

Становление видеоподкастинга в русскоязычном сегменте YouTube

Научный руководитель – Соколова Дарья Валерьевна

Денисенко Анастасия Михайловна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия
E-mail: denisenkomastya@gmail.com

Видеоподкастинг как особый тип интернет-вещания начал оформляться в России лишь в последние годы. Основной платформой для отечественного видеоподкастинга стал видеохостинг YouTube — третья по популярности интернет-площадка в России по данным Mediascope [2].

Развитие новых медиа привело к трансформации традиционных жанров журналистики. Так, видеоподкастинг представляет собой синтез классического ток-шоу — жанра, возникшего в XX веке как интервью с известным лицом или группой таких лиц [1], и подкаста — цифрового портативного аудиофайла. Видеоподкастинг становится все более популярным, потому что он отвечает важнейшим требованиям современности: визуальность, портативность, экономия времени (видеоподкасты можно слушать в фоновом режиме на YouTube, а также увеличивать скорость их воспроизведения), развлекательность, информативность, определенная свобода слова (на авторских каналах допускается плюрализм мнений и нецензурная лексика).

Видеоподкасты в русскоязычном сегменте YouTube представляют собой либо интервью с медийной личностью, либо беседу со специалистом на определенную тему. Для видеоподкастов характерны неформальный стиль общения, разнообразие тем (новости и тренды, люди, юмор, культура, политика, медицина, мода, музыка, спорт, автомобили и др.), инфотейнмент, выстроенный личный бренд самого ведущего (или ведущих), определенный монтаж (заставки интро и аутро, музыкальное сопровождение, графические элементы и вотермарки, тайм-коды, дисклеймеры и др.), определенный способ хранения (тематический плейлист на YouTube, дистрибуция на стриминговые сервисы в виде аудиофайлов), периодичность выхода (или отсутствие таковой), реклама и партнерство. Мы проанализировали видеоподкасты на российском YouTube на темы «новости и тренды» и «люди» с целью охарактеризовать их формат.

Видеоподкаст «Сергея и микрофон» на канале «sergeymeza» [3] (246 тыс. подписчиков) начал выходить 20 ноября 2019 года. Целевая аудитория проекта: люди в возрасте 16-30 лет, увлекающиеся научно-популярной тематикой и следящие за трендами. Ведущий Сергей Мезенцев называет данный проект «шоу», цель которого — «полезность» и «увлекательность». Темы видеоподкастов либо научно-популярные (психическое здоровье, человеческий мозг, космос, сонный паралич и др.), либо связанные с личной повесткой гостя (блогера, стендап-комика, рэп-исполнителя). Темы заявлены в названии подкаста. Примечательно, что в выпусках с экспертами больше тайм-кодов, т.е. больше освещенных вопросов. В видеоролике с помощью графики указывается ссылка на Instagram гостя, в описании видеоролика — ссылки на его страницы в социальных сетях, а также ссылки на страницы самого ведущего и почта для сотрудничества. О выходе нового выпуска проекта ведущий сообщает на своей странице в Instagram (таким образом, осуществляется интеграция видеоподкастинга в международное медиаполе).

Длительность каждого подкаста на канале — порядка полутора часов, иногда — более двух. Подкаст выходит еженедельно по средам; прослушать записи в формате аудио можно на iTunes, VK, SoundCloud, Yandex Music, Deezer, Castbox и Google Podcasts.

Творческое воплощение довольно типичное для видеоподкастов на YouTube: есть короткая рисованная вступительная заставка с музыкальным сопровождением, кадр с логотипом партнера-производителя и вступительная речь (интро). В видеоподкасте встречается прямая реклама, встроенная in-stream реклама и всплывающая реклама.

Видеоподкаст «*Балдежный подкаст*» на канале «Кузьма» [4] (2,63 млн подписчиков) начал выходить 13 ноября 2018 года; проект заимствует формат сериала, будучи разделенным на сезоны. Примечательно, что ведущий Кузьма Гридин так же, как и Сергей Мезенцев, называет данный проект «шоу». У Гридина есть соведущий — Юлий Онешко. Двое ведущих добавляют в видеоподкаст больше юмора благодаря комическим диалогам и постоянному взаимодействию.

Со второго сезона подкаст начал выходить еженедельно. Для выпусков характерна нецензурная брань. Темы видеоподкастов — личная повестка гостей-блогеров, имеющих большую аудиторию в Instagram и на YouTube. Темы не прописаны в названии видеороликов, поскольку имена медийных личностей, указанные в названии, известны целевой аудитории (людям 16-25 лет, следящим за звездами Интернета). Соответственно, привлечение внимания зрителя осуществляется за счет имени гостя, а не темы дискуссии.

Хронометраж каждого выпуска — около часа. Технические особенности аналогичны оформлению подкаста на канале «sergeymeza»: заставка с музыкальным сопровождением, вотермарка, тайм-коды, ссылки на социальные сети ведущего и гостей. Виды используемой рекламы: встроенная in-stream реклама, прямая реклама и всплывающая реклама.

Видеоподкаст «*podcast*» на канале «AdamThomasMoran» [5] (10,5 млн подписчиков), который начал выходить 3 сентября 2020 года пока что с непостоянной периодичностью, характеризуется более интенсивными развлекательными элементами. Комизм достигается за счет живого диалога двух ведущих — Максима Голополосова и Кирилла Степанова. Привлечение внимания зрителя осуществляется за счет указания темы дискуссии в названии видеоролика, поскольку гости-блогеры не имеют широкой аудитории.

Техническое оформление видеоподкаста аналогично рассмотренным выше проектам. Отличительной особенностью является наличие музыкального сопровождения во время прямой рекламы и «бамперы» (встроенные рекламные видеоролики, не допускающие пропуска по клику).

Примечательно, что проекты с меньшей аудиторией (например, «ЧКГ Подкаст» на канале «ФАННИ СТАФФ» [6], на который подписано 44,5 тыс. человек) зарабатывают на пожертвованиях; они характеризуются отсутствием периодичности выхода выпусков, отсутствием тайм-кодов, меньшим количеством просмотров.

По результатам анализа видеоподкастов русскоязычного сегмента YouTube можно сделать вывод, что отечественный видеоподкастинг — это информационно-развлекательный жанр, темы которого в перспективе будут сужаться, т.е. видеоподкастинг обретет нишевость и определенную специфику, выраженную как во внешнем техническом оформлении проекта, так и в личном бренде ведущего.

Источники и литература

- 1) 1. Ефремова Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. — М.: Русский язык, 2000
- 2) 2. Mediascope: <https://webindex.mediascope.net/top-resources/projects>
- 3) 3. Sergeymeza: <https://www.youtube.com/user/sergeymeza>

- 4) 4. Кузьма: <https://www.youtube.com/user/KuzyaMeduzya>
- 5) 5. AdamThomasMoran: <https://www.youtube.com/user/AdamThomasMoran>
- 6) 6. ФАННИ СТАФФ: <https://www.youtube.com/channel/UCd1Zp3T0Fg0NLSkHCvVZkYg>