

ВІДЕОХОСТИНГ YOUTUBE ЯК СУЧАСНИЙ ЗАСІБ ОПЕРУВАННЯ ІНФОРМАЦІЄЮ

Одобецька І. С.

*асистент кафедри журналістики, реклами
та зв'язків з громадськістю
Вінницький державний педагогічний університет
імені Михайла Коцюбинського
м. Вінниця, Україна*

Поширення інформації за допомогою мережі Інтернет давно стало не новинкою. Інформаційні потоки з різних країн перетинаються на тисячах новинних ресурсів. Найбільшим обмінником саме відео фрагментів є дочірня компанія YouTube корпорації Google. На даному етапу розвитку Інтернет-простору є три причини вибору користувачами мережі саме відеохостинг YouTube.

По-перше, YouTube перший та єдиний відеохостинг у світі, у котрого існують свої алгоритми перевірки відео на плагіат, що значно зменшує прояви Інтернет-піратства, як явища. Також ці алгоритми повністю захищають відеохостинг від матеріалів порнографічного характеру, антисемітських закликів чи розповсюдження кримінальних настроїв.

По-друге, це зручний та простий інтерфейс користування YouTube та адаптація його до різних мультимедійних платформ та розмірів екранів.

Відеохостинг буде однаково добре працювати на мобільних телефонах, персональних комп'ютерах та смарт-телевізорах з доступом до мережі Інтернет.

По-третє, кількість завантажень в день на сервери YouTube збільшується з кожною добою. Більшість відеороликів не проходить цензуру, тому перед глядачами постає повна картина зображуваної події. Користувач YouTube сам обирає для себе той напрямок інформаційного потоку, який цікавить його. Також можливість пропустити рекламу значно підвищує рівень зацікавленості аудиторією, а можливість посилатись відео у інші соціальні мережі робить його найбільшим розповсюджувачем відеороликів в мережі Інтернет.

Перший відеоролик тривалістю 19 секунд під назвою «Я в зоопарку» з'явився на сайті 23 квітня 2005 року. Його розмістив один з засновників компанії, Явед Карим. Спочатку сервіс не користувався

популярністю, проте вже в липні 2005 року після введення ряду нововведень, включно з можливістю залишати коментарі до роликів і вставляти відеоролики з YouTube в записи на інших сайтах, блогах, число відвідувачів сайту почало стрімко зростати. У грудні 2005 року число щоденних переглядів вже становило 8 мільйонів, а до липня 2006 року їхня кількість зросла до 100 мільйонів, що, за даними YouTube, становило 60% усіх переглядів онлайн-відео в інтернеті. [1]

На сайті використовується технологія Flash відео (FLV), що дозволяє отримати гарну якість запису при невеликому обсязі переданих даних.

Проект став добрим засобом розваги і, сформувавши своє співтовариство, за даними статистики аналітичної компанії Alexa, випередив за популярністю соціальну мережу MySpace.

У червні 2007 року були запущені дев'ять локальних версій YouTube у Великій Британії, Франції, Іспанії, Італії, Нідерландах, Ірландії, Польщі, Бразилії та Японії. У наступні роки сервіс був локалізований в декількох десятках країн світу і переведений на десятки мов. 30 вересня 2010 року з'явився україномовний користувацький інтерфейс, а з 10 жовтня того ж року українською представлена й довідка з використання сервісу.

Серед роликів, які принесли YouTube світову популярність, – відеорепортаж про дівчинку, яка загинула в результаті передвиборних протестів в Ірані; інтерв'ю Барака Обами; реклама Nike за участю Рональдінйо і виступ Сюзан Бойл на телеконкурсі «Британія шукає таланти».

З появою нового Інтернет-ресурсу, за допомогою якого стало можливо обмінюватись відеороликами виникла і потреба в нових термінах, які б пояснили нові процеси й умови створення та розповсюдження медіа-контенту.

Серед таких термінів з'явилося поняття «вірусне відео». На момент дослідження існує тільки одне офіційне визначення цього терміну. Фахівці YouTube детально пояснюють його на офіційній сторінці в мережі Інтернет «Довідка YouTube». Вірусне відео – відео, яке поширюється користувачами Інтернету за рахунок добровільного розміщення на своїх сторінках, ресурсах, а також за допомогою функції «поділитися з другом». Зазвичай це здійснюється через веб-сайти, соціальні медіа та e-mail.

Сервіс YouTube ввів ще один термін та діяльність, яка змінила концепцію світових медіакорпорацій. Пошукова оптимізація сайту або ж SEO (англ. search engine optimization) – процес коригування HTML-коду, текстового наповнення (контенту), структури сайту, контроль зовнішніх чинників для відповідності вимогам алгоритму

пошукових систем, з метою підняття позиції сайту в результатах пошуку в цих системах за певними запитами користувачів. Чим вище позиція сайту в результатах пошуку, тим більша ймовірність, що відвідувач перейде на нього з пошукових систем, оскільки люди зазвичай йдуть за першими посиланнями.

Можливість швидкого обміну відеороликами між користувачами мережі Інтернет завдяки відеохостингу YouTube спричинила ріст популярності блогінгу, а саме відеоблогінгу. Поняття «блог» і суміжне з ним поняття «відеоблог» описане в науковій роботі західного науковця Скота Девіда Мірмана «Нові правила маркетингу і PR. Як використовувати соціальні мережі, блоги, підкасти і вірусний маркетинг для контакту з покупцем» («The New Rules of Marketing and PR: How to Use Social Media, Blogs, News Releases, Online Video, & Viral Marketing to Reach Buyers Directly.») [5].

Відеоблог (скорочено влог (англ. vlog, від video blog або video log)) – це форма блогу, в якому засобом передачі інформації є відео. Відеоблог є формою веб-телебачення. Записи в відеоблогах поєднують вбудоване відео або відео-зв'язок з підтримкою тексту, зображень та інших метаданих. Записи можуть бути зроблені у вигляді одного блоку або складатися з декількох частин.

Відеоблоги часто використовують переваги веб-синдикації для забезпечення розповсюдження відео через інтернет з використанням форматів синдикації (RSS або Atom) для автоматичної агрегації і відтворення на мобільних пристроях і персональних комп'ютерах.

Відеохостинг YouTube за пів року існування зміг підняти відвідуваність сайту майже до 100 мільйонів індивідуальних користувачів в день. Такий швидкий ріст став приводом для комерціалізації Інтернет-ресурсу. Це призвело до того, що найбільші канали і кінокомпанії США (CNN, Warner Bros. Studio) почали використовувати потенціал ресурсу.

Відеохостинг YouTube існує з 2005 року. За цей час було створено більше 2,5 мільярди відеоблогів за даними сайту socialblade.com.

На даний момент канал YouTube з найбільшою кількістю підписників – індійська музична мережа T-Series з 229 млн. [2].

В українському сегменті YouTube так як і на центральному українському телебаченні переважають канали з розважальною тематикою, метою яких є притягнення до перегляду більшої кількості глядачів та розширити свою аудиторію для вигіднішої монетизації відео. Під поняттям «монетизація» мається на увазі можливість отримувати дохід з кожного перегляду певного відео [1].

Першість серед українського контенту за кількістю підписників має YouTube канал «Телеканал СТБ», глядацька аудиторія якого складає

5,4 мільйони користувачів. Аналітики «Слово і діло» склали рейтинг українських YouTube-блогерів із найбільшою кількістю підписників, які публікують контент на довшою воєнну тематику. Першим у 2023 році отримав автор програми «Світ навиворіт» Дмитро Комаров. Цього року журналіст випустив кілька документальних проєктів про повномасштабну війну – «Рік» та «Рік. Харківщина», в яких описані події перших днів вторгнення та подробиці деокупації Харківської області. На сьогоднішній день канал Комарова має 3,85 млн підписників, а у відео 1 млрд 62,3 млн переглядів. На другому та третьому місці у рейтингу найпопулярніших українських YouTube-блогерів – журналіст Дмитро Гордон. У його каналу «В гостях у Гордона» зараз 3,78 млн підписників (+0,3 млн за рік) і 2 млрд. 53,5 млн переглядів. На другий канал – «Дмитро Гордон» – підписано 2,53 млн осіб (+0,36 млн), у відео 1 млрд 179,4 млн переглядів [3].

Відеохостинг YouTube є сучасним способом оперування інформацією, але загалом аудиторія YouTube використовує його як засіб відпочинку.

Кожний користувач ресурсу може знайти саме ті канали, які його цікавлять не витрачаючи на це багато часу. YouTube може служити способом заробітку додаткового або ж основного доходу, способом привернення уваги до проблемних питань суспільства певного регіону, країни, людства.

Література

1. Довідка YouTube. Режим доступу: <https://support.google.com/youtu-be/?page=start.cs&hl=uk-UA#topic=4355266>
2. The 10 Most Popular YouTube Channels As Of January 2023 And The Revenue They Have Generated Till Now. Режим доступу: <https://www.bonusinsider.com/the-10-most-popular-youtube-channels-and-the-revenue-they-have-generated-till-now/> (дата звернення 20.10.2023)
3. Як змінилася кількість підписників у топових YouTube-блогерів, які розповідають про війну. Режим доступу: <https://www.slovoidilo.ua/2023/10/24/infografika/suspilstvo/yak-zminylasya-kilkist-pidpysnykiv-torovux-youtube-bloheriv-yaki-rozpovidayut-pro-vijnu> (дата звернення 25.10.2023).
4. Готько О. Соціальні Інтернет-мережі та віртуалізація суспільного життя. *Молодь і ринок*. 2016. № 2. С. 94–98.
5. The New Rules of Marketing and PR: How to Use Social Media, Blogs, News Releases, Online Video, & Viral Marketing to Reach Buyers Directly. John Wiley & Sons, 2009. 287 p.