадра.

«В последнее время часто можно увидеть отсутствие монтажа. В этом есть своя особенность и заигрывание с аудиторией, показ своей реальности без купюр». Ирина Ксенофонтова



Участник митапа. Фото: Мария Борисёнок.

«Человеку свойственно тщательно выстраивать свой передний план и скрывать задний. Наблюдатель крайне заинтересован разгадать, кто перед ним. В YouTube человек, который выкладывает ролик, контролирует все. Зритель пытается по мельчайшим признакам дизайна интерьера, по помехам разгадать, что там происходит». Александр Суслов

Максимальную степень вовлеченности в видеореальность дают стримы.

Стрим (англ. stream – поток) – трансляция действий, происходящих на компьютере или игровой консоли в режиме реального времени. Стримы выходят по расписанию в прямом эфире и могут собирать аудиторию более 100 тысяч человек.

Для того чтобы отправить сообщение в прямой эфир и его увидели все зрители, есть система донатов. **Донат** – добровольное денежное пожертвование. В зависимости от размера доната зритель может управлять действиями блогера и быть услышанным на многотысячную публику.

«Стримеры – не великие художники и не выдающиеся люди. Они стараются сообщать как можно больше деталей о себе. Если в России границы приватности и публичности крепки, то американские и азиатские стримеры продают свою жизнь, и зрители могут вмешиваться в личную жизнь блогеров». Александр Суслов

Полезные ссылки

- Клуб любителей Интернета и общества
- Курс «Видеоблогинг: представление себя другим»

Скачайте презентацию в формате PDF.