YouTube. Путь к успеху. Как получать фуры лайков и тонны денег

Автор:
Николай Назарчук

YouTube. Путь к успеху. Как получать фуры лайков и тонны денег

Николай Соболев

Кирилл Жуковский

Роман Назарчук

Эта книга про то, как создать успешный канал на Youtube. Зачем? Например, чтобы зарабатывать деньги разными способами. Кроме того, с помощью канала на Youtube можно делиться идеями, учить людей, рекламировать продукцию и осуществлять пропаганду – в общем, влиять на умы и сердца людей в корыстных и бескорыстных целях.

От создателя каналов с суммарной аудиторией более 3 млн подписчиков.

Н. Соболев, К. Жуковский, Н. Назарчук

YouTube. Путь к успеху. Как получать фуры лайков и тонны денег

© Соболев Николай Юрьевич

© Жуковский Кирилл Владимирович

© Назарчук Роман Викторович

© ООО «Издательство АСТ»

* * *

Информация в данной книге приведена исключительно в ознакомительных целях. Хотя авторы стараются поддерживать актуальность и корректность информации, они не дают никаких гарантий полноты, точности, надежности и доступности информации, продуктов и услуг, описанных в данной книге. Все суждения являются личным мнением авторов данной книги.

Все указанные в книге данные, в том числе значения дохода, просмотров и подписчиков в тексте, графиках и таблицах, актуальны на сентябрь 2016 г. Все вопросы, замечания и предложения присылайте на электронную почту: mail@youtube-way.ru (mailto:%20mail@youtube-way.ru).

Снимайте такие видеоролики, которые сами хотели бы смотреть

Предисловие

«Я хочу завести свой личный канал на Ютубе» – именно эту фразу вы произнесете в своей голове в самое ближайшее время. Если вы еще ни разу не думали об этом, поверьте мне: это рано или поздно произойдет. В моем окружении не осталось ни одного человека, который бы не изъявил желания сделать это или уже не сделал. Почему?

Прежде чем вы прочитаете эту книгу, давайте вкратце поговорим о том, что вы сможете получить, снимая и публикуя видеоролики на Ютубе. По моему личному убеждению в нашем мире есть великое множество вещей, к которым хочется стремиться. К некоторым из этих вещей лично я стремился всю свою сознательную жизнь: первое – это свободно, без стеснения и на всеуслышание выражать свои мысли, делиться своими взглядами, своей точкой зрения.

Второе – работать на самого себя, быть независимым от окружающих, свободным в своих творческих и идейных порывах. Третье – достойно зарабатывать, заниматься любимым делом, путешествовать, заводить новые интересные знакомства, иметь определенную узнаваемость… Все это вам может дать видеоблогинг.

Около двух лет назад я пофантазировал, и мечты сбылись. Мы вместе с другом создали свой канал на Ютубе, сняли и смонтировали свое первое видео и сделали первый шаг к осуществлению наших мечт. Как мы это сделали? Как и с чего начать? Как снять первое видео? Что для этого нужно? Как заработать деньги? Если вы задали себе эти вопросы – вам срочно нужно прочитать эту книгу.

И напоследок. Я пишу эти строки, пролетая над бурной синевой Атлантического океана. Со мной команда моих хороших друзей и единомышленников, с которыми мы будем делать новый совместный проект. У каждого из них – тысячи, миллионы подписчиков на Ютубе, острый ум и четкое понимание того, чем мы будем заниматься в ближайшие 2 недели. Мы будем снимать видео… хотя я бы сказал по-другому. Мы будем заниматься тем, что мы любим делать больше всего на свете!

Еще 2 года назад я был обычным студентом, я как и вы, возможно, не знал, чем мне заняться, что мне делать со своим дипломом, куда пойти и что меня ждет… и я понятия не имел, что моя жизнь может совершить такой резкий и качественный поворот.

Николай Соболев

§ 1. Введение

Фотография – это правда. А кино – это правда 24 кадра в секунду.

Жан-Люк Годар

В 2015 году Youtube отпраздновал свое десятилетие. За эти годы небольшой студенческий проект превратился в сайт № 3 по популярности во всем мире, которого по количеству посетителей опережают только Google и Facebook. Количество активных пользователей Ютуба превысило 1,4 млрд человек, и эта цифра постоянно увеличивается. Такая огромная аудитория создает широчайшие возможности для заработка денег.

Интернет вступил в прямую конкуренцию с традиционным телевидением, которое с каждым годом все больше сдает позиции. Если раньше отсутствие дома телевизора считалось признаком низкого достатка или какой-то странностью, то теперь многие этим хвастаются, подчеркивая свое превосходство над теми, кто смотрит «зомбоящик». Огромная часть рекламных бюджетов, ранее предназначенная для телерекламы, в настоящее время расходуется на рекламу в интернете, и доля таких затрат со временем увеличивается.

Число активных пользователей Youtube

Несколько лет назад выделился отдельный класс людей, главным занятием для которых стала съемка видео для Ютуба. Это стало возможно благодаря возникновению различных способов монетизации видео. Прежние представления о мире перевернулись с ног на голову: к примеру, появились школьники, которые играют в компьютерные игры и зарабатывают в десятки раз больше своих родителей.

Звезды Ютуба доросли до уровня звезд эстрады и спорта: у них многомиллионная армия поклонников, за ними бегают журналисты, их приглашают на всевозможные фестивали и семинары, а годовой заработок некоторых из них превышает десятки миллионов долларов.

Ютуб – это пример телевидения XXI века, в котором любой желающий может снимать передачи, быть журналистом, музыкантом, экскурсоводом или учителем

музыки. Система рейтинга на Ютубе работает гораздо эффективнее рейтингов на обычном телевидении, поэтому талантливые люди быстро становятся популярными, а различные схемы монетизации позволяют им зарабатывать внушительные гонорары.

В этой книге мы подскажем вам, как с помощью Ютуба раскрыть свой талант и начать зарабатывать на этом деньги. Если вам есть что предложить зрителям, если у вас часто возникают интересные идеи и у вас достаточно времени и энтузиазма, чтобы воплотить их в жизнь, то ваши старания принесут не только благодарность и уважение многих зрителей, но и хороший денежный результат.

Сколько можно заработать на Youtube?

Более 7,4 млн долларов – именно столько за 2014 год заработал создатель канала PewDiePie на Ютубе, посвященного обзорам компьютерных игр. Этот канал с 47 млн подписчиков лидирует в рейтингах по числу постоянных зрителей и количеству просмотров видео.

А 23-х летний ведущий популярного канала про компьютерные игры CaptainSparklez попал в сводки новостей после покупки дома в Лос-Анджелесе стоимостью почти 4,5 млн $. На его канале (9,5 млн подписчиков) за 5 лет было загружено более 3,3 тыс. видеороликов, которые в совокупности набрали почти 2,6 млрд просмотров.

Недавно на сайте Форбс был опубликован рейтинг самых высокооплачиваемых звезд Ютуба. Туда попали 10 ведущих каналов, чей доход до налогообложения превысил 2,5 млн $. На первом месте оказался Феликс Чельберг (создатель канала PewDiePie), а на второе и третье место попали создатели каналов Smosh и Fine Brothers, чей доход до налогообложения составил около 8,5 млн $.

Доходы российских звезд Ютуба, к сожалению, существенно меньше, чем у их западных коллег, однако рекламные бюджеты в отечественном сегменте интернета постоянно увеличиваются, и в будущем ситуация будет изменяться в лучшую сторону.

История Youtube

«Tune-In, hook up» (настройся и закадри) – таким был слоган Ютуба в момент появления. Самый популярный в мире видеохостинг задумывался как сайт знакомств, но его создатели в удачный момент изменили курс развития. Примечательно, что дата регистрации домена – 14 февраля 2005 г., день святого Валентина.

Как Фейсбук и многие другие проекты, Ютуб изначально был создан студентами ради развлечения. Согласно официальной легенде, два друга – Стив Чен и Чад Хёрли хотели отправить своему товарищу Джаведу Кариму видео с одной из вечеринок. Однако файл большого размера не удалось переслать по электронной почте. В тот момент у друзей появилась идея создать сервис, куда любой желающий мог бы загрузить видеоролик и показать его друзьям. Начиная с того момента идея сайта знакомств была заброшена, а созданное приложение вскоре было переделано под площадку для загрузки видеороликов всеми желающими.

Так выглядел Ютуб спустя 2 месяца после регистрации домена, 28 апреля 2005 г. Видны поля: Я ‘мужчина' ищу ‘парня или девушку' от ‘18' до ‘45'. Это доказывает, что изначально сайт планировался как площадка для интернет-знакомств. Источник: web.archive.org

Если бы это были обычные студенты, то возможно мы никогда бы не узнали про Ютуб. Но у героев этой истории были очень большие амбиции и серьезные связи (жена Чада – дочь миллиардера). Кроме того, друзья-основатели занимали высокие должности в компании Пэйпэл. Поэтому довольно быстро нашлись инвесторы, и в течение года в проект было инвестировано 11 млн долларов.

Чтобы привлекать пользователей создатели проекта придумывали разные акции, например, каждый день дарили плееры Эппл Айпод случайным посетителям.

В 2006 году на сайте было доступно 65 тыс. видеороликов, а суммарное количество просмотров видео превысило 1 млн.

Несмотря на огромную популярность, создатели не сразу поняли, как монетизировать сервис, то есть сделать так, чтобы он приносил доход. Первая реклама была опубликована с извинениями перед пользователями и шутливым комментарием, что это вынужденная мера, так как нечем расплатиться с водопроводчиком.

Довольно важной особенностью Ютуба, по сравнению с другими видео-хостингами и социальными сетями, была возможность обмениваться комментариями, отправлять друг другу видео и вести полноценный видеоблог.

В 2006 году компания Гугл начала процесс приобретения Ютуба. Ранее у Гугла была попытка создания собственного видео-сервиса, однако несмотря на большие инвестиции, он не набрал большой популярности, поэтому было принято решение приобрести Ютуб.

В 2007 году открылась российская версия, в которой на главной странице отображался клип Петра Налича «Guitar».

Несмотря на приятный музыкальный мотив, сам по себе клип намеренно снят в плохом качестве, и не понятно, почему был анонсирован именно этот ролик в момент открытия русскоязычной версии Ютуба. Может, в этом есть доля самоиронии?

В течение последующих лет внедрялись не всегда заметные, но полезные улучшения: несколько раз менялся дизайн интерфейса, была добавлена HTML5 версия проигрывателя для мобильных устройств, появилась поддержка видеофайлов с частотой 40 и 60 кадров в секунду, а также возможность просмотра видео в высоком разрешении: 2K и 4K. Постоянно совершенствовались технологии и методики борьбы с пиратским и запрещенным контентом, а также улучшались алгоритмы показа рекламы.

Логотип Ютуба, разработанный Чадом Хёрли, с момента создания изменился несущественно. Однако сам сервис улучшается каждый год, и скоро нас ждет очередное обновление дизайна интерфейса

Кстати, точку безубыточности Ютуб преодолел только в 2014 году. Несмотря на мировую популярность сервиса, его владельцам приходится осуществлять огромные затраты на обеспечение бесперебойной работы серверов (каждый видеоролик где-то хранится, следовательно, занимает место на сервере, а это стоит денег). Кроме того, очень много финансовых ресурсов тратится на юридические прения с правообладателями и на борьбу с пиратским контентом. Однако какую-то ощутимую прибыль владельцам сервис пока что не приносит.

Что же о создателях – к настоящему времени все трое покинули проект и теперь не имеют никакого отношения к сервису.

Чем Youtube отличается от телевидения

Чтобы влиться в толпу, вовсе не обязательно выходить на улицу – достаточно, сидя дома, развернуть газету или включить телевизор.

Уистен Хью Оден

Всем понятно, что в техническом аспекте телевидение и Ютуб – это совершенно разные технологии. Рассмотрим их отличия в контексте восприятия обычными людьми. Разница заключается в том, что на Ютубе действует неформальная атмосфера и пока что отсутствует жесткая политическая цензура. Авторы большинства каналов – обычные люди, а не правительство или олигархи. Таким образом, Ютуб ближе к народу.

Российские СМИ, в том числе телевидение – это технологии для односторонней подачи информации, которые контролируются государством. Часть телеканалов созданы исключительно ради пропаганды. Мы не можем позвонить ведущему

вечернего шоу или теленовостей и поделиться своей точкой зрения. Даже если у вас будут брать интервью, то в репортаже покажут только то, что можно показать, а остальное удалит редактор. Кроме того, далеко не все аспекты нашей российской жизни освещаются на телевидении, а только те, которые нужно осветить или о которых можно рассказать без последующих громких скандалов и увольнений.

Телевизионные знаменитости находятся на отдалении от обычных граждан. На публичных мероприятиях их охраняют специально обученные люди, а общение со знаменитостями происходит не напрямую, а через их менеджеров. Вокруг звезд шоу-бизнеса создается и поддерживается определенное амплуа, они идеализируются. Нам показывают только фотографии с правильного ракурса, тщательно обработанные на компьютере.

Ютуб в данном плане представляет собой полную противоположность. Здесь можно напрямую пообщаться с автором видео: в описании канала указаны ссылки на страницы в социальных сетях, а также адрес электронной почты и кнопка для отправки личных сообщений. На Ютубе можно легко высказать свое отношение к видеоролику: поставить лайк, дизлайк или написать комментарий. А многие популярные авторы видео специально организовывают встречи со своими подписчиками в неформальной атмосфере. Более того, эти люди живут с нами в одних городах, ходят по улицам, ездят в общественном транспорте. В каком-нибудь магазине можно встретить видеоблогера с несколькими миллионами подписчиков, пожать ему руку, обнять и сказать, какой он молодец. Многим Ютуб-знаменитостям нравится, когда их узнают на улице (хотя не всем).

По обозначенным выше причинам, если вы создаете канал на Ютубе, не стоит стремиться создать идеальный образ ведущего, как на ТВ. У многих ведущих сформировался свой неповторимый стиль именно благодаря недостаткам, которые они не скрывают. Например, автор передачи «Картавый футбол» сделал акцент на особенностях своей дикции. Большая родинка, нелепая прическа, вспыльчивый характер – все это может стать изюминкой ведущего на Ютубе при грамотной подаче. Разумеется, достоинства и профессиональные качества ведущего должны перевешивать его изъяны, но маленький недостаток может стать отличительной чертой.

Какими должны быть ролики на Youtube

Гений противостоит не толпе. Гений противостоит заурядным художникам.

Сергей Довлатов

Легкими и яркими

Если ролики рассчитаны на широкую аудиторию, их просмотр должен быть легким. Постарайтесь избегать запутанных сюжетов и сложных терминов. Научитесь объяснять сложные вещи простыми словами. При монтаже решительно избавляйтесь от всего, что может вызвать скуку у зрителя. Выберите оптимальную длину видеоролика.

Естественными

Выступая в роли ведущего, научитесь чувствовать себя комфортно и расслабленно перед камерой. Зрители почувствуют любую напряженность и неестественность, и это им подсознательно не понравится. Речь ведущего должна быть без долгих пауз, мычания и слов-паразитов. Если ваша естественная речь далека от идеала, то вам следует над ней поработать.

Одевайтесь так, как вам нравится, и старайтесь никому не подражать. Если вы войдете в чей-то другой некомфортный для вас образ, то когда вы наберете большую аудиторию, вам придется на протяжении всей своей карьеры ведущего притворяться кем-то другим, а это тяжелый труд.

Выбирая тематику для своего канала, постарайтесь быть честными с самим собой и обходите стороной такие темы, которые вам не по душе. Если вы добрый чуткий человек, вряд ли вам стоит снимать жестокие розыгрыши, какой бы выгодной не была эта затея с экономической точки зрения: рано или поздно вы разочаруетесь и забросите это занятие.

Хорошими

Чем больше просмотров у вашего видеоролика на Ютубе, тем больше можно заработать на показах рекламы. Известно, что жестокие ролики с драками, авариями и прочими негативными событиями быстро набирают очень много просмотров, и у создателей каналов всегда есть соблазн заниматься именно таким контентом.

Однако если вы рассчитываете зарабатывать не только на партнерской программе, но и хотели бы найти рекламодателей с мешками денег, то ваш канал должен иметь позитивную миссию. Сеять разумное, доброе, вечное. Хотя бы в общих чертах.

Менеджеры крупных компаний очень беспокоятся о репутации своего бренда и неохотно идут на риск. Серьезные рекламодатели обходят стороной каналы, которые могут вызвать отрицательные эмоции и негативные ассоциации с их продуктом. Их может отпугнуть обилие нецензурной лексики, вульгарный внешний вид или нарушающее общественные устои поведение ведущих. Не стоит недооценивать масштаб данной проблемы: трудности с рекламодателями всерьез испытывают некоторые популярные каналы.

В то же время ролики с четкой благородной миссией получают больше лайков, и люди не стесняются делать их репосты.

Спустя несколько месяцев после написания этого подраздела на Ютубе ужесточились правила: каналы, посвященные авариям, катастрофам, дракам и политике стали в массовом порядке отключаться от монетизации. Это подтверждает правильность представленных выше доводов.

К чему нужно стремиться

Когда случайный зритель заходит к вам на канал, у вас есть всего 10 секунд, чтобы заинтересовать его, иначе он уйдет. Постарайтесь с самого начала создать положительное впечатление. Плохое качество изображения, неопытный ведущий, скучная тема, дрожащая камера, шипящий звук – все это заметно в течение первых десяти секунд и отпугивает людей. Нужно действовать по схеме:

Привлечь – Заинтересовать – Сделать подписчиком

Привлечь ярким значком видеоролика и интересным заголовком, заинтересовать в первые десять секунд видеоролика приятной картинкой и интересным сюжетом, сделать подписчиком благодаря востребованной концепции канала и качественной подаче информации.

Способы заработка на Youtube

Кажется, все искали кратчайшей дороги к деньгам и при этом обходили самую прямую – ту, которая ведет через труд.

Генри Форд

Существует множество способов заработка на Ютубе, среди которых – традиционная реклама, продакт-плейсмент, призывы к действию, размещение ссылок в описании к видео, продажа вещей с логотипом канала и многое другое.

Совокупный заработок успешных авторов видео складывается из нескольких составляющих. Рассмотрим основные из них:

1) Партнерская программа Ютуба, Медиасети

– Плата за просмотры вставок с рекламным видео;

– Плата за клики по рекламным ссылкам;

– Youtube.Red, платные каналы.

2) Реферальные программы, CPA (Cost Per Action)

– Плата за совершение зрителями какого-то действия, например, за регистрацию на сайте или установку программы.

3) Прямые заказы от рекламодателей

– Реклама в самом видео;

– Видеообзоры вещей, гаджетов и косметики;

– Продакт-плейсмент;

– Лайки каналов рекламодателей;

– Размещение рекламных ссылок в описании к видео;

– Съемка специальных выпусков, посвященных какому-то событию или выходу нового продукта.

4) Заработок в других социальных сетях, возможный благодаря известности на Ютубе

– Размещение проплаченных постов в Инстаграме;

– Рекламные посты на личной странице и в группе Вконтакте;

– Трансляции игрового видео в Twitch;

– Посты в Фейсбуке, Твиттере и много где еще.

5) Собственные проекты

– Продажа вещей с атрибутикой канала (кружек, футболок);

– Написание книг автором канала;

– Разработка компьютерных игр с атрибутикой канала;

– Организация мероприятий, встречи со зрителями.

6) Сторонние проекты

– Участие в комплексных рекламных проектах, съемка в рекламе;

– Работа ведущим на ТВ;

– Выступление на семинарах;

– Оказание частных консультаций по видео-маркетингу.

Заработок на рекламе

Наибольший доход для популярных видеоблогеров приносит взаимодействие с крупными брендами и рекламными агентствами. К этому виду заработка относится как непосредственное участие ведущего канала в рекламных проектах, так и вставка рекламы в видеоролики на канале. Иными словами, в начало, середину или конец видеоролика по договоренности вставляется рекламное видео (пре-, мид- и построллы). За такую рекламу популярные российские видеоблогеры могут запросить от нескольких десятков до нескольких сотен тысяч рублей. В некоторых случаях автору предоставляется какой-то товар, и он делает на него обзор или своими словами его рекламирует, явно или завуалировано. В качестве примера скрытой рекламы можно привести

появление в кадре футболки с названием фильма, кружки с логотипом или плаката на фоне.

? По правилам использования Ютуба создателям видео не разрешается самостоятельно вставлять рекламу в видеоролики, если Ютуб предоставляет похожий формат (в том числе, пре-, мид- и построллы). Администрация оставляет за собой право удалить такие ролики или отключить монетизацию. Многие владельцы популярных российских каналов нарушают это правило, и пока что у них из-за этого не возникает проблем, но в будущем ситуация может измениться, поэтому читатель должен знать о возможных последствиях. При продакт-плейсменте рекламируемые продукты не должны нарушать законодательство и правила рекламы. Официально разрешено делать статичные вставки с рекламой (длительностью не более 5 секунд в начале и 30 секунд в конце видео).

Помимо рекламы непосредственно в видеороликах, почти любой популярный автор предлагает рекламодателям широкий спектр услуг. Среди них: лайк и комментарий под видеороликом на Ютубе, размещение рекламной ссылки в описании к ролику, публикация рекламы на странице автора или в группе Вконтакте, а также реклама в Инстаграме. Каждое из этих действий обойдется заказчику минимум в несколько тысяч рублей, а максимум – в несколько десятков тысяч рублей.

Наиболее известных видеоблогеров часто приглашают сниматься в рекламных фото- и видеосъемках, и сумма гонорара может достигать сотен тысяч рублей. Некоторых из них зовут работать ведущими на ТВ (многие отказываются, потому что работа на ТВ накладывает серьезные обязательства и оставляет мало времени для творчества).

Заработок на партнерской программе

Второй по важности источник дохода на Ютубе – заработок от партнерской программы. Это основой источник дохода для каналов с небольшим количеством

подписчиков, у которых нет прямых заказов от рекламодателей. Если канал подключен к партнерской программе, алгоритмы Ютуба начинают автоматически вставлять рекламу в опубликованные на нем видеоролики, и после каждого просмотра рекламы или клика по ссылке владельцу канала начисляются деньги. Все автоматизировано, однако доход от партнерской программы довольно низкий по сравнению с другими способами рекламы.

Заработанная сумма зависит от количества просмотров рекламы или переходов по ссылкам, а это, в свою очередь, связано с общим количеством просмотров роликов на канале. Видеоролики могут набирать просмотры даже спустя несколько лет после публикации – в таком случае они приносят любимый всеми интернет-предпринимателями «пассивный доход».

Многие думают, что количество подписчиков канала – главный показатель, от которого зависит доход, однако это совсем не так. Канал, у которого 100 000 подписчиков, может приносить больше денег, чем канал с 500 000 подписчиков.

Важно также понимать, что Ютуб платит не за просмотры самих роликов, а за просмотры интегрированной в эти ролики рекламы (так называемые «коммерческие просмотры») или за клики по ссылкам. Поэтому уровень дохода зависит от качества аудитории и тематики канала, и может существенно отличаться у разных авторов видео.

Некоторые эксперты во время расчетов используют эмпирическую формулу: для обычных развлекательных каналов за 1000 просмотров видеоролика в среднем начисляется 0,8 $. Из этой суммы вычитаются разные комиссии, поэтому конечная цифра получается ниже. Таким образом, 1 млн просмотров всех видеороликов на канале за месяц может принести от 100 до 500 $ реального дохода (это упрощенный пример, в некоторых случаях доход может быть существенно выше или существенно ниже).

Миллиона просмотров на канале можно достичь несколькими способами. Во-первых, можно загрузить 2 видеоролика, каждый из которых будет набирать по 500 тыс. просмотров за месяц, но для этого потребуется выдающийся талант и хорошие стартовые условия. Альтернативный способ заключается в том, чтобы загрузить 20 видеороликов, каждый из которых будет набирать по 50 тыс. просмотров. Или 100 видеороликов, каждый из которых будет набирать в среднем по 10 тыс. просмотров за месяц.

Стоимость за 1000 просмотров сокращенно называют CPM (Cost Per Mile). Как уже было сказано ранее, значение этого показателя зависит от тематики канала, а также качества аудитории. Если ваш канал смотрят взрослые состоявшиеся люди, то за 1000 просмотров вы можете заработать гораздо больше, чем если бы зрителями были школьники. Но таких людей гораздо сложнее и дороже привлечь на канал. Кроме того, CPM зависит от длительности видео. Видеоролики длительностью более 10 минут предоставляют гораздо больше рекламных возможностей, чем короткие, поэтому CPM длинных видео ощутимо выше, чем у коротких.

В аналитике на Ютубе есть параметр «цена за 1000 показов по воспроизведениям» – это и есть тот самый CPM. Однако от этой суммы выплачиваются только 55 % (45 % – комиссия Ютуба), а также берутся комиссионные отчисления при использовании медиасети (до 30 %, в зависимости от условий сотрудничества с медиасетью). Поэтому итоговая сумма будет гораздо меньше.

Подводя итоги, можно сказать, что количество просмотров влияет на заработок от партнерской программы, но точную зависимость математически описать довольно сложно. Второй параметр – количество подписчиков напрямую не влияет на заработок, однако большое число подписчиков является убедительным аргументом для спонсоров и рекламодателей, а также для обычных людей, которые любят подписываться на популярные каналы и часто игнорируют каналы с малым числом подписчиков.

? Процессы в рекламном бизнесе очень сильно коррелируют с процессами в реальной экономике. В декабре перед новогодними праздниками наблюдается рост продаж товаров массового потребления и услуг для населения (именно их в большинстве своем рекламируют на Ютубе), а январь и февраль традиционно считаются «мертвыми месяцами», когда покупатели малоактивны, потому что почти все свободные деньги они потратили на покупки во время распродаж, на организацию праздничного стола и на подарки. Именно поэтому во многих компаниях пик рекламных расходов приходится на декабрь, а в январе и феврале данная статья расходов сильно сокращается. Так как основным источником заработка для владельцев каналов на Ютубе является реклама (как прямые заказы, так и партнерская программа), то в январе и феврале их доходы от рекламы бывают меньше, чем в другие месяцы.

§ 2. Популярные жанры видео

На Ютубе существуют сотни жанров видео и регулярно появляются новые. Например, до 2007 года не существовало «летсплеев». С тех пор сформировались не только сами летсплеи как отдельный жанр, но и появилось множество их подвидов. Мы рассмотрим только несколько самых популярных жанров, но постараемся предоставить универсальные знания, применимые для любых видеороликов на Ютубе.

Видеоблоги

«Бложить» или не «бложить», вот в чем вопрос. (To blog or not to blog that is the question)

Из интернета

Видеоблог – это воплощение самой примитивной идеи: снимать видео о себе и о происходящих вокруг событиях. Многие видеоблогеры успешно монетизировали свои каналы и уже несколько лет получают стабильные хорошие гонорары. Однако добиться успеха в данном жанре очень сложно, потому что среди видеоблогов в настоящий момент действует жесточайшая конкуренция.

Некоторые обыватели считают видеоблогеров бездельниками. Довольно распространенная точка зрения заключается в том, что такие люди не производят ничего полезного для общества и снимают второсортные ролики, в которых только и делают, что жалуются на жизнь, а потом у них каким-то чудом появляются миллионы подписчиков и рекламодатели с чемоданами денег.

На самом же деле, популярность приходит к видеоблогерам как результат упорного многолетнего труда. Помимо огромного количества усилий, в этом жанре нельзя обойтись без личной харизмы и, конечно же, таланта. Самый главный талант – уметь практически «из ничего» на пустом месте создавать и

поддерживать интерес миллионов зрителей. Успешные видеоблогеры – это «два в одном», артисты широкого профиля и первоклассные маркетологи, только они продвигают не какой-то продукт, а самих себя. Они умеют снимать видео в разных жанрах и прекрасно чувствуют потребности своей целевой аудитории. Помимо этого, многие видеоблогеры самостоятельно снимают и монтируют видео (стоит напомнить, что даже это далеко не каждый умеет делать).

Какими способами видеоблогеры собирают и удерживают огромную аудиторию

Ответственно относятся к съемке блога Во-первых, видеоблог для настоящих блогеров – не бумага, которая все стерпит, куда можно поплакаться о жизненных невзгодах и бессмысленности происходящего. Видеоблог на Ютубе – это огромный кинотеатр с сотнями тысяч зрителей, которые жаждут хлеба и зрелищ. И если вы появились на экране, то должны развлекать их, иначе люди навсегда покинут ваш канал. В идеале, каждый сюжет видеоблога – это отдельная интересная история на актуальную злободневную тему или небольшое путешествие.

Регулярно публикуют видео

С целью получения хорошего дохода от показов рекламы многие видеоблогеры стараются снимать как минимум 1–2 видео в неделю. Некоторые даже успевают публиковать видео каждый день – это очень большой труд, но если при этом удается поддерживать высокую планку качества, то такой подход дает отличные результаты.

Оптимизируют и продвигают канал

Для набора основной массы подписчиков хитрые блогеры всячески оптимизируют канал, подбирают оптимальные заголовки и ключевые слова, добавляют интригующие изображения для видео. Они обмениваются лайками с другими каналами, а также закупают лайки и ссылки в описаниях к видеороликам на известных каналах и размещают рекламные посты в пабликах

Вконтакте и других социальных сетях (подробнее – в разделе «Оптимизация и развитие канала на Youtube»).

Делают шоу

Чтобы поддерживать интерес, популярные авторы видеоблогов часто выходят за рамки обычного блога: поют песни, снимают обзоры, отвечают на вопросы, делают обучающие видео, сочиняют шутки и устраивают пранки.

Используют громкие события

Многие видеоблогеры регулярно паразитируют на разных громких именах и событиях: к примеру, снимают пародии на популярные песни. Или делают видеоролики с разоблачениями известных людей, вставляя их имена в заголовки роликов, и это обеспечивает много просмотров для канала. Или создают критические обзоры на новые кинофильмы, название которых лидирует в трендах Ютуба. В мире очень много громких имен и каждый день происходят резонансные события, поэтому источник идей для создания подобных видеороликов никогда не иссякнет.

Объединяются с другими блогерами

Довольно эффективным способом привлечения подписчиков является коллаборация с другими популярными блогерами и известными персонами с целью съемки совместных видеороликов. В результате выигрывают оба канала: такие ролики набирают существенно больше просмотров и происходит частичный обмен аудиторией. При этом ни один из каналов не теряет подписчиков, просто некоторые зрители становятся подписчиками обоих каналов. Были случаи, когда численность аудитории каналов благодаря коллаборации увеличивалась более чем на 40 % за 1 месяц, так что сотрудничество с другими каналами действительно приносит пользу.

В настоящее время коллаборации – это один из самых эффективных способов привлечь подписчиков на канал без каких-либо затрат.

Вовлекают зрителей

Еще одним способом привлечь аудиторию являются конкурсы, когда зрители должны что-то сделать и прислать результаты своего творчества владельцу канала. Конкурсы позволяют повысить активность подписчиков, они стимулируют их писать комментарии, ставить лайки. Также они мотивируют людей делиться информацией с друзьями, благодаря чему увеличивается число просмотров канала и число подписчиков. Обязательным условием для успешного конкурса является наличие интересных призов, а также высокое доверие аудитории. Если неизвестный никому блогер пообещает победителям конкурса подарить Майбах, мало кто в это поверит.

Про что снимать видеоблог

Творчество же состоит не в том, чтобы браться за смешные темы, а в том, чтобы делать обычные темы смешными.

Джуди Картер. Библия комедии

Самым главным условием при выборе темы для очередного видео является ваш личный интерес. На какую бы тему вы не снимали ролики, эта тема должна вас будоражить. Не снимайте видеоролики о политике, если она вам не интересна – ничего хорошего из этого не выйдет. Если вы будете снимать клип на музыку, которая вам не нравится – скорее всего, выполнив работу, вы не почувствуете удовлетворения. Только усталость и, может быть, разочарование.

В книге «The comedy bible» приведен пример, когда популярная женщина-комик выбрала в качестве темы для выступления «Неудачные отношения». И в тот вечер выступление провалилось, публика не смеялась. Чуть позже выяснилось, что эта женщина прожила двадцать пять лет в счастливом браке. Зрители почувствовали фальшь из-за того, что ведущая шоу эмоционально не была связана с темой.

Люди очень тонко чувствуют, когда что-то сделано с душой, а когда – нет. Даже если по какой-то причине вы не наберете желаемого числа просмотров, сделав ролик на интересующую вас тему, вы будете чувствовать удовольствие от выполненной работы. Многие популярные блогеры рассказывают, что очень сильно устают после своей работы, но при этом не забывают добавить, что это приятная усталость, которую они ни на что не променяют.

Настоящий блогерский талант заключается в том, чтобы взять какую-то узкую тему, которая интересна вам и еще небольшой прослойке населения, и снять на эту тему такой сюжет, который понравится миллионам зрителей.

? «Прорывом» 2015 года в жанре видеоблогов стал канал «Дневник Хача», на котором публикуются видеоролики про светскую жизнь Москвы. Автор посещает закрытые клубы, дорогие рестораны и общается с известными людьми – и все это записывает на камеру GoPro. Практически во всех видеороликах можно увидеть много красивых девушек, а одним из частых героев выпусков является Олег Майями – участник шоу «Голос» на первом канале. Амирана Сардарова в Америке назвали бы Self-made man, потому что своего положения он достиг упорным трудом. «Дневник Хача» – это не первый проект Амирана на Ютубе, его предыдущие начинания не достигли большого успеха. Кроме того, в своих книгах автор рассказывает, что из-за его внешности раньше у него были серьезные проблемы с девушками, и ему пришлось проделать большую работу над собой, чтобы изменить это. В итоге ситуация изменилась на противоположную: теперь девушки Амирану буквально не дают прохода.

Автору удалось собрать 1 млн подписчиков за год и несколько месяцев, и аудитория постоянно растет, а самый популярный видеоролик на канале набрал более 9 млн просмотров.

Игровые видео

Мы все в одной игре, просто на разных уровнях. В одном аду, просто с разными демонами.

Жанр игровых видео сейчас очень популярен, и именно представитель этого жанра PewDiePie в настоящий момент является самым известным и самым высокооплачиваемым автором видео на Ютубе. В российском сегменте сейчас лидирует EeOneGuy, который так же специализируется на игровых видео.

Принято различать понятия «летсплей» и «обзор». В летсплеях авторы концентрируются на самом игровом процессе, комментируют разные моменты и шутят. В обзорах игр автор анализирует графику, сюжет, управление и прочие особенности.

? После того как известный автор делает обзор на мобильное приложение или казуальную игру, количество ее скачиваний многократно увеличивается, и это приносит огромную прибыль разработчикам. Поэтому создатели многих игр платят деньги владельцам популярных игровых каналов на Ютубе, чтобы они публиковали обзоры на их творения.

Благодаря летсплеям даже появился отдельный жанр игр, называемый «наживкой для Ютуба», потому что в них толком нет сюжета – только смешная идея. Такие игры как будто бы созданы для того, чтобы про них сняли игровое видео (например, – симулятор козла).

История игровых видео

Когда-то давно выпускались книжки, в которых были советы по прохождению видео, секреты и горячие клавиши. В 90-х годах в России была популярна телепередача «Dendy – Новая реальность». Дети со всей страны собирались перед телевизорами, чтобы посмотреть обзоры на различные видеоигры. Еще была телеигра «Позвоните Кузе»: тысячи зрителей смотрели, как счастливчики, которым удалось дозвониться до студии, управляли персонажем в компьютерной игре. Управление осуществлялось посредством нажатия кнопок на телефонном аппарате.

Затем появились компьютерные клубы, и вокруг любого игрока образовывалась толпа зевак, которые сами не играли, но с большим интересом смотрели и активно комментировали за спиной его действия.

Когда появился Ютуб, сначала туда просто загружались прохождения игр без каких-либо комментариев. Затем стали появляться видеоролики с комментариями, и постепенно сформировался отдельный жанр игровых видео – летсплеи.

Почему зрители смотрят игровые видео вместо того, чтобы играть самим?

1) У многих зрителей недостаточно мощные компьютеры, и чтобы оценить красивую графику новой игры они ищут летсплеи и обзоры;

2) Для некоторых людей просмотр игровых видео – это способ отвлечься от всех забот и расслабиться после работы. При этом они сами не желают прилагать усилия, им лень нажимать на клавиши, проявлять реакцию и смекалку.

3) Популярные авторы игровых видео обладают приятным голосом и у них, как правило, хорошо подвешен язык и развитое чувство юмора – благодаря этому они удерживают внимание большой аудитории.

4) Создатели игровых видео находят интересные игры или дополнения к популярным играм, о которых большинство людей не знает.

Какие бывают виды летсплеев?

• Слепое прохождение (blind): автор играет в первый раз и делится своими свежими впечатлениями. Игрок может делать глупости, совершать ошибки, погибать. Противоположность слепому летсплею – когда автор уже обладает опытом игры, он помогает советами зрителям, делится разными хитростями.

• Лонгплей (longplay): спокойная размеренная игра, которая растягивается на несколько часов или суток. Лонгплеи принято разбивать на части, которых может быть несколько десятков или даже сотен и которые принято собирать в плейлисты.

? Кстати, мировой рекорд по продолжительности безотрывной игры в настоящий момент составляет 135 часов (это более 5 суток, именно столько времени провел рекордсмен за игрой Call of Duty: Black Ops).

• Соревнование или совместное прохождение (versus, let's play together): двое ведущих соревнуются в прохождении игры или помогают друг другу пройти игру, комментируя основные моменты для зрителей.

• Быстрое прохождение (speedrun): нужно пройти игру как можно быстрее, не допустив ошибок. Для этого требуется всегда идти по кратчайшему пути, поэтому в таких летсплеях не раскрываются многие секреты и хитрости.

• Моды, патчи, «давайте сломаем» (mod, patch, let's break): когда автор видео вносит изменения в игру, например, устанавливает патчи, меняет скины оформления или что-то еще.

При записи речевых комментариев очень важно качество звука, чтобы там не было постороннего треска или шипения, чтобы голос не звучал как из консервной банки. Приступая к созданию игровых видео, постарайтесь приобрести хороший микрофон, который обеспечит качественный звук, и благодаря покупке вы сразу станете на голову выше многих других авторов игровых видео.

Комментируя игру, нужно постоянно следить за тем, что вы говорите и как говорите. Обрывки фраз, излишние комментарии, плоские шутки, неадекватные реакции, речевые ошибки и чрезмерное использование жаргона – вот основные проблемы начинающих авторов в жанре игровых видео. Перечислим составляющие успеха авторов игровых видео:

• грамотная речь, подвешенный язык;

• хороший микрофон;

• приятный голос;

• мощный компьютер;

• любовь к играм и трудолюбие.

В последние несколько лет у создателей игровых видео стало возникать все больше проблем, связанных с нарушением авторских прав. Многие разработчики игр запретили получать доход с игровых видео, и алгоритмы Ютуба в автоматическом режиме находят игровые видео и анализируют их, регулируя соблюдение этого правила. Поэтому авторы вынуждены искать для своих видео менее популярные игры, которые не запрещено монетизировать. Они все чаще берут для обзоров и летсплеев старые компьютерные и консольные игры, а также игры для браузеров и мобильных устройств.

Запись игровых видео

Для записи игровых видео существует множество программ, платных и бесплатных. Признание многих игроков заслужило приложение Open Broadcaster Software (свежую версию можно скачать на сайте obsproject.com). Это простая и бесплатная утилита, которая обладает всеми необходимыми функциями для записи игровых видео.

С ее помощью можно не только записывать видео с экрана или из отдельного окна, но и осуществлять онлайн-трансляции. Поверх основного видео можно добавить ваше изображение с веб-камеры и автоматически удалить фон. Полезной функцией является шумовой гейт – в момент, когда вы ничего не говорите, шум от микрофона автоматически заглушается. Основные функции программы можно включать с помощью горячих клавиш – таким образом, зрители не увидят ваших манипуляций с программами, и вам не придется ничего вырезать из конечного видео. Это особенно удобно при осуществлении трансляций.

Среди платных приложений как наиболее популярные можно выделить Fraps, Banalcam и Mirilis. Также с этой задачей справится Camtasia. В данной программе можно не только записывать, но и полноценно редактировать видео: добавлять надписи, изображения и анимацию поверх основного видео, склеивать и удалять фрагменты видео, создавать переходы, изменять звуковую дорожку, удалять фон и многое другое. К недостаткам Camtasia относится высокая цена и не всегда понятный интерфейс.

? Во время записи игровых видео рекомендуется записывать ваши комментарии и звуки игры в 2 разных звуковых файла. Это позволит вам в дальнейшем редактировать голосовые комментарии, не затрагивая звуки из игрового процесса.

Обучающие видео

Вместо пятисот обычных учителей алгебры, нам нужен один хороший учитель алгебры. Нам нужно, чтобы он создавал программы, записывал себя на видео, отвечал на вопросы, позволил вашему компьютеру или айпаду учить алгебре… Особенность любой хорошей технологии заключается в том, что она уничтожает рабочие места.

Майкл Дж. Сейлор

Создание обучающих видео – это перспективное направление для авторов, которые обладают достаточным количеством опыта и являются профессионалами в своем деле. В топе Ютуба регулярно появляются обучающие видеоролики с уроками по фитнесу, рецептами приготовления блюд и лайфхаками. Однако качественные обучающие видео востребованы среди людей разных профессий и с разными интересами, и при грамотном подходе у вас гарантированно появится аудитория, независимо от тематики. К примеру, мастера по приготовлению барбекю создали канал BarbecueWeb, некоторые ролики на котором набрали более 7,5 млн просмотров, несмотря на то, что выбранная тематика канала очень узкая.

Накопив достаточное количество подписчиков, интересующихся строго определенной темой, вы сможете найти профильных рекламодателей для вашего канала, бизнес которых построен в этом или смежном направлении. Кроме того, если вы станете известным автором обучающих видео, вы укрепите свой авторитет как профессионала в своем деле: к вам потянутся люди за советами, у вас будут брать интервью журналисты тематических изданий и к вам станут обращаться за платными консультациями.

К чему следует стремиться

Главная проблема многих современных обучающих видео заключается в том, что они очень сильно растянуты по времени. Довольно часто ролик длительностью 5–6 минут можно сократить до 1-2-х минут. Для этого потребуется удалить самые неинформативные фрагменты видео, а какие-то моменты ускорить. На канале Buzzfeed Food публикуются короткие ускоренные видео по приготовлению блюд, и благодаря красивой видеосъемке и минималистичному оформлению зрители со всего мира активно делают репосты таких видеороликов в социальных сетях.

Еще одной проблемой многих обучающих видео является то, что авторы уделяют чрезмерное внимание простейшим вещам, о которых все знают. К примеру, видео уроки по работе в разных приложениях часто начинаются с того, что автор почти целую минуту показывает, как создать новый файл («Запустите программу, нажмите File – New, введите название файла»), хотя даже новички умеют это делать. Подобные действия можно сократить до двух секунд, многократно ускорив эти фрагменты видео в монтажной программе. В современном мире очень высокий ритм жизни, и самое ценное для многих зрителей – время.

Создание обучающих видео

Есть тематики, при работе в которых не обойтись без видеосъемки. Понадобится комплект съемочного оборудования, система освещения, а также хороший микрофон. В то же время для некоторых обучающих видео не требуется даже видеокамера, нужен современный компьютер с установленной программой для записи с экрана, приложение для создания презентаций и микрофон, который обеспечит качественный звук.

Как и в случае с игровыми видео, для записи видео экрана подойдет бесплатное приложение Open Broadcaster Software. Также в этом деле хорошо себя зарекомендовала популярная программа Camtasia, однако она платная – но за

свою цену предоставляет очень много функций по редактированию видео и добавлению комментариев, поэтому многие создатели обучающих видеороликов используют именно ее.

В качестве приложения для создания презентаций можно использовать Microsoft PowerPoint, KeyNote (для пользователей MacOS), OpenOffi ce Impress (бесплатный аналог) и другие похожие программы. Если вам необходимо демонстрировать диаграммы и графики, вам будут полезны программы для создания майнд-карт, такие как FreeMind и Xmind.

Как и во всех других жанрах видео, для обучающих видеороликов очень важна правильная оптимизация, однако здесь есть свои специфические особенности. К примеру, согласно статистике, в сфере уроков по фитнесу зрители предпочитают ролики длиной более 10 минут и обходят стороной короткие видеоролики.

Музыкальные видео

Мой талант был оружием, мощью, моим способом бороться. Это был единственный способ, которым я надеялся повлиять на человеческое мышление.

Сэмми Дэвис мл.

Музыкальные видео набирают больше всего просмотров на Ютубе, потому что воздействуют сразу на несколько систем восприятия и создают очень сильный эмоциональный заряд. Кроме того, в отличие от простых видео, которые люди редко просматривают больше одного раза, видеоклипы могут быть просмотрены десятки раз одним и тем же зрителем. Именно в этом и заключается секрет сверхпопулярности клипов всемирно известных исполнителей, которые набирают миллиарды просмотров (что в денежном эквиваленте соответствует миллионам долларов дохода). Особенно успешными становятся песни, которые «заедают в голове».

В настоящий момент есть много музыкантов, которые прославились именно благодаря Ютубу. Можно сказать даже больше: если творчество рассчитано на школьников и подростков, то в некоторых случаях Ютуб – единственный шанс заявить о себе. Ярким примером стала Ребекка Блэк. После того как на Ютубе появилась ее песня «Friday», девушка стала интернет-знаменитостью. Впоследствии Кэти Перри пригласила Ребекку для съемок в клипе «T.G.I.F.» (сокращенная версия фразы Thanks God Its Friday). Обратная сторона такой популярности заключается в том, что хотя Ребекка Блэк долгое время была кумиром для подростков, многие люди постарше ненавидели ее творчество. Сразу же после того как клип на песню «Friday» взорвал рейтинги Ютуба, появился шуточный ролик, в котором Гитлер ругает данный клип – и это видео стало одним из самых просматриваемых на Ютубе за год. Когда Ребекка была на волне популярности, девушке часто приходили угрозы расправы, хоть и в шутливой форме.

Так как английский язык – международный, исполнители песен на английском языке имеют больше шансов обрести мировую известность по сравнению с исполнителями песен на других языках. Одними из немногих, кто сумел обойти это негласное правило стали корейцы с хитом «Gangnam style», который стал непревзойденным лидером на Ютубе по количеству просмотров (более 2,6 млрд). Есть и другие очень перспективные корейские исполнители, клипы которых быстро набирают просмотры по всему миру.

Ниже представлена статистика просмотров каналов некоторых популярных отечественных проектов:

Таблица составлена на основе данных с сайта Socialblade.com, август-сентябрь 2016 г.

Очевидно, что каналы, на которых публикуется творчество сразу нескольких исполнителей, могут набирать больше просмотров.

Видеоклипы на основе клише

Съемка музыкальных видео – это особое направление в творчестве. В основе видеоклипа может быть и остросюжетный фильм, и анимация, и сложнейшие спецэффекты. В шоу-бизнесе есть группы, которые за огромные деньги нанимают выдающихся режиссеров для съемок клипов. Одним из таких всемирно известных режиссеров является Ромен Гаврас (Romain Gavras). Из-за дороговизны и сложности съемка видео под его руководством занимает длительное время. Большинство музыкальных групп и исполнителей выбирают другой путь – путь минимизации издержек: они нанимают режиссеров, которые за небольшие деньги и в минимальные сроки снимают для них типовые клипы.

Наиболее простой является следующая схема: снимаются несколько сцен в разных локациях, затем отснятые материалы нарезаются на куски и монтируются в один видеоряд. При съемке типовых клипов часто используются клише, которых за всю историю музыкальных видео накопилось довольно много. Классическим примером такого клише являются танцы и купание у бассейна. Еще одна популярная тема – катание героев на автомобилях с открытым верхом. Ниже представлены кадры из восьми музыкальных клипов, в которых используется это клише. Все клипы, в которых исполнители песен в подобной манере катаются на кабриолетах невозможно пересчитать, их несколько сотен.

Сверху вниз:

Britney spears – Pretty girls / Wham – Club Tropicana;

Aerosmith – Crazy / Maroon 5 – Sugar;

Katy Perry – Teenage Dream / Rebecca Black – Friday;

Madonna – Turn on The radio / Iggy Azalea – Work;

Justin Bieber – Boyfriend / One Direction – What Makes you beautiful

Съемка качественного видеоклипа требует существенных затрат времени и денег. Поэтому многие исполнители не дожидаются создания видеоклипа, а публикуют на Ютуб музыкальное видео, на котором в качестве видео-сопровождения показывается текстовая анимация из слов песни. Созданные на основе текстовой анимации музыкальные видео позволяют исполнителям быстро анонсировать песни на Ютубе и начать зарабатывать на рекламе, не дожидаясь выхода полноценного видеоклипа и подогревая интерес к этому предстоящему событию.

? При создании музыкальных видео огромное значение имеет цвет, а также динамика происходящих событий. В лирических песнях используются, как правило, приглушенные мягкие цвета и замедленный видеоряд, в то время как танцевальные композиции сопровождаются яркими цветами и быстро сменяющимися видеофрагментами в соответствии с ритмом музыки.

Музыкальные видео от видеоблогеров

Созданием музыкальных видео занимаются не только именитые музыканты, но и обычные видеоблогеры, руководствуясь принципом «если нечего сказать – спой». В самом деле, если вы споете на какую-то тему, которая вас беспокоит, вы сможете набрать гораздо больше просмотров, чем если просто выскажетесь на камеру (менеджеры вечерних шоу на телевидении уже дано поняли это, поэтому в российском «Вечернем Урганте» или в американском шоу «Jimmy Kimmel Live» ведущие регулярно развлекают зрителей юмористическими музыкальными номерами).

? Ведущий передачи «The Late Late Show» Джеймс Корден реализовал оригинальную идею: он катается на автомобиле со всемирно известными звездами эстрады и поет с ними караоке. Видеоролики набирают десятки миллионов просмотров. Абсолютным рекордом стало видео с певицей Адель, которое набрало более 125 млн просмотров за 7 месяцев

Всем привычны музыкальные каверы, когда автор видеоролика исполняет музыку из популярной песни на каком-то музыкальном инструменте, например на электрогитаре или балалайке, и наиболее успешные из них набирают десятки миллионов просмотров.

Очень популярным жанром среди блогеров на Ютубе являются музыкальные пародии, этот жанр хорошо развит на западе и стремительно набирает популярность в России. Суть таких видеороликов заключается в том, что за основу берется популярная песня, и оригинальный текст заменяется на юмористический. Еще один вариант – когда музыка остается прежней, но заменяется видеоряд. В качестве примера можно привести канал Вопуа Kuzmich («Боня и Кузьмич»), создатели которого делают пародии на популярные западные видеоклипы, снимая их в российской глубинке (в основном, в небольших городах и селах).

Музыкальные видео для детей

Довольно прибыльным и перспективным направлением является создание каналов с детскими музыкальными видео: если ребенок полюбит песню, то вполне возможно, что родители будут ее включать каждый день на протяжении долгого периода времени, например перед сном в качестве колыбельной. Также родители включают каналы с детскими песнями и мультфильмами, чтобы занять ребенка в дороге или во время каких-то неотложных дел по дому. Качественные детские видеоролики набирают миллионы просмотров, бывает даже – сотни миллионов, а особо успешные – более миллиарда. При этом они сделаны примитивнее обычных музыкальных видео и на их создание затрачиваются гораздо меньшие средства.

? Подборка детских песенок «Wheels On the bus» набрала более 1,55 млрд просмотров на Ютубе, этот ролик занимает 11 место в списке самых просматриваемых видеороликов за всю историю Ютуба. На одну строчку опережает его мультфильм «Маша плюс каша» (Маша и Медведь) – 1,57 млрд просмотров.

Несмотря на огромное количество просмотров, детские видеоролики могут почти не иметь лайков, дизлайков и комментариев на Ютубе. Это происходит из-за того, что дети не умеют писать – иногда комментарии под такими видео оставляют родители, но такое происходит очень редко.

Для создания детских музыкальных видео, как правило, используется 3D анимация. Когда появились первые 3D-мультфильмы, стало заметно, что дети младшего возраста гораздо лучше и активнее воспринимают объемных трехмерных персонажей, чем традиционных двухмерных.

Пранки

Чем больше опасности, тем больше славы.

Федор Глинка

Пранки – это розыгрыши, однако данное понятие обширное и включает в себя не только примитивные приколы, но и сложные социальные эксперименты. К социальным экспериментам относятся пранки, которые показывают поведение людей в какой-то необычной ситуации, а не только секундную реакцию. Просматривая социальные эксперименты, зрители получают социальный опыт, который очень сложно получить в обычной жизни, и этим обусловлена популярность данного жанра видео. Кроме того, пранки провоцируют выброс адреналина, как фильмы ужасов или боевики.

Люди в разных странах себя ведут по-разному, и результаты социального эксперимента, проведенного в США, могут отличаться от такого же, проведенного в России. Поэтому иностранные пранки не так интересны для отечественных зрителей, в отличие от снятых в российских реалиях.

Самые успешные пранкеры с гордостью заявляют, что снимают свои ролики по несколько дней, а не за один час. Во время съемок они подходят к нескольким сотням прохожих в поисках наиболее интересных реакций. Дело в том, что

большинство людей на улице игнорируют ведущих или довольно вяло реагируют на внешние стимулы, и такие моменты не попадают в итоговое видео. При проведении социальных экспериментов из сотен прохожих только 5-10 процентов людей выдают какие-то интересные реакции.

При видеомонтаже принято начинать с обычных реакций, а ближе к концу видеоролика создатели пранков накаляют обстановку, вставляя самые сочные моменты, например драки и словесные перепалки.

Пик популярности пранков как жанра видео в отечественном сегменте Ютуба пришелся на 2014–2015 год, когда этот жанр неожиданно «выстрелил» в нашей стране, однако конкуренция постоянно усиливается, а идеи, которые лежали на поверхности, уже реализованы – зрителей становится все сложнее удивить. Но качественные и оригинальные видеоролики с розыгрышами и социальными экспериментами во все времена будут собирать миллионы просмотров.

Виталий Здоровецкий

Виталий Здоровецкий (VitalyzdTV) – идеальный пример, чего можно достичь на Ютубе. У него больше 9 млн подписчиков на основном канале и более 1,8 млн на дополнительном.

Совместно с Романом Этвудом (RomanAtwood) и Sa Wardega, Виталий входит в топ-лист самых известных в мире создателей пранков.

Когда отечественные СМИ делают репортаж про Виталия, журналисты никогда не забывают упомянуть про его российское гражданство. Это, хоть и небольшой, но повод для гордости – ведь не так много людей из России пользуются популярностью у молодежи в США и в других странах мира.

Благодаря мировой известности его часто приглашают сниматься в рекламе для известных брендов. Виталий – любимчик журналистов в США и России. Каждый раз, когда он приезжает в нашу страну, его зовут посетить десятки конференций и телевизионных шоу. В его Инстаграме регулярно появляются фотографии с известными людьми: с рэпером Снуп Догом, с мистером «Олимпия» Ронни Колеманом, с музыкантами группы LFMAO и многими другими.

Своей знаменитости Виталий достиг, снимая пранки и публикуя их на Ютубе. При съемке видеороликов он очень часто и много рисковал, а также многократно находился на грани закона – в общей сложности он оказывался за решеткой 9 раз. Во время чемпионата мира по футболу он выбежал на поле и обнял защитника немецкой сборной, после чего он был пойман, и после матча его заключили под стражу. В тот день про Виталия узнали все, кто смотрел чемпионат – люди со всего мира, в том числе, которые не смотрят Ютуб.

В настоящий момент идет затянувшееся судебное разбирательство из-за пранка с бензопилой. Это очень жестокий розыгрыш, который снимался на территории автомобильного паркинга. Когда туда заходили случайные люди, они видели, как маньяк режет человека бензопилой. На самом деле, в роли маньяка был сам Виталий, а в роли жертвы – специально подобранный безногий актер. Перед съемками над «жертвой» очень сильно постарались гримеры и специалисты по спецэффектам, поэтому получилось очень реалистично, как будто человека действительно распилили пополам: была видна кровь и торчащие органы. Число просмотров этого пранка на Ютубе скоро превысит отметку в 45 млн. Создатель пранка очень сильно напугал людей, и поэтому несколько очевидцев пранка подали на него в суд.

За Виталием Здоровецким следят не только его поклонники, но и агентство национальной безопасности и ФБР. Именно представители этих спецслужб помешали ему выполнить очередной трюк – выбежать раздетым на поле во время финальной игры национальной футбольной лиги. Они заблаговременно задержали его, предотвратив правонарушение.

В мае 2016 года он залез на одну из букв легендарной надписи Hollywood в Лос-Анджелесе и стал размахивать флагом, на котором было написано «I'm back» («я вернулся»). Несмотря на то, что этот объект очень хорошо охраняется, ему удалось вскарабкаться на самый верх конструкции. Спустя некоторое время его заметили. Вокруг него кружило 4 полицейских вертолета и 5 вертолетов новостных телеканалов. По итогам акции главный герой был арестован.

Небывалая популярность роликов канала VitalyzdTV создала интерес попробовать подобные пранки в российских реалиях. Так появился наш проект Rakamakafo, основной темой которого стали рискованные социальные эксперименты и на котором сейчас почти 2,5 млн подписчиков (подробнее про этот проект – в разделе «Истории успеха»). Впоследствии появились и другие успешные пранкеры, например Cheburussia TV, а также Gregory Goldsheid (более

750 тыс. и 950 подписчиков соответственно).

Как снимать пранки

Оптимальные условия для съемки пранков – на улице, желательно ясным днем и в тихую погоду. Плохая погода, сильный ветер, дождь или снег могут негативно повлиять на качество картинки и звука.

Дождь

Даже во время небольшого дождя на объектив попадают капли, которые могут быть не заметны во время съемки, однако они будут отчетливо видны во время просмотра материалов на экране компьютера, и эти капли потом практически невозможно скрыть при обработке. Если протереть объектив тряпочкой – то капли можно стереть, но есть вероятность, что останутся неприятные разводы. Сильный дождь может привести к тому, что камера, объектив или микрофон намокнет и испортится. Кроме того, во время дождя на улицах становится малолюдно, а у случайных прохожих только одно намерение – побыстрее укрыться от непогоды, в такие моменты они могут не замечать вас или не воспринимать всерьез.

Ветер

Сильный ветер создает неприятные шумы, которые очень сложно убрать на компьютере. Существуют специальные насадки на микрофон, которые гасят такие шумы, однако эффективные ветрогасители очень громоздкие и заметные.

Поэтому если вы собираетесь проводить съемки на улице, обязательно посмотрите прогноз погоды на день съемок, желательно почасовой. И лучше в последний момент все отменить и перенести на другой день, чем зря потратить время, рискуя получить некачественную картинку или повредить оборудование.

Освещение

Наилучшее освещение достигается в дневное время. Недорогие камеры в комплекте с недорогими объективами довольно плохо снимают в условиях малой освещенности – картинка получается тусклой с неправильной цветопередачей и на видеокадрах появляется заметный цифровой шум.

Если вы действительно хотите снимать вечером и надеетесь получить высокое качество изображения, вам потребуется светосильный объектив и камера, которая хорошо снимает в условиях недостаточного освещения. То же касается и съемок в помещениях в вечернее время – в типовых российских квартирах всегда недостаточное освещение, и дешевые камеры довольно плохо снимают при таком уровне освещенности. В этом случае оптимальное качество изображения достигается в дневное время, когда из окон поступает естественный свет.

В крупных магазинах и торговых центрах уровень освещения регламентируется стандартами, и в целом он приемлемый для съемки на бюджетную камеру. Возможно, картинка будет слегка желтоватая, но этот недостаток можно легко исправить в монтажной программе, осуществив цветовую коррекцию.

Звуковое оформление

Успешные пранки становятся популярными, потому что вызывают сильные эмоции у зрителей, которые сразу после просмотра спешат поделиться ссылкой на видеоролик с друзьями. Чтобы усилить эмоциональное воздействие, следует использовать правильное звуковое оформление. Так, например, в пранках Rakamakafo на фоне звучит мелодия, вызывающая легкое волнение (на профессиональном жаргоне подобные мелодии называются tension maker, если переводить дословно – создатель напряжения).

На канале SA Wardega пранки сопровождаются звуковыми эффектами в соответствии с темой. Если это динамичный экшн, то звукоряд будет как в боевике, если комедия – то на фоне вы услышите ироничную мелодию, а если скэри-пранк, то звуковое сопровождение будет не хуже, чем в фильме ужасов.

Можно ли снимать пранки с участием прохожих

Если вы занимаетесь любительской съемкой, то закон не запрещает вам снимать обычных людей. Однако опубликовывать где-либо такие видеоролики (например, на Ютубе), а тем более зарабатывать на этом деньги, допускается только с согласия этих граждан (статья 152.1. ГК РФ «Охрана изображения гражданина»). Есть, правда, исключение – согласие прохожих не требуется при съемке мест, открытых для публичного посещения или публичных мероприятий. Но с оговоркой: «за исключением случаев, когда такое изображение является основным объектом использования». В случае с пранками именно реакция конкретных прохожих и является основным объектом использования, поэтому такие видеоролики нельзя публиковать на Ютубе без их согласия. Это регулируется не только законом, но и правилами сообщества Ютуба: если вы опубликовали видео с человеком без его согласия, он может пожаловаться, совершив несложную процедуру. Если жалобу признают обоснованной, вашему каналу грозят серьезные санкции со стороны Ютуба.

Вывод: нужно спрашивать разрешение у людей опубликовать ролик в интернете с их участием (например, после пранка), либо при монтаже скрывать лица, либо снимать пранки с участием подставных лиц. Можно комбинировать эти способы.

? Несмотря на то, что некоторые известные американские и российские пранкеры не стесняются делать постановочные ролики, мы никому не рекомендуем повторять их пример. На Ютубе есть сотни блогеров, специализирующихся на разоблачениях. Они выискивают постановки и пытаются их найти даже там, где их нет – ведь в случае удачной находки они смогут сделать ролик-сенсацию, который наберет сотни тысяч просмотров без каких-либо затрат на рекламу. Зрители очень не любят, когда манипулируют их эмоциями и доверием.

Если вы спрашиваете разрешение у людей, желательно зафиксировать их согласие на видео или на микрофон. Не обязательно его вставлять в видеоролик при монтаже – однако если вы сохраните эти записи в личных архивах, то это послужит для вас дополнительной подстраховкой.

Бывают случаи, когда у случайных прохожих, оказавшихся героями пранков, есть очень влиятельные родственники, и создатели видео попадают под сильный прессинг с угрозами различного характера. Чем меньше город, тем выше вероятность того, что вас найдут – и такие прецеденты действительно были. Поэтому лучше всего заранее предотвратить возможные проблемы и получить согласие или замазать лицо при монтаже.

Что грозит за пранки

Провоцируя прохожих, ставя случайных людей в необычные ситуации, вы рискуете «получить по щщам», поэтому не стоит снимать пранки в одиночку, всегда где-то рядом должен находится проверенный человек, ваш компаньон. Кроме того, рекомендуется тщательно выбирать места для съемки пранков, например, не стоит это делать ночью на окраине города – вы сами рискуете стать жертвой.

Особую опасность таят в себе розыгрыши автомобилистов, а также любые творческие видеосъемки вблизи проезжей части. Вы можете случайно оказаться под колесами автомобиля или создать аварийную ситуацию (если из-за вашей неосторожности пострадает человек, это будет основанием для начала административного или уголовного расследования). Известный на весь мир шутник Реми Гайяр (Remi Gaillard) в одном из своих роликов переоделся в костюм улитки и медленно переползал дорогу, создавая пробку. В России его могли бы запросто переехать: к сожалению, здесь многие водители не притормаживают перед пешеходным переходом.

Компаньон с криками «It's a prank» спешит на подмогу, однако у прохожего тоже есть сообщник. Кадр из видеоролика «Hidden Camera, gone wrong, behind the scenes» с youtube, автор – Ricky Beats (A.T.)

Пряча камеры в коробку или приклеивая микрофон к дереву, вы всегда рискуете тем, что оборудование может быть сломано, украдено или утеряно. Кроме того, любая оставленная в публичном месте коробка может (и должна) привлечь внимание бдительных граждан, охранников и сотрудников полиции.

С точки зрения закона, если вы не похищаете людей и не инсценируете серьезное преступление, например убийство или изнасилование, то при съемках пранка с прохожими вам может максимум грозить статья «Мелкое хулиганство»:

Нарушение общественного порядка, выражающее явное неуважение к обществу, сопровождающееся нецензурной бранью в общественных местах, оскорбительным приставанием к гражданам, а равно уничтожением или повреждением чужого имущества…

– Штраф 500–1000 р., либо арест до 15 суток.

Если к вам подошел милиционер или охранник и попросил прекратить хулиганство, а вы не послушались:

– Штраф 1000–2500 р., либо арест до 15 суток.

Если вы не нарушаете общественный порядок, то по закону охранники и прочие люди не могут вам запретить снимать в общественных местах. И уж точно они не имеют права изымать у вас оборудование или просить стереть данные с флешки. Исключение составляют только закрытые мероприятия, куда вход осуществляется по билетам. Кроме того, никто не имеет права применять в отношении вас силу.

Если кто-то без внятных причин будет грозить вызвать полицию, то следует им напомнить про статью 19.13 КоАП РФ

«Заведомо ложный вызов специализированных служб»

– Штраф 1000–1500 р.

Однако если вы опубликуете остросоциальный пранк с участием прохожего без его согласия, и при этом вы не скроете его лицо, то это теоретически может привести к неприятным последствиям (ст. 137 УК РФ):

Незаконное собирание или распространение сведений о частной жизни лица, составляющих его личную или семейную тайну, без его согласия либо распространение этих сведений в публичном выступлении, публично демонстрирующемся произведении или средствах массовой информации.

– Штраф до 200 000 р., исправительные или принудительные работы или арест до 4-х месяцев, либо лишение свободы на срок до 2-х лет.

Как далеко зашли создатели пранков

Если вы трагически погибните на телевидении, вы погибните не напрасно. Вы развлечете нас.

Курт Воннегут

В погоне за просмотрами создатели пранков пытаются сделать то, на что другие никогда бы не осмелились. Кто-то из них переступил черту закона и морали. Вот самые сумасшедшие идеи, которые уже были реализованы:[1 - Указанное количество просмотров актуально на момент составления таблицы (сентябрь 2016 г.).]

Данная таблица демонстрирует, как далеко зашли некоторые пранкеры в стремлении получить много просмотров на Ютубе и какого результата они добились.

Мы ни коим образом не одобряем подобные пранки и рекомендуем вам не повторять ничего подобного. Если вы опубликуете подобный пранк на своем канале, это отпугнет серьезных рекламодателей – они не захотят размещать у вас рекламу, потому что это может навредить репутации их бренда. Кроме того, если такой ролик увидят ваши друзья или родственники, вряд ли они станут вас после этого больше уважать.

В этот раз спасатели вовремя подоспели, однако все могло закончиться трагично. Кадр из видеоролика «Jumping off London Tower Bridge GOES WRONG!» с youtube, автор – Carnage

Создатели перечисленных выше пранков всерьез рисковали своим здоровьем. Например, парень, который прыгнул в Темзу с Тауэрского моста, едва не погиб. Его выручили профессиональные лондонские спасатели, которые поспели на помощь на лодках и вертолете. Позже он признался, что это был самый глупый поступок в его жизни.

§ 3. Поиск идей

Как люди рождают идеи? Должно быть, ныряют в безумие и выныривают с другой стороны.

Терри Патчетт

Авторам постоянно требуются новые интересные идеи для съемки видеороликов. Иногда нужно что-то снимать, а качественных идей нет – в этом случае начинается мучительный процесс поиска вдохновения.

Наш мозг не умеет придумывать новые вещи из пустоты. Процесс придумывания чего-то нового заключается в том, что за основу берется что-то старое и преобразуется. Поэтому большой ошибкой было бы запереться в комнате и погрузиться в раздумья. Творческий процесс – это активный поиск. Нужно смотреть картинки, видеоролики, слушать музыку и заряжаться правильным настроением. А еще лучше – гулять, посещать фестивали и путешествовать. И после того, как ваш мозг обработает огромное количество свежей информации, в один момент в вашей голове как будто бы щелкнет электрический импульс – придет новая замечательная идея.

Многие выдающиеся деятели искусства размышляли на тему поиска вдохновения, потому что без этого чувства невозможно создать шедевр. Вот что писал Петр Ильич Чайковский:

Вдохновение – эта такой гость, который не всегда является на первый зов. Между тем работать нужно всегда и настоящий честный артист не может сидеть сложа руки под предлогом, что он не расположен. Если ждать расположения и не пытаться идти навстречу к нему, то легко впасть в лень и апатию, нужно терпеть и верить, и вдохновение неминуемо явится тому, кто сумел победить свое нерасположение.

Куда бы вы не ходили, рекомендуется всегда и везде носить с собой блокнот и карандаш или ручку. Порой записать в блокнот удобнее и быстрее, чем использовать смартфон или планшет, к тому же, в блокноте можно делать зарисовки. Очень часто бывает, что в голове проскакивает интересная мысль, но потом внимание переключается на что-то другое, и она безвозвратно теряется. Как правило, хорошие идеи именно так и приходят – спонтанно, когда вы этого не ожидаете. Записывайте свои интересные мысли в блокнот, и они никогда не потеряются.

Отличным подспорьем в поиске свежих идей являются паблики Вконтакте и различные интернет-ресурсы.

Много шуток для видеороликов, а также интересные примеры видеосъемки и монтажа можно найти при просмотре Gif-анимаций. Одним из самых больших и известных в мире источников подобных файлов является сайт 9gag. Раздел с Гиф-анимациями можно найти по адресу: 9gag.com/gif. Также в процессе поиска идей могут быть полезными Коубы и Вайны (coub.ru и vine.com).

Если вам нужны идеи по какой-то определенной теме, можно поискать их в блогах. Среди русскоязычной аудитории популярен Живой Журнал (livejournal.com), а в западном мире популярен Тамблр (tumblr.com). В Живом Журнале, в основном, публикуются содержательные глубокие тексты, а на Тамблере чаще всего пользователи оставляют короткие заметки, загружают картинки, анимации, музыку и видео. На Тамблере вы сможете найти огромное количество интересных шуток и идей по теме популярных американских сериалов, книг, произведений искусства. Кстати, известная в России видеоблогерша Kate Clapp черпает свое вдохновение именно на Тамблере.

Сайт pinterest.com – еще один помощник в поиске новых идей для видео. На этом сайте собираются картинки, отсортированные по разным темам. Коллекции часов, значков, фотографии модной одежды, примеры графического дизайна, рецепты блюд и даже обучающие материалы по видеоблогингу – все это можно найти на Пинтересте.

? Некоторые творческие люди весьма интересно подходят к созданию вдохновляющей атмосферы. К примеру, музыканты группы Black Sabbath для работы над одним из альбомов поселились в старинном замке, где, по приданиям, водились привидения. Спустя какое-то время в коллективе возникла очень напряженная атмосфера, потому что каждую ночь музыканты шутили друг над другом, порой очень жестоко: они создавали таинственные скрипы, выбрасывали из окон манекены и с помощью хитрых приспособлений двигали предметы. А один из участников коллектива, когда проснулся, увидел перед своим лицом зеркало и был очень испуган, потому что решил, что он умер и видит себя со стороны. Тем не менее, спустя какое-то время, работа над альбомом была закончена, и он оказался довольно успешным.

Можно ли обойтись без чужих идей

В одном из выпусков своей передачи иллюзионист Деррен Браун провел эксперимент. Он пригласил двух маркетологов, чтобы они оформили рекламный плакат для сети магазинов. Однако Деррен Браун так все заранее подстроил, чтобы по дороге в офис маркетологи увидели разные символы. Сначала исполнители задания увидели зоопарк и толпу студентов с логотипом зоопарка на футболке. На входе в офисное здание висел рисунок медведя, играющего на арфе, а из дверей выходил человек с плакатом, на котором были нарисованы крылья. В офисе иллюзиониста стояло чучело медведя. В результате, спустя 30 минут маркетологи нарисовали Медведя, играющего на арфе. Логотип компании они оформили в виде надписи с крыльями. Затем иллюзионист предложил им открыть конверт, который все это время лежал на столе. Открыв его, маркетологи были поражены – они увидели точно такой же плакат с медведем, играющим на арфе, который был нарисован до их прихода в офис. (Этот эксперимент вы можете найти на Ютубе по запросу “Derren Brown Advertising Agency Task”).

Слева – объекты и символы, которые маркетологи увидели по дороге в офис, а справа – рекламный плакат, который они в итоге нарисовали

Данный эксперимент иллюстрирует уже упомянутый тезис, что во время творческого процесса мозг человека всегда берет за основу увиденные раньше образы и перерабатывает их. Ничего новое не появляется из пустоты.

В школах живописи прошлых веков учеников сначала заставляли рисовать простейшие объекты. Затем, когда их техника становилась лучше, учащихся на протяжении нескольких лет тренировали копировать произведения искусства признанных мастеров. Достигнувшим совершенства в этом деле ученикам давали новую степень свободы – разрешали самим выбирать, что рисовать, но они должны были строго придерживаться классической техники рисования. Им не было позволено рисовать в своем стиле – и в один момент некоторые из них разрывали связь со своими учителями, создавая революционные движения в живописи. Таким образом, большое количество легендарных художников начинали свою карьеру с многолетнего копирования чужого творчества.

Если у вас нет достаточного опыта в видеосъемке и написании сюжетов, если вы не чувствуете предпочтения ваших зрителей, то практически единственное, что вам остается – копировать чужие идеи и стили.

Разумеется, не нужно делать все под копирку, нужно включать голову и стремиться сделать лучше. Добавлять что-то от себя. А также не бояться экспериментировать.

В современном мире очень сложно придумать что-то совершенно новое, что не было придумано и реализовано до вас. После тщательного поиска в Гугле на разных языках можно убедиться, что почти любая идея, которая вам кажется новой, уже была ранее кем-то реализована.

В таких условиях важнее не сама идея, а реализация. Придумать идею могут многие, а качественно реализовать – единицы. Поэтому не стоит обижаться на людей, которые жалуются в комментариях, что вы у кого-то скопировали идею: они довольно плохо разбираются в особенностях творческого процесса.

Почти все постановочные видео, которые появляются в топе Ютуба – это скопированные идеи. Авторы копируют как целые форматы, например видеообзоры гаджетов, так и отдельные идеи. Так, целая армия пранкеров по всему миру снимает ролики, основанные на полном копировании идей, снятых Виталием Здоровецким (Vitalyzd). Там такой же сюжет, но другие ведущие, другие страны и другая реакция прохожих.

? Как украсть вдохновение?

Многие популярные авторы видео выкладывают на свои страницы в социальных сетях подборки любимой музыки. Прослушивая такую музыку, вы получаете ключ к воссозданию творческой атмосферы, в которой автор придумывает идеи и снимает новые видеоролики.

Например, известный фотограф и видеограф Александр Тихомиров, который специализируется на фотосъемке девушек, помимо фотографий и видео публикует на своей странице Вконтакте подборки отличной атмосферной музыки. Популярный видеоблогер Дмитрий Сыендук также охотно делится с подписчиками подборками музыки. Опубликованные им треки создают

настроение, которое идеально гармонирует со стилистикой его видеороликов. Подборки музыки от авторов популярных каналов вы можете найти в сообществах Вконтакте, посвященных Ютубу, например «Жизнь ютуб».

Мозговой штурм

Практически в любом современном руководстве по бизнесу или по маркетингу можно найти описание этого метода. Суть мозгового штурма заключается в том, что несколько человек собираются в одном помещении. Перед ними ставится какая-то задача и дается время на размышления. Затем каждый из собравшихся по очереди называет свои идеи, связанные с поставленной задачей. Цель – собрать как можно больше идей. Называемые идеи могут быть сколь угодно глупыми, это не важно. Каждая оглашенная идея должна быть записана. Участникам категорически запрещается критиковать свои и чужие идеи, выдавать скептические комментарии.

Затем, когда записано много идей, они группируются по различным признакам, и из них отбираются те, которые кажутся экспертам наиболее реалистичными.

Применительно к созданию видеороликов, метод мозгового штурма можно использовать, например, для выбора темы видеоролика. Вы с напарником определяете примерное направление (в соответствии с общей тематикой канала), после чего записываете как можно больше идей для видеоролика, в том числе, фантастических и нереализуемых. Затем вы обсуждаете каждую идею и отбираете из списка наиболее подходящие.

Майнд-карты

Майнд-карты – это популярный инструмент, который позволяет решать задачи и придумывать интересные идеи. В чем-то метод майнд-карт похож на метод мозгового штурма, однако карты мыслей (как их называют по-русски) позволяют сгенерировать структурированную картину предметной области, в то время как мозговым штурмом генерируются несвязные, порой сумасшедшие идеи. Майнд-

карты позволяют упорядочить знания, и на основе общей картины возникают логичные обоснованные идеи.

Для создания майнд-карты необходимо выбрать общую тему, которая будет в центре карты. Затем, рисуя ответвления от главной темы, записываются какие-то идеи или знания.

Майнд-карты можно рисовать на листе бумаги или доске. Кроме того, существуют бесплатные программы для создания майнд-карт: FreeMind и XMind. Есть очень удобное платное приложение SimpleMind, которое позволяет создавать обширные майнд-карты и делиться ими с коллегами. В нем доступно огромное количество стилей оформления карт, а также множество различных функций. Есть версия программы SimpleMind для персональных компьютеров, для смартфонов и планшетов.

Словарь ассоциаций и матрица идей

Рассмотрим два простых, но эффективных инструмента для придумывания идей от отечественных разработчиков.

1) Словарь ассоциаций (slovesa.ru)

Вы выбираете какое-то слово, и показываются ассоциации пользователей по этой теме. К примеру, «магазин»:

2) Матрица идей (artlebedev.ru/tools/matrix/)

Вы вводите нужное слово, к примеру, «магазин», и после нажатия кнопки случайным образом подбираются различные неожиданные сочетания. К примеру, «магазин веселья». Рядом показываются похожие сочетания:

«Веселый магазин», «Магазин веселья», «Веселье у магазина» и так далее.

Если сочетания вам не понравились, вы нажимаете кнопку еще раз, и получаете новые сочетания. Во время использования «Матрицы идей» в вашей голове возникают интересные ассоциации, и могут прийти свежие оригинальные идеи.

Поиск по картинкам

Во время просмотра картинок наш мозг получает разные импульсы, и это дает основу для генерирования новых идей. В Яндексе и Гугле есть особый раздел – поиск по картинкам (yandex.ru/images и images.google.com), который позволяет находить сотни изображений по заданной ключевой фразе. Это отличный инструмент, которым пользуются многие творческие люди.

Иногда бывает полезно расширить диапазон поиска, не ограничиваясь какой-то определенной фразой или темой, для этого есть сервисы, отображающие случайные картинки (например, diddly.com/random/). Откройте первую попавшуюся картинку и внимательно ее рассмотрите. Подумайте, какая может быть связь между изображенными на ней объектами и актуальным для вас вопросом. Возникающие неожиданные связи создают основу для так называемого иррационального мышления.

Youtube Rewind

Начиная с 2010 года на Ютубе каждый год подводятся итоги. Итоговый видеоролик обычно публикуется в середине декабря на канале Youtube

Spotlights. Это не просто нарезка самых популярных видео на Ютубе за год. Для съемок итогового видеоролика приглашают авторов таких видео, и они разыгрывают динамичный спектакль длительностью в несколько минут под музыку с яркими спецэффектами.

С каждым годом уровень постановок становится все выше и выше. Для съемки итоговых видеороликов задействуются профессиональные сценаристы, операторы, монтажеры и специалисты по спецэффектам. Для реализации творческих задумок им предоставляется дорогостоящее видеооборудование.

Атмосфера, создаваемая в видеороликах Youtube Rewind, служит отличным источником для вдохновения. Просматривая их, вы сможете обнаружить для себя много интересных идей. А в конце таких видеороликов вставляются ссылки на популярные каналы, идеи и композиции из которых были задействованы при съемке.

Ниже представлены названия итоговых видеороликов за последние 5 лет, чтобы вы могли сразу их найти на Ютубе:

• YouTube Rewind: Now Watch Me 2015 | #YouTubeRewind

• YouTube Rewind: Turn Down for 2014

• YouTube Rewind: What Does 2013 Say?

• Rewind YouTube Style 2012

• YouTube Rewind 2011

• YouTube Rewind 2010: Year in Review

Азиатская реклама

В процессе поиска идей можно попробовать еще один, довольно неожиданный способ – просмотр корейской рекламы. В интернете, в том числе, на Ютубе и Вконтакте, загружено огромное количество корейских, китайских и японских рекламных роликов. Они отличаются от обычной рекламы безумием и отсутствием логики происходящего, но при этом они веселые и динамичные – и благодаря данным особенностям просмотр таких роликов стимулирует мозг для выработки новых творческих идей.

Помимо общей реализации и неповторимой атмосферы, в некоторых азиатских рекламных видеороликах применяются интересные операторские приемы, неожиданные ракурсы и необычные спецэффекты, которые можно взять к себе на вооружение.

Второй подход

Иногда подходящих идей совсем нет. Вы перепробовали уйму способов, напрягали свой мозг, но так и не смогли придумать ничего достойного. В этом случае бывает полезно отвлечься на какое-то время от темы и заняться другими задачами. На день, на неделю или даже на месяц, в зависимости от того, сколько у вас есть времени на выполнение данного проекта. Затем, при возвращении к проекту, у вас могут появиться качественные новые идеи. В студиях дизайна и рекламных агентствах каждой команде дают определенное время на выполнение задачи (придумывание идей), и если команда не справилась с выполнением задачи, проект передают другой команде. А если и вторая команда не справилась, то могут снова вернуть первую, и это будет для участников этой команды вторым подходом.

? Существует теория о том, что все значимые идеи приходят не в рабочее время, а во время отдыха или по пути на работу. Иными словами, в автобусе, в кровати или в ванной

В заключение хочется упомянуть общепризнанного мастера по «креативу» Майкла Микалко (Michael Michalko). Этот эксперт, автор нескольких

бестселлеров, работал в НАТО и помогал ЦРУ, а также консультировал крупнейшие мировые корпорации. В его книгах подробно описано множество эффективных техник для поиска новых идей, которыми пользуются арт-директора ведущих дизайн-студий и рекламных агентств по всему миру.

§ 4. Что нужно сделать перед тем, как создавать канал на Youtube?

Суди о прожитом дне не по урожаю, который ты собрал, а по тем семенам, что ты посеял в этот день.

Роберт Л. Стивенсон

Перед открытием нового бизнеса любой ответственный предприниматель составляет бизнес-план, в котором есть аналитическая и расчетная часть, а также несколько вариантов предполагаемого развития событий: пессимистичный, реалистичный и оптимистичный.

Именно это рекомендуется сделать и вам перед созданием канала на Ютубе. Следует четко прояснить для себя, что вы делаете и ради чего. Желательно на бумаге или хотя бы у себя в голове составить примерный план. Ниже представлены вопросы, которые помогут вам сориентироваться в этом деле:

Цель создания канала и концепция

Хороший главнокомандующий не только видит путь к победе, но также знает, когда она невозможна.

Полибий

Во главе любого осмысленного действия всегда стоит цель. Задумайтесь, ради чего вы создаете канал? Постарайтесь при размышлениях на эту тему быть честными сами с собой, иначе вы очень много своего времени потратите впустую.

При выборе тематики для канала нужно учитывать, что некоторые из них являются более перспективными с точки зрения развития и получения дохода, чем другие. В каких-то тематических нишах установилась очень сильная конкуренция, которую будет сложно выдержать начинающим авторам, в то время как есть практически незанятые ниши. Однако уровень конкуренции – это не единственный параметр, который нужно оценивать при выборе темы для канала. Какие-то темы предполагают очень небольшой простор для развития – аудитория в 10–20 тысяч человек может стать пределом мечтаний для каналов в некоторых нишах, и может так оказаться, что будет очень сложно найти рекламодателей, а доход от партнерской программы окажется мизерным.

Определившись с темой, продумайте концепцию вашего канала. Важно понять, какие у него будут уникальные особенности. Ведь если уже есть сотни таких же, ничем не отличающихся друг от друга каналов, в чем смысл создавать еще один? Попробуйте максимально лаконично и точно сформулировать общую идею канала, чтобы вы могли при случае быстро объяснить ее случайному прохожему или даже ребенку.

Подумайте, сможете ли вы на протяжении длительного времени создавать качественные видеоролики в соответствии с придуманной концепцией? Достаточно ли у вас ресурсов для этого? Важно, чтобы концепция была реализуемой для вас, иначе проект будет обречен на провал.

Какой контент приносит наибольший доход

Существуют тематики, которые при схожем количестве просмотров канала на Ютубе могут принести гораздо больший доход автору по сравнению с другими. К ним относятся:

Ролики для успешных и богатых людей

Для видеороликов, которые просматривают богатые и успешные люди, устанавливается более высокая плата за рекламу, потому что у таких людей выше покупательская способность. Рекламодатели готовы потратить больше денег на показ рекламы для такой аудитории и у них есть уверенность, что затраты окупятся.

В категорию таких видеороликов попадают обзоры и советы по эксплуатации дорогих машин и гаджетов, тематические каналы для бизнесменов, юристов, экономистов и других профессионалов с потенциально высоким уровнем дохода, а также политические, новостные каналы и много других. Если вы найдете такую нишу с большим потенциалом, где пока что невысокая конкуренция и где вы сможете реализовать свои способности как автора, это станет вашей золотоносной жилой.

Видео для иностранной аудитории

Плата за коммерческие просмотры жителями США, Европейского союза и других стран, где хорошая экономическая ситуация, гораздо выше по сравнению с платой за просмотры людьми из бедных и развивающихся стран. Разница между ценой за 1000 коммерческих просмотров из России и Великобритании может различаться в десятки раз. Поэтому те авторы, которые снимают ролики на английском и других языках, на которых говорят в развитых странах, находятся в выигрышном положении.

У некоторых российских видеоблогеров есть довольно успешные отдельные англоязычные каналы, например у Сони Есьман (почти 300 тыс. подписчиков) и Саши Спилберг (более 18 тыс.). На Ютубе также можно найти видеоролики про бодибилдинг от Дениса Борисова на английском языке. Если вы пока не планируете создавать англоязычный канал, рекомендуется, как минимум, добавить субтитры на английском языке – это поможет (хоть и ненамного)

увеличить количество просмотров из других стран и, соответственно, ваш доход. Кроме того, при загрузке ролика на Ютуб можно прописать его название сразу на двух языках – русском и английском.

Длинные видеоролики

Если длительность видеоролика составляет более 10 минут, Ютуб позволяет делать множественные рекламные вставки, существенно увеличивая число показов рекламы.

Некоторые владельцы каналов чересчур увлекаются этой возможностью: растягивают и без того скучные видеоролики на десятки минут, добавляя туда множество рекламных вставок. Получается, что незаинтересованных зрителей заставляют смотреть кучу рекламы, и лишь немногие досматривают видео до конца. Возможно, доход автора увеличивается в кратковременной перспективе, но развитие канала при этом существенно замедляется – мало кто хочет подписываться на такой канал и рекомендовать его знакомым.

Некоторые медиасети рекомендуют в длинных видеороликах делать рекламные вставки каждые 5 минут – это прекрасно с точки зрения рекламодателей, однако зрителям такое обилие рекламы вряд ли понравится.

Общая рекомендация такая: делать длинные видео стоит только в том случае, если у вас действительно есть интересная тема и вы сможете на протяжении всего времени удерживать внимание зрителя. При этом количество рекламных вставок должно быть разумным, они не должны быть частыми и не должны слишком сильно мешать просмотру видеоролика.

Российские аналоги популярных каналов

Какая мысль многим людям приходит в голову первой при поиске тематики для канала на Ютубе? Найти уже существующий популярный канал на западе и создать отечественный аналог. Почти весь топ российских каналов на Ютубе представляют именно такие каналы, идея для которых была позаимствована.

Вот несколько популярных примеров:

Справедливости ради следует отметить, что западные каналы тоже используют чужие идеи, и в точности определить, кто что и у кого позаимствовал – невозможно. Более того, авторам нескольких российских каналов удалось обойти их западные аналоги по количеству подписчиков.

Построенная на копировании успешных иностранных проектов схема прекрасно работает в классическом телевидении. Начиная с 90-х годов, почти все популярные российские телесериалы и шоу – это копии западных аналогов. «Поле чудес», «Кто хочет стать миллионером», «Дом 2», «Голос», «Моя прекрасная няня», «Воронины», «Интерны» и сотни других известных всем телепередач – это все адаптированные для русскоязычной аудитории продукты, купленные на западе.

? Все же, в России есть успешные проекты с оригинальной идеей. Например, канал с полюбившимися многим соотечественникам мультфильмами про Машу и Медведя сейчас на 11 месте в мире среди всех каналов на Ютубе по количеству просмотров. Этот канал обошел по популярности каналы многих всемирно известных звезд, таких как и сотен других известных исполнителей. В совокупности видеоролики на этом Ютуб-канале набрали больше 7 миллиардов просмотров. Популярнее, чем «Маша и Медведь», только Рианна, Джастин Бибер и еще несколько каналов известных исполнителей. Помимо прямых контрактов с телеканалами и дохода от партнерской программы Ютуба, огромный доход создателям приносит продажа сувениров, книжек, игрушек и детских продуктов питания с изображением «Маши и Медведя». Кроме того, лицензию на показ мультфильмов «Маша и Медведь» купил всемирно известный арабский телеканал Девочка в платочке идеально вписалась в традиционный образ восточной девушки, поэтому вместо песенки про варенье Маша теперь поет на арабском про славный праздник Рамадан.

Целевая аудитория канала

Тематика видеороликов, а также стилистика подачи информации должна соответствовать предпочтениям целевой аудитории. Согласитесь, видео-уроки по бодибилдингу и советы для молодых мамаш рассчитаны на совершенно разные целевые аудитории, и было бы неправильно делать видеоролики по этим двум темам в одинаковой стилистике. Для каждой из этих двух аудиторий следует применять различные методы продвижения.

Наиболее активную аудиторию в российском сегменте Ютуба в настоящий момент представляют школьники. Именно поэтому в топ часто попадают всевозможные летсплеи и видеоблоги подростков. Школьники отличаются тем, что их очень легко удивить, и они совершают активные действия: ставят лайки, комментируют, репостят – в общем, идеальные подписчики. Кроме того, подростки часто «на ура» воспринимают некачественный контент. Однако такая аудитория не очень интересна для большинства рекламодателей, потому что дети не самостоятельны в своих покупках, за них все покупают родители. Школьники не покупают автомобили, недвижимость и 90 % товаров, которые рекламируются в интернете и по телевизору. Поэтому канал, на котором несколько миллионов школьников, может приносить меньше денег, чем узкоспециализированный тематический канал с юридическими консультациями, где меньше ста тысяч подписчиков.

Взрослые люди с хорошим достатком – это самая интересная с коммерческой точки зрения аудитория, однако такие люди проявляют умеренную активность на Ютубе. Они довольно консервативны и спокойны. Многие состоявшиеся люди, просматривая видео, никогда не ставят лайки или дизлайки и не оставляют комментарии. Часть из них даже не имеют зарегистрированного аккаунта на Ютубе. В то же время они не терпят некачественный материал и тонко чувствуют непрофессионализм. Некоторые представители этой аудитории, если их что-то не устраивает, оставляют обоснованные негативные комментарии, причем уровень интеллекта и риторика комментирующих может существенно превосходить способности автора видео.

Существует огромное количество параметров, по которым можно выделить целевую аудиторию, например:

1) Мужчины (широкая целевая аудитория);

2) Мужчины от 20 до 35 лет (уже);

3) Мужчины от 20 до 35 лет, которые ходят в спортзал (уже);

4) Мужчины от 20 до 35 лет, которые ходят в спортзал и покупают спортивное питание (еще уже).

Безусловно, владельцам каналов хочется привлечь как можно большую аудиторию. Однако чтобы удерживать внимание широкой аудитории, приходится соперничать с тысячами других авторов. Это требует огромных затрат на рекламу и продвижение, а также выдающегося таланта и везения.

Поэтому, чтобы не затеряться в общей массе и уйти от конкуренции, многие создатели каналов выбирают какую-то определенную нишу и ориентируются на конкретную ограниченную аудиторию.

Насколько узкую следует выбрать нишу, зависит от уровня конкуренции в данной тематике, а также от имеющегося рекламного бюджета. Чем меньше у вас денег и возможностей для рекламы и чем выше конкуренция в выбранной тематике, тем уже следует выбрать нишу.

Постарайтесь подготовить и записать ответы на следующие вопросы о вашей предполагаемой целевой аудитории.

Эта информация понадобится вам в дальнейшем, в том числе, при продвижении канала:

Интересы целевой аудитории

Подумайте, какие видеоролики любят смотреть на Ютубе ваши предполагаемые зрители? Определите актуальные для них темы и снимайте соответствующие сюжеты.

Постарайтесь на основном канале не публиковать видеоролики, тематика которых существенно отличается от выбранной тематики канала. Для их публикации можно использовать дополнительный канал, но основной канал должен строго соответствовать заданной вами теме, которая, в свою очередь, должна опираться на интересы целевой аудитории.

Как определить, что интересно целевой аудитории?

Во-первых, конечно же, наблюдая и общаясь с ее представителями. Если вы крутитесь в правильных кругах, у вас не возникнет сложности с определением актуальных интересных тем.

Прекрасным способом узнать интересные для целевой аудитории темы являются глянцевые журналы. Посмотрите, к примеру, на обложку любого женского журнала: вы сразу же увидите, что интересует женщин, которые его покупают

Регулярно посещая тематические фестивали и выставки, читая форумы и паблики по заданной тематике, вы всегда будете знать, какие вопросы будоражат умы представителей вашей целевой аудитории.

Если вы хорошо представляете свою целевую аудиторию, то сможете заполнить данную таблицу:

Имеющиеся ресурсы

Нужно четко понимать, какие ресурсы у вас есть в наличии, и достаточно ли их для достижения успеха. Ресурсами являются не только деньги. К примеру, если ваш друг -профессиональный сценарист, то такое знакомство может считаться полезным ресурсом. Другой пример: вы – администратор группы Вконтакте, в которой 50 000 подписчиков. Это полезный ресурс, который поможет в продвижении канала. Если ваша девушка – фотомодель, это еще один полезный ресурс для развития канала. Вы сможете задействовать ее при съемке некоторых видеороликов.

Стратегия развития канала

Понимание этого вопроса базируется на ответах на предыдущие вопросы. Вы должны сформировать план в своей голове, как с помощью имеющихся ресурсов привлечь необходимую целевую аудиторию и достигнуть поставленной цели. Либо как обменять имеющиеся ресурсы (деньги, время, связи, навыки, съемочное оборудование и т. п.) на необходимые ресурсы для достижения цели.

§ 5. Правила на Youtube

Как говорится – жизнь диктует свои законы. Надо подчиняться.

Михаил Зощенко

Ютуб представляет собой сообщество с определенными правилами, которые с каждым годом ужесточаются. За нарушение этих правил могут быть применены различные санкции: от запрета получать доход с видео (монетизации) до полной блокировки канала и судебных разбирательств.

Какие видеоролики могут нарушать правила сообщества?

1) Нарушающие авторские права;

2) В которых содержатся изображения обнаженного тела, материалы сексуального и порнографического характера;

3) Унизительные высказывания и призывы к насилию; оскорбления, направленные на людей определенной расы, пола, религии или выделяющие их по иному признаку;

4) С содержанием сцен жестокости и насилия (исключение – для новостных каналов);

5) Материалы, которые могут побуждать людей (особенно, детей) к совершению опасных действий, приводящих к травмам и увечьям.

6) Угрозы, призывы к агрессивным действиям, раскрытие конфиденциальной информации;

7) Ролики, в которые добавлено искаженное название, описание или картинка с целью повысить количество просмотров.

Многие известные вам каналы на Ютубе регулярно подвергаются различным санкциям. Так, например, в 2014 году из-за многочисленных нарушений правил сообщества был полностью удален канал СтопХам с двумя миллионами подписчиков. Спустя какое-то время канал был воссоздан, но всех подписчиков он набирает с нуля, а все загруженные на момент блокировки канала видеоролики недоступны. На канале набралось уже более 1 миллиона подписчиков, но до удаления их было в 2 раза больше. Проблемы были у Омского ТВ, DaiFiveTop и многих других каналов. Также регулярно подвергаются

блокировкам новостные каналы, например, подобные трудности неоднократно возникали у каналов Life News и Russia Today.

У некоторых владельцев каналов были неприятности не со стороны Ютуба, а со стороны МВД под предводительством Роскомнадзора. К сожалению, если вы, проживая в России, нелестно выскажетесь о политическом деятеле или допустите дерзкое высказывание или призыв по отношению к действующей власти, то к вам домой могут прийти следователи для осуществления проверки. Никаких серьезных последствий для вас это, скорее всего, не понесет, но вам хорошенько потреплют нервы.

Система предупреждений и репутация канала

Чтобы заставить всех авторов соблюдать правила, на Ютубе применяются различные меры. К ним относится система 3-х предупреждений: первое предупреждение (страйк) носит уведомительный характер, после второго предупреждения на 14 дней отключается возможность загружать видеоролики, а после третьего предупреждения аккаунт блокируется, и с канала удаляются все видеоролики. Предупреждения, присвоенные за нарушение авторских прав или принципов сообщества действуют 3 месяца[2 - До 2016 года предупреждения действовали 6 месяцев, но затем администрация Ютуба пошла навстречу авторам и сократила длительность действия предупреждений до 3-х месяцев.], после чего автоматически снимаются (при отсутствии новых нарушений). Удаление проблемного видео не отменяет присвоенного каналу предупреждения.

На Ютубе есть параметр Репутация канала, которая изначально положительная, но в случае нарушения правил она меняется на отрицательную. Для каналов с отрицательной репутацией отключена возможность монетизации и недоступен ряд функций, в том числе:

• Загрузка длинных видеороликов (дольше 15 минут);

• Добавление значков видео;

• Создание плейлистов;

• Настройка оформления канала;

• Добавление аннотаций со ссылками на внешние сайты;

• Ограничение просмотра видеороликов (только по ссылке);

• Обжалование нарушений, выявленных системой Content ID;

• Добавление платного контента; (и несколько дополнительных функций).

Иногда каналу присваиваются ошибочные или необоснованные предупреждения. В течение 7 дней их можно обжаловать, подав встречную жалобу (апелляцию) – и если при заполнении формы вы укажите убедительные причины, возможно предупреждение будет отменено и каналу будет снова присвоена хорошая репутация. Решение об этом будут принимать модераторы Ютуба. Однако если ваши аргументы покажутся им недостаточно убедительными, предупреждение останется в силе, а для вас на некоторое время может быть ограничена возможность обжаловать предупреждения.

? Алгоритмы работы системы предупреждений постоянно усложняются, чтобы давать максимально симметричный ответ нарушителям. Есть добросовестные авторы, допустившие ошибку по незнанию, а есть злостные нарушители, которые обжалуют все правомерно полученные предупреждения, и для этих двух категорий в ближайшем будущем будут применяться санкции разной степени жесткости.

Защита авторских прав на Youtube

Музыка принадлежит всем. Только фирмы звукозаписи думают, что владельцы – они.

Джон Леннон

Наиболее частой причиной предупреждений, блокировок и удалений на Ютубе является нарушение авторских прав, когда при создании видеоролика без разрешения правообладателей используются фрагменты чужих видео и музыки. Многие новички на Ютубе совершают большую ошибку, вставляя без разбора в свои ролики музыку и песни от популярных исполнителей. Ютуб – это американская компания, и там очень серьезно относятся к авторскому праву.

Если вы хотите создать коммерческий канал и рассчитываете получать доход с видео, то крайне не рекомендуется при создании роликов использовать видео и музыку без разрешения обладателей прав на эти композиции. Это может привести к неприятным последствиям – от отключения возможности монетизации, до удаления видеоролика.

Даже если во время съемки видеоролика на фоне будет слышна песня, звучавшая по радио – это может быть определено как нарушение авторских прав. Недавно по этой причине был заблокирован некоммерческий ролик благотворительной организации, правда после громкого общественного скандала блокировка была убрана. Аналогичная ситуация складывается с видеозаписями концертов и интервью.

В некоторых случаях может быть применен интересный алгоритм: все деньги, заработанные на показе видеоролика будут перечисляться не вам, а автору видео или музыки, которая была позаимствована без спроса.

? Алгоритмы Ютуба несовершенны. Известен случай, когда Ютуб определил пение птиц как защищенный правообладателями материал, и автору одного из таких роликов с птичьими трелями было выдано предупреждение за неправомерное использование материалов, хотя он ничего не копировал, а звуки записывал сам. Ситуация стала еще более абсурдной после того, как служба поддержки Ютуба отклонила жалобу автора и признала выданное ему предупреждение полностью обоснованным. Чуть позже похожая история произошла с роликом, на звуковой дорожке которого было слышно урчание кота.

Если вы намерены развивать канал и рассчитываете на долгосрочную перспективу, зачем рисковать?

При необходимости добавить музыку или звуки в свой видеоролик, поступайте как Стас Давыдов, автор и ведущий передачи This is Хорошо: он скачивает звуки на сайте freesound.org, где несколько тысяч официально бесплатных звуков, а музыку для роликов он покупает на таких сайтах, как audio-micro.com. Создатель и ведущий канала +100500 Максим Голополосов поступает немного по-другому: каждый выпуск передачи сопровождается музыкой, которую исполняет группа 2nd Season (Максим является вокалистом в этой группе, а также играет на гитаре). Список сайтов с официально бесплатной музыкой и звуками представлен в разделе Звуковое оформление, а также в конце книги.

? Иногда официально купленные музыкальные композиции распознаются и попадают под блокировку системой Content ID. В этом случае необходимо обжаловать решение, приложив к письму ссылку на музыкальную композицию на сайте магазина, а также квитанцию с уникальным номером заказа, которая была прислана вам по электронной почте в момент покупки.

Исполнение каверов, то есть чужих песен, тоже считается посягательством на права автора. Однако в некоторых случаях на Ютубе возможна такая схема: часть доходов от рекламы будет поступать вам, а часть – оригинальному исполнителю. Ремейки и пародии на оригинальное видео аналогичным образом могут считаться посягательством на авторские права.

Продолжая тему, следует упомянуть, что права на игровые видео (летсплеи) принадлежат разработчикам игры, поэтому публикация таких видеороликов может нарушать правила Ютуба. Даже если вы добавите в видеозапись игрового процесса интересные спецэффекты или поместите в угол свою говорящую голову, это не отменит авторские права со стороны разработчиков. Многие игровые видео не блокируют, потому что они повышают популярность и увеличивают продажи игр, и разработчикам нет смысла жаловаться. Но так происходит не всегда, например, под блокировку попадают каналы, которые выкладывают видеозаписи геймплея до официального релиза игры.

Конец ознакомительного фрагмента.

notes

Сноски

1

Указанное количество просмотров актуально на момент составления таблицы (сентябрь 2016 г.).

2

До 2016 года предупреждения действовали 6 месяцев, но затем администрация Ютуба пошла навстречу авторам и сократила длительность действия предупреждений до 3-х месяцев.

Купить: https://tellnovel.com/ru/nazarchuk_nikolay/youtube-put-k-uspehu-kak-poluchat-fury-laykov-i-tonny-deneg

Текст предоставлен ООО «ИТ»
Прочитайте эту книгу целиком, купив полную легальную версию: Купить