

**Актуальные способы монетизации YouTube-каналов и их конвергенция в постпандемийном мире**

**Научный руководитель – Перипечина Галина Викторовна**

***Панков Алексей Павлович***

*Студент (бакалавр)*

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

*E-mail: Alexey.pankow@yandex.ru*

Реклама на YouTube является важным инструментом для привлечения новой аудитории и продвижения рекламируемого товара. Кроме того, она играет существенную роль в финансовом обеспечении СМИ, представленных на этой платформе.

В ходе исследования, проведенного в феврале 2021 года - апреле 2021 года, мы наблюдали, как возросло потребление контента за время пандемии коронавирусной инфекции. Некоторые исследователи полагают, что увеличение потребления медиаконтента во время первой волны пандемии достигло 30%. Этот тренд привел к увеличению числа просмотров роликов на YouTube и числа подписчиков YouTube-креаторов.

Исходя из данных, полученных в ходе нашего исследования, мы видим, что на данной площадке существует всего две возможности для размещения рекламы: институциональный способ, то есть монетизация, и рыночный способ, то есть рекламная интеграция в ролик. Первый способ является наиболее актуальным для начинающих блогеров, так как позволяет им получить доход в случае относительно небольшого количества подписчиков. Для подключения монетизации на канале должно быть более 4 тысяч просмотров и более 1 тысячи подписчиков. Стоит отметить, что такая модель подойдет для распространения контента, ориентированного на западного зрителя: за тысячу показов рекламы компания заплатит в несколько раз больше, чем в России.

Второй рассмотренный нами способ продвижения — продажа интеграций. В этом случае подписание договора с крупными компаниями может принести несколько миллионов долларов дохода. Например, еще в начале пандемии, в 2020 году, в российском сегменте YouTube больше всего заработали блогеры с канала LABELCOM. Продажа рекламы в юмористических выпусках принесла им 3 550 000 долларов. Такой результат достигается во многом качественным продакшеном, продюсированием и маркетингом. Эту работу за комиков ведет продакшн-компания Medium Quality, которой владеет продюсер ТНТ Вячеслав Дусмухаметов. Каналы, не обладающие таким уровнем продакшна (например, Чикен Карри), заработали на рекламных интеграциях в разы меньше, около 1 130 000 долларов. Этим каналом занимается Александр Гудков, известный телеведущий и шоумен, однако его ресурсы гораздо скромнее, чем Medium Quality.

В ходе исследовательской работы нам удалось выяснить не только стоимость интеграции у различных YouTube-креаторов, но и выявить закономерность между числом подписчиков, качеством видеоконтента и стоимостью рекламы на русскоязычных YouTube-каналах. Общий тренд соответствует нашей гипотезе о том, что качество контента привлекает больше целевой аудитории, чем нецелевой (и неплатежеспособной), что дороже продается рекламодателю, который платит за внимание заинтересованной в продуктах из его сферы аудитории.

**Источники и литература**

- 1) Сайт Warc.com [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.warc.com/new-sandopinion/opinion/covid-19-causes-digital-consumption-to-rise-by-over-30-forming-new-and-lasting-consumer-habits/en-gb/4209> (дата обращения 02.03.2022)
- 2) Сайт Forbes.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.forbes.ru/rating-photogallery/412047-zvezdy-youtube-15-blogerov-s-samyimi-vysokimi-dohodami-ot-reklamy> (дата обращения 02.03.2022)
- 3) Сайт vc.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/marketing/21996-ad-on-youtube-channels> (дата обращения 02.03.2022)
- 4) Сайт Nielsen.com [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nielsen.com/us/en/insights/article/2020/covid-19-tracking-the-impact-on-media-consumption/> (дата обращения 02.03.2022)
- 5) Сайт hklaw.com [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.hklaw.com/en/insights/publications/2020/04/the-impact-of-covid19-on-your-advertising-and-marketing-campaigns> (дата обращения 02.03.2022)