

## Приложения как новые способы монетизации российского видеоконтента

*Семенова Любовь Руслановна*

*Студент (магистр)*

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

*E-mail: liubasmnv@gmail.com*

В течение 2022 года российский медиарынок претерпевал сильные индустриальные потрясения: появление иностранных агентов среди трендсеттеров видеоплатформ, ограничение доступа к целым платформам, и как следствие, отток рекламодателей, поддерживающих основную монетизацию видеопроектов на платформах социальных медиа. Пока крупные международные бренды уходят, основные места на рынке делят компании, чье спонсорство, и как следствие, влияние на внутреннее наполнение контента, для большинства аудитории может показаться неоднозначным. В течение 2022 - начала 2023 годов нами было проведено исследование рынка видеоконтента в России. Анализирую процессы происходящие в данной медиаотрасли мы пытались определить тренды развития российского интернет-видеопроизводства.

Одним из первых и явных спонсоров для ниши развлекательных видеопроектов стали букмекерские конторы, которые сразу же своим ярким появлением в описании проектов и в сценарии выпусков, оставили не совсем однозначные впечатления. Одним из таких примеров стала полное сотрудничество платформы Medium Quality - The Hole, с букмекерской конторой Winline.

Платформа The Hole - отдельное приложение, публикующее выпуски всех шоу, созданных продакшн компанией Medium Quality. Их инфотеймент-ниша заполнена форматами игровых интервью, токшоу, водкастами (прим.автора - аудиовизуальный подкаст), у каждого проекта есть своя аудитория.

Следует отметить, что с появлением спонсорства букмекерской конторы инфотеймент-ниша заполнилась развлекательными шоу со спортивной тематикой. Действующие лица, полюбившиеся аудиторией, в новых шоу обсуждают спорт и около спортивное движение, проводят квизы на спортивную тему. Появление рекламодателя такого масштаба по своей цитируемости и запоминаемости может сравниться с рекламой компании Aviasales. Однако важно отметить, что подобного рода “коллаборации” между спонсором и контент-производителем на рынке медиаиндустрии еще не было.

Платформа The Hole представляет собой отдельный сайт и приложение, напоминающий функционалом интерфейса видеохостинг YouTube. Единственной отличительной особенностью The Hole до недавнего времени было отсутствие возможности у аудитории зарегистрироваться на платформе, оставлять комментарии, включаться в интеракцию с контент-производителем. На платформе YouTube статистика, отражающая подобные элементы, зачастую являлась главным показателем для рекламодателей и решающим фактором софинансирования.

Последний скандал, связанный с необходимостью такого рода функционала для платформы, был связан с блогером стример-площадки Некоглаем (Николаем Лебедевым), которого обвинили в намеренном преувеличении количества “живых” (“лайф”) подписчиков, для увеличения гонорара от своего рекламодателя. Подобного рода ситуации в медиаиндустрии отбрасывают тень на других успешных блогеров и актеров медиаиндустрии, которые производят контент.

Исследование рынка приводит к очевидным выводам, что отрасль ищет новые способы монетизации, взамен ставшего привычным YouTube. Отечественный видеохостинг

RuTube пока не стал достойным «импортозаместителем» западных аналогов. Можно предположить, что приложения, созданные для распространения и монетизации видеоконтента более интересный и работающий механизм для развития отрасли.