

УДК 070:371.684:004.738.5:621.397.442:796.096
DOI 10.25205/1818-7919-2020-19-6-159-170

Русскоязычные разговорные радиостанции на платформе YouTube: визуализация аудиоконтента

Л. А. Круглова

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова
Москва, Россия

Аннотация

Представлены результаты анализа работы русскоязычных разговорных радиостанций с YouTube-платформой. Проанализированы аккаунты тринадцати информационных и разговорных радиостанций, вещающих в России, и материалы, опубликованные на площадке YouTube. Анализ проводился летом и осенью 2019 г. по таким критериям, как количество выпущенных материалов, просмотров, комментариев, лайков, характер контента (эфирный или специальный), информационные поводы, формат и хронометраж.

Автор приходит к выводу, что большинство из анализируемых радиостанций, за исключением тех, кто синергируют с производителями видеоконтента или прицельно развивают данный ресурс, пока не умеют пользоваться инструментами YouTube, не понимают специфики работы с аудиторией на данной платформе и не могут конкурировать с топовыми блогерами.

Ключевые слова

радиовещание, YouTube-канал, интернет-контент, видеотрансляция, аудитория

Для цитирования

Круглова Л. А. Русскоязычные разговорные радиостанции на платформе YouTube: визуализация аудиоконтента // Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2020. Т. 19, № 6: Журналистика. С. 159–170. DOI 10.25205/1818-7919-2020-19-6-159-170

Russian-Speaking Conversational Radio Stations on the YouTube Platform: Audio Content Visualization

L. A. Kruglova

Lomonosov Moscow State University
Moscow, Russian Federation

Abstract

Purpose. The article presents the results of an analysis of the work of Russian-speaking conversational radio stations with a YouTube platform. The accounts of 13 information and talk radio stations broadcasting in Russia and materials published on the YouTube site were analyzed.

Results. The analysis was carried out in the summer and autumn of 2019 according to criteria such as the number of released materials, views, comments, “likes”, the nature of the content (on-air or special), informational occasions, format and timing.

Conclusion. The author comes to the conclusion that most of the analyzed radio stations, with the exception of those who synergize with video content producers or specifically develop this resource, don't yet know how to use YouTube tools and understand the specifics of working with the audience on this platform, and can't compete with the top bloggers.

Keywords

Broadcasting, YouTube channel, Internet-content, video broadcasting, audience

For citation

Kruglova L. A. Russian-Speaking Conversational Radio Stations on the YouTube Platform: Audio Content Visualization. *Vestnik NSU. Series: History and Philology*, 2020, vol. 19, no. 6: Journalism, p. 159–170. (in Russ.) DOI 10.25205/1818-7919-2020-19-6-159-170

Согласно анализу органического трафика SEO-сервисом Ahrefs.com, летом 2019 года YouTube стал самым посещаемым в мире веб-сайтом с 8,64 миллиардами поисковых запросов в месяц¹. По данным Statista, в 2019 году у YouTube оказалось 1,9 миллиарда пользователей по всему миру². По количеству активных пользователей из социальных сетей популярнее YouTube только Facebook. Согласно исследованию Datareportal, в 2019 году 79 % интернет-пользователей по всему миру имеют свои аккаунты на YouTube³. Одна из главных причин, по которой YouTube удерживает свое доминирующее место в отрасли, заключается в том, насколько он доступен. YouTube позволяет легко начать работу и делиться своим контентом с большой аудиторией. Каждый день люди смотрят миллиард часов видео на YouTube и генерируют миллиарды просмотров. Более 70 процентов времени просмотра YouTube приходится на мобильные устройства. 500 часов видео, по цифрам Tubefilter в 2019 году, загружаются на YouTube каждую минуту по всему миру – это 30 000 часов видео, загружаемых каждый час, 720 000 часов каждый день. Несмотря на огромное число видеохостингов и порталов, предоставляющих видео в Интернете, YouTube продолжает ассоциироваться с онлайн-видео контентом в Интернете и оставаться хедлайнером в этой области⁴.

Видеосервис YouTube стал одним из наиболее значимых явлений в медиамире, и традиционные медиа вынуждены считаться с этим фактом. В официальном блоге YouTube⁵ Джефф Самек, старший менеджер по продуктам YouTube News, сказал, что новости и СМИ – это важная растущая вертикаль для площадки, и видеохостинг собирается поддерживать ответственных издателей на YouTube. В 2017 году YouTube запустил вкладку «Главные новости», чтобы выделять новости из авторитетных источников. Многие медиакомпании создают официальные аккаунты на YouTube, осуществляя продвижение своей продукции через сервис.

В современном обществе YouTube играет немаловажную роль. Он не просто является предметом проведения досуга, но и формирует мировоззрение человека, а также создает общественное мнение по тому или иному вопросу. Нельзя не отметить, что традиционные медиа занимают далеко не лидирующие позиции в своем глобальном конфликте с новой цифровой средой и с YouTube в частности.

По данным исследователей, радио остается востребованным средством массовой информации как в России, так и в Европе и стремительно расширяет границы, присущие привычному радио, становится «больше, чем просто радио». Кроме традиционного FM-вещания активно развивается вещание в мобильных приложениях, на сайтах радиостанций, в социальных сетях, мессенджерах. По данным Mediascope, ежемесячно 91 % (58 млн чел.) населения российских городов с численностью от 100 тысяч человек в возрасте старше 12 лет слушают радио: 88 % (56 млн чел.) слушают FM-радио, 27 % (17 млн чел.) – онлайн⁶. Происходит изменение способов прослушивания радио населением России. Если в 2015 году размер ежемесячной аудитории эфирного радиовещания составлял 98 % населения российских городов (100 тыс. и более в возрасте 12 лет и старше), то аудитория в 2018 г. была 96 %, т. е. уменьшилась на 2 % за 4 года. Размер ежемесячной аудитории онлайн-вещания в 2015 году составлял 26 %, демонстрируя каждый последующий год ежегодный прирост аудитории он

¹ Top YouTube searches (as of October 2019). URL: <https://ahrefs.com/blog/top-youtube-searches/> (дата обращения 11.11.2019).

² Hours of video uploaded to YouTube every minute as of September 2019. URL: <https://www.statista.com/statistics/259477/hours-of-video-uploaded-to-youtube-every-minute/> (дата обращения 11.11.2019)

³ Digital 2019: Global Digital Overview. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2019-global-digital-overview> (дата обращения 01.11.2019).

⁴ 10 статистик Youtube, которые каждый маркетолог должен знать в 2019 году. URL: <https://www.oberlo.com/blog/youtube-statistics> (дата обращения 05.11.2019).

⁵ Официальный канал YouTube. URL: <https://www.youtube.com/user/YouTube> (дата обращения 20.11.2019).

⁶ Radio Index 2019. Аудитория радиостанций. URL: <https://mediascope.net/services/media/media-audience/radio/radio-index/information/reports/> (дата обращения 05.12.2019).

лайн-вещания на 1 %. В 2018 году уже 30 % слушателей использовали для прослушивания радио разные устройства в режиме онлайн ⁷.

Российские радиостанции продолжают расширять свое присутствие в новых медиа, в том числе в социальных сетях. Радиостанции еще в большей степени сместили фокус своей работы с модернизации / обновления сайтов в сторону социальных сетей и мессенджеров. Мобильные приложения радиостанций активно используются для продвижения своего контента и привлечения дополнительной аудитории своей радиостанции.

Несмотря на слова отраслевых отчетов, сегодня становится ясно, что коммуникационный канал между традиционными СМИ и аудиторией изменился с появлением такой специфической платформы, как YouTube. Привычные для традиционных СМИ способы обработки и презентации информации, которые раньше были очевидными, на сегодняшний день становятся менее эффективными. Аудитория традиционных СМИ редет и стареет, а ее молодая часть уходит в интернет-среду с целью получения информации и ее последующего анализа. Как следствие, с появлением YouTube традиционные СМИ начали терять уже имеющуюся целевую аудиторию, не говоря о сложности в привлечении молодого поколения ⁸. Данная тенденция имеет место по причине неграмотно построенного диалога между аудиторией и традиционными СМИ. Как мы видим, канал коммуникации между ними нарушен и не проработан. Традиционные СМИ решили освоить новое для себя «digital»-пространство – YouTube – прийти туда, где молодая аудитория. Но насколько успешна их адаптация в интернет-среде?

Взаимоотношения традиционных эфирных каналов и их аккаунтов на YouTube и в социальных сетях не раз становились объектом изучения исследователей [Stefanone, Lackaff, Rosen, 2010]. Создание профессионального интернет-контента (на примере телеканалов «Дождь» и Russia Today) интересовало А. Г. Верника [2014], а В. А. Констатиюк [2012] рассмотрела YouTube-площадку как новую форму медиатизации. Трансформацию медиаконтента в цифровую эпоху и изменение медиапотребления с учетом поколенческих особенностей тщательно изучают сегодня как зарубежные ⁹, так и российские ученые [Вьюгина, 2018; Вартанов, 2017]. Проводились исследования функционирования традиционных телевизионных каналов в социальных сетях и на YouTube, а также в современном коммуникативном цифровом пространстве [Круглова, Артеc, 2019; Березин, Волкова, Грабельников, 2008; Ильченко, Окнер, 2005]. Ученые отмечают рост влияния новых платформ, но также говорят о том, что не всегда традиционные медиа используют новые возможности максимально. «Телевизионные каналы продолжают выстраивать коммуникацию с аудиторией по аналоговому принципу – от вещателя к массам. Довольно редко каналы пытаются привлечь интернет-аудиорию к “сотворчеству”, используя интерактивную функцию социальных сетей. Аудитория социальных каналов телевизионных сетей часто живет своей жизнью, коммуницируя между собой, пользуясь тем, что комментарии не модерированы телеканалами» [Щепилова, Круглова, 2018. С. 15].

Постепенно Интернет в качестве медиаплатформы предоставил не только новые способы подачи информации, но и инновационные стратегии продвижения медиабизнеса именно посредством механизмов сочетания контента и его распространения. С приходом Интернета телевидение потеряло монополию на распространение видеоконтента. Вопросы трансформации аудиовизуального контента на новых технологических площадках поднимала Л. А. Круглова [2012]. Процессы трансформации российского телевидения за десять лет про-

⁷ Отраслевой доклад Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям «Радиовещание в России в 2018 году. Состояние, тенденции и перспективы развития». URL: <http://fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2019/teleradio.html> (дата обращения 02.12.2019).

⁸ Телевидение и Интернет в 2018 году. URL: <http://fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2019/teleradio.html> (дата обращения 02.12.2019).

⁹ Barker M., Turnbull S., Mathijs E. (eds.) Participations: Journal of Audience and Participation Studies, 2014. № 11 (1). URL: <http://www.participations.org/Volume%2011/Issue%201/contents.htm>

анализировала группа отечественных ученых¹⁰. Одним из этапов комплексного исследования трансформации аудиовизуальной среды в Интернете, которое проводит кафедра телевидения и радиовещания факультета журналистики МГУ, стал анализ деятельности разговорных и информационных русскоговорящих радиостанций на платформе YouTube летом 2019 года. На этом локальном этапе были поставлены следующие цели: определить, насколько каналы традиционных российских СМИ понимают механику работы YouTube и освоили новую площадку, как они пытаются адаптировать привычные методы работы с контентом и почему каналы традиционных СМИ нередко ожидает неудача при контакте с интернет-аудиторией, в состоянии ли они конкурировать с топовыми блогерами.

Было отобрано тринадцать русскоязычных разговорных радиоканалов – «Эхо Москвы», «Серебряный дождь», радио «Комсомольская правда», «Коммерсант FM», Business FM Москва, «Радио Свобода», «Вести FM», «Радио Культура», «Радио России», «Маяк», «Радио Звезда», «BBC news русская служба», «Говорит Москва». Радиоканалы отбирались по рейтингам «Медиалогии»¹¹. Довольно часто лидером рейтинга по цитируемости в СМИ становится радиостанция «Говорит Москва», а рейтинг по цитируемости в соцмедиа возглавляет «Радио Свобода». Следует отметить, что русская служба BBC прекратила радиовещание на территории русскоговорящих стран, но основные программы выходят в аудиоформате на сайте вещательной компании. Несмотря на формальное отсутствие радиочастот в России, было решено внести в список анализируемых радиостанций «BBC news, русская служба», так как интересно было рассмотреть использование видеохостинга данным СМИ, которое обладает определенной репутацией.

YouTube-аккаунты радиостанций анализировались по количеству подписчиков, активности, самому популярному видео, активности аудитории и хронометражу самого популярного видеоролика. Результаты исследования показали, что больше всего подписчиков у YouTube-канала «BBC news, русская служба» – 635 тыс. при почти 5 тыс. загруженных на канал видео. На втором месте «Радио Свобода» – 580 тыс. подписчиков, у него же больше всего загружено видеороликов – почти 16 тыс. На третьем месте аккаунт «Эхо Москвы» – при 358 тыс. подписчиках залито почти 8 тыс. единиц видеоконтента. Нельзя не сказать, что у «Эха Москвы» шесть каналов: «Эхо общество», «Эхо культуры», «Эхо авто», «Дилетант», «Эхо спорт» и «Детское эхо». Среди государственных радиостанций лидирует «Вести FM» – 143 тыс. подписчиков на этот аккаунт, в то время как канал разместил почти 10 тыс. роликов. Интересно, что радиостанция «Маяк» не показывает количество подписчиков на свой канал, созданный в 2012 году, на который загружено почти 12 тыс. роликов, и суммарное количество просмотров канала превышает 50 миллионов. У «Серебряного дождя» 73 тыс. подписчиков – и это почти в два раза больше, чем у радио «Комсомольская правда», хотя у «Комсомольской правды» загружено почти 6 тыс. роликов, что почти в два раза больше, чем у «Серебряного дождя». Меньше всего подписчиков – 397 – у Business FM, хотя эта радиостанция так же, как и «Коммерсант FM» (почти 7 тыс. подписчиков), ведет прямые трансляции из студии. У Business FM даже почти на 100 подписчиков меньше, чем у «Радио Культура» (табл. 1).

Интересно, что самые старые и созданные в один 2017 год YouTube-каналы – «Радио Свобода» и «BBC news русская служба». Аккаунт BBC Russian – это последние новости России и мира и другие заметные события в политике, обществе, науке и культуре, журналистские расследования и отрывки из документальных фильмов BBC. Аккаунт не просто призывает оставлять комментарии, сообщения и отзывы о странице, но предупреждает: «Ваши комментарии и видеоответы могут быть использованы в материалах на bbcrussian.com.

¹⁰ Кульчицкая Д. Ю., Вартаков С. А., Дунас Д. В. и др. Медиапотребление молодежи: специфика методологии исследования // Медиаскоп (электронный журнал). 2019. № 1. URL: <http://www.mediascope.ru/2529>

¹¹ Рейтинг цитируемых радиостанций – ноябрь 2019. URL: <https://www.mlg.ru/ratings/media/federal/7092/#internet> © Медиалогия (дата обращения 20.12.2019).

Таблица 1

Количество подписчиков и видеороликов на аккаунтах YouTube радиостанций.
Мониторинг ноябрь 2019 г.

Table 1

The number of subscribers and videos on YouTube radiostation accounts.
Monitoring November 2019

№ п/п	Радиостанция	Дата создания	Подписчики	Количество видео	Всего просмотров аккаунта	Контент аккаунта
1	«BBC news русская служба»	26 февр. 2007	635 000	4962	230 982 741	«Последние новости России и мира и другие заметные события в политике, обществе, науке и культуре. Журналистские расследования и отрывки из документальных фильмов BBC». Видеоновости
2	«Радио Свобода»	22 окт. 2007	580 071	15 968	390 876 713	«Это – новости без цензуры, аргументированный и ответственный обмен мнениями, открытое и честное обсуждение проблем». Видеосюжеты и прямая трансляция радиозэфира
3	«Эхо Москвы»	15 окт. 2015	358 220	7920	270 801 136	«Официальный канал радиостанции “Эхо Москвы”. Дата основания: 22 авг. 1990 г.» Видеозапись эфира и прямая трансляция, видеосюжеты
4	«Вести FM»	3 окт. 2011	143 000	9147	91 314 879	«Слушайте и смотрите прямой эфир из московской студии радиостанции “Вести FM”. Все главные новости страны и мира в изложении наших корреспондентов, обозревателей и гостей». Запись и прямой эфир

Продолжение табл. 1

№ п/п	Радиостанция	Дата создания	Подписчики	Количество видео	Всего просмотров аккаунта	Контент аккаунта
5	«Серебряный дождь»	10 июня 2011	73 153	3403	37 532 481	«“Серебряный дождь” – первая в континентальной Европе радиостанция, осуществившая трансляцию своего эфира в сети Интернет в режиме реального времени. Сегодня наши радиослушатели в мировой компьютерной сети могут не расставаться с любимой станцией, вещающей круглые сутки». Запись эфира и прямые трансляции объективом «рыбий глаз»
6	Радио «Комсомольская правда»	5 дек. 2013	43 934	5522	23 725 040	«Прямой эфир радиостанции и архив всех про- грамм. Это радио реальных людей и неприду- манных историй». Подкасты, программа передач, прямой эфир
7	«Говорит Москва»	1 мая 2014	7520	992	6 246 548	Запись и прямой эфир
8	«Коммерсант FM»	5 окт. 2011	6892	889	3 423 272	«Все, что важно. Все, что происходит сейчас». Подкасты, прямая трансляция
9	«Радио России»	2 февр. 2018	4500	278	699 048	Видео из студии нет, есть только звук, «перекрытый» статичной аллегоричной картинкой

Оуончание табл. 1

№ п/п	Радиостанция	Дата создания	Подписчики	Количество видео	Всего просмотров аккаунта	Контент аккаунта
10	«Радио Звезда» *	16 июня 2015	1110	171	135 196	Запись трансляции программ из студии с использованием дополнительного видеоряда. Различные литературные произведения в аудио
11	«Радио Культура»	23 мая 2017	458	90	39 361	Видеозапись программ, трансляция в социальной сети «Одноклассники»
12	Business FM	16 марта 2018	1890	152	157 680	«Независимое медиа. Здесь говорят о бизнесе, историях успеха и провалов людей. Честно. Открыто. Радио “Бизнес FM” можно слушать в любой точке земного шара онлайн, на сайте и через специальное бесплатное приложение». Видеозапись эфира
	Business FM Москва	15 марта 2018	397	прямые трансляции	391	«Глобальные тенденции экономического развития, новости фондовых рынков, инфляция и курсы валют, IPO, риски, слияния и поглощения, недвижимость и личные финансы – все это в информационном поле радио Business FM». Прямые трансляции
13	«Маяк»	1 февр. 2012	Не показано	11 985	51 688 943	«Каждый день на нашем канале появляются видео лучших гостей и интересных обсуждений из эфира радиостанции “Маяк”». Запись программ, инстаграм-шоу

* Трансляция закончилась 2018 г.

Комментарии к видео проходят модерацию. Мы оставляем за собой право удалять те комментарии, которые содержат оскорбления, призывы к насилию, клевету, ругательства, рекламу или спам»¹². «Радио Свобода» ставит своей задачей распространение ценностей демократии и гражданского общества, обращаясь к аудитории тех стран, в которых свобода прессы либо запрещена или ограничена властями, либо пока не стала нормой жизни. Журналисты «Радио Свобода» предоставляют обществу то, чего оно не может узнать из местных средств информации. Это новости без цензуры, аргументированный и ответственный обмен мнениями, открытое и честное обсуждение проблем», – говорится на официальном аккаунте YouTube радиостанции и сообщается об открытии нового канала «Радио Свобода. Новости»¹³.

В 2011 году появились аккаунты у трех радиостанций – «Серебряный дождь», «Коммерсант FM», Business FM Москва и «Вести FM». Самый «молодой» аккаунт у Business FM: дата регистрации – 2018 год, как основного канала, так и московского.

Основной контент YouTube-каналов выбранных радиостанций – это записи видеотрансляций эфира из студии или прямая трансляция. «Вести FM» и «Коммерсант FM», например, осуществляют видеотрансляции с нескольких камер, которые показывают крупные планы выступающих. «Радио России» ретранслирует только звук эфира, в качестве визуального ряда на протяжении всей программы идет одна статичная фотография. На аккаунте «Коммерсант FM» до 2017 года выходили ролики «Коммерсант TV», затем подкасты радиопрограмм «Коммерсант FM». Аккаунт «Эхо Москвы» – самый разнообразный с точки зрения экспериментирования с форматами, в частности, трансляция эфира идет сразу же с нескольких камер – мы видим всех ведущих и гостей одновременно.

Больше всего – 3,6 млн просмотров – набрал почти двухчасовой документальный фильм «Радио Свобода» 2015 года о президенте РФ (43 тыс. лайков, 10 тыс. дизлайков и 3,5 тыс. комментариев). 2,3 млн просмотров у «Серебряного дождя» с двухминутным видео со знаменитой церемонии «Серебряная калоша» «Голые и смешные» 2011 года (3 тыс. лайков, 500 дизлайков и 100 комментариев). 2,2 миллиона собрал видео получасового эфира рубрики «Дети как дети» 2017 года радиостанции «Маяк» – «Голос Маши из мультфильма “Маша и Медведь” – Варвара Саранцева» (при 20 тыс. лайков, 2,3 тыс. дизлайков и отключенных комментариях). Интересно, что 1,8 млн просмотров (второе место по популярности среди видео канала) собрал эфир радио «Маяк» 2014 года – «Как быстро и эффективно выучить язык – полиглот Дмитрий Петров» (31 тыс. лайков, 928 дизлайков и 1367 только положительных комментариев). Интересно это потому, что 6 млн просмотров получила программа 2017 года «Полиглот. Выучим английский» телевизионного канала «Россия К», ведущий – тот же полиглот и психолингвист Дмитрий Петров (табл. 2). Скорее всего, это говорит об активной «накрутке» просмотров.

1,6 млн пользователей посмотрели двухчасовую программу «Полный Альбац» 2018 года на аккаунте «Эхо Москвы» (60 тыс. лайков, 2 тыс. дизлайков и более 7 тыс. комментариев), чуть меньше просмотров у часового видео 2018 года радио «Комсомольская правда» о том, как Николай Сванидзе подрался с Максимом Шевченко (10 тыс. лайков, 2,5 тыс. дизлайков, 11 тыс. комментариев). Меньше всего просмотров – 600 тыс. – у минутного видеоматериала 2017 года «Человек, похожий на генпрокурора: Юрий Скуратов» «Коммерсант FM» при 750 лайках, 200 дизлайках и 250 комментариях. Самое популярное видео радиостанции «Вести FM» – эфир программы «Полный контакт с Владимиром Соловьевым» 2016 года: «Владимир Соловьев о своей поездке в Белоруссию», почти 400 тыс. просмотров, 4 тыс. лайков, 614 дизлайков и 992 не только положительных комментариев.

¹² Официальный аккаунт «BBC news русская служба». URL: <https://www.youtube.com/user/BBCRussian/about> (дата обращения 30.12.2019).

¹³ Официальный аккаунт «Радио Свобода». URL: <https://www.youtube.com/user/SvobodaRadio/about> (дата обращения 30.12.2019).

Таблица 2

Самое просматриваемое видео на YouTube-аккаунтах радиостанций.
Мониторинг ноябрь 2019 г.

Table 2

Most viewed video on YouTube radio accounts.
Monitoring November 2019

№ п/п	Радиостанция	Название самого популярного видео	Дата публикации	Просмотры	Лайки	Дизлайки	Коммен- тarii	Хронометраж
1	«BBC news русская служба»	Что стало с теми, кто звонил Путину на «прямую линию»?	6 июня 2018	7 394 167	43 000	7300	1232	6 мин. 36 сек.
2	«Радио Свобода»	«Хуизмистерпутин». Фильм о Владимире Путине	29 дек. 2015	3 599 776	43 000	9700	3561	1 ч. 40 мин.
3	«Серебряный дождь»	Танцевальный номер «Голые и смешные» с награждения «Серебряной калошой»	10 июня 2011	2 263 499	2900	553	101	1 мин. 59 сек.
4	«Маяк»	Голос Маши из мультфильма «Маша и Медведь» – Варвара Саранцева	8 окт. 2017	2 200 000	20 000	2300	откл.	26 мин. 46 сек.
		Как быстро и эффективно выучить язык – полиглот Дмитрий Петров	3 июня 2014	1 862 680	31 000	882	1367	41 мин. 53 сек.
5	«Эхо Москвы»	Алексей Навальный / Полный Альбац	22 окт. 2018	1 629 379	57 000	2000	7382	1 ч. 44 мин.
6	Радио «Комсомольская правда»	Николай Сванидзе подрался с Максимом Шевченко	30 янв. 2018	1 357 031	10 000	2500	11 040	54 мин. 23 сек.

Окончание табл. 2

№ п/п	Радиостанция	Название самого популярного видео	Дата публикации	Просмотры	Лайки	Дизлайки	Коммен- тарии	Хронометраж
7	«Говорит Москва»	ДТП. Кутузовский пр. 21.07.2016. Запись с камер наблюдений смертельного ДТП	21 июля 2016	794 409	367	303	384	30 сек.
8	«Радио России»	Отдал чек – подставил себя: новый вид мошенничества	7 авг. 2018	614 971	6000	1200	откл.	21 мин. 06 сек.
9	«Коммерсант FM»	Человек, похожий на генпрокурора: Юрий Скуратов	24 янв. 2017	586 428	754	181	251	1 мин. 23 сек.
10	«Вести FM»	Почему американцы кинули курдов? / Полный контакт с Владимиром Соловьевым	10 окт. 2019	399 188	4000	614	992	45 мин. 13 сек.
11	BusinessFM	Алматы: Алия Байтугаева: Не гонитесь за деньгами – люди это чувствуют	26 июля 2019	47 670	565	48	42	45 мин. 49 сек.
	Business FM Москва	Прямая трансляция	–	–	–	–	–	–
12	«Радио Звезда»	Об этом секрете ордена «Победа» не знал даже Сталин – кусоч программы	20 марта 2017	33 535	121	15	3	1 мин. 57 сек.
13	«Радио Культура»	Программа «Действующие люди искусства»: «Как Витька Чеснок вез Леху Штыря в дом инвалидов» – интервью с режиссером и продюсером	26 сент. 2017	15 422	0	0	откл.	43 мин. 14 сек.

Хронометраж, скорее всего, никак не влияет на популярность видео. Среди самых просматриваемых на аккаунтах присутствуют видеоподкасты от 30 секунд («Говорит Москва») до практически двух часов («Эхо Москвы»). Зрителя заставляет смотреть тема, гости, герои, ведущий, а не временной размер.

На сегодняшний день радиостанции хотят не только удержать уже имеющуюся у себя аудиторию, но и расширить свою целевую аудиторию, установить контакт с новым ее сегментом. Для этого они приходят на платформу YouTube. Результаты исследования говорят об активности разговорных радиостанций и их аудитории на площадке YouTube. Но можно сделать вывод, что станции пока только «нащупывают», а также слабо понимают процессы, происходящие в digital, процессы конвергенции и визуализации медиaprостранства.

Самые потребляемые каналы у радиостанций, которые объединены с производителем видеоконтента («Радио Свобода», «BBC news русская служба»), учитывая использование ими востребованной тематики определенным сегментом аудитории. Нельзя не отметить достаточно успешный опыт визуализации контента радиостанцией «Эхо Москвы», которая всегда была открыта к технологическим новшествам и трендам. Несмотря на низкую востребованность у аудитории, хочется сказать об аккаунте «Радио Звезда», где размещаются, помимо прочего, аудиокниги. Большинство радиостанций используют свои аккаунты по остаточному принципу.

Исходя из полученных данных, радиостанции в меньшей степени, чем телевизионные каналы, пользуются «накрутками» просмотров и лайков. Однако радиостанции пока не умеют пользоваться инструментами YouTube, не понимают специфики работы с аудиторией на данной платформе и, естественно, пока не могут конкурировать с топовыми блогерами.

Список литературы

- Березин В. М., Волкова И. И., Грабельников А. А. Экранная коммуникация в современном информационном обществе. М.: РУДН, 2008. 347 с.
- Вартанов С. А. Телевизионные измерения в эпоху Big Data: концепции и примеры // Вестник Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2017. № 3. С. 37–58.
- Выюгина Д. М. Интернет в ежедневном медиапотреблении цифрового поколения России // Медиаскоп. 2018. Вып. 3. URL: <http://www.mediascope.ru/2475>.
- Верник А. Г. Создание профессионального интернет-контента: российский опыт и сравнительный анализ YouTube-канала «Дождь» // Вестник Челяб. гос. пед. ун-та. 2014. № 9–2. С. 186–195.
- Ильченко С. Н., Окнер О. А. Телевидение в эпоху интернета. СПб., 2005. 106 с.
- Констатюк В. А. YouTube: желание в медиа и серийность // Международный журнал исследований культуры. 2012. № 3 (8). С. 42–51.
- Круглова Л. А. Трансформация аудиовизуального контента в новых медиа // Вестник Моск. ун-та. Серия 10: Журналистика. 2012. № 3. С. 61–71.
- Круглова Л. А., Артес А. С. Телеканалы в эфире и на YouTube: специфика взаимодействия на примере «России К» и ARTE // Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2019. Т. 18, № 6. С. 139–149.
- Щепилова Г. Г., Круглова Л. А. Телеканалы и социальные сети: специфика взаимодействия // Вестник Моск. ун-та. Серия 10: Журналистика. 2018. № 3. С. 3–16.
- Stefanone M. A., Lackaff D., Rosen D. The Relationship between Traditional Mass Media and «Social Media»: Reality Television as a Model for Social Network Site Behavior. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 2010, no. 54 (3), p. 508–525.

References

- Berezin V. M., Volkova I. I., Grabelnikov A. A.** Ekrannaya kommunikatsiya v sovremennom informatsionnom obshchestve [Screen communication in the modern information society]. Moscow, PFUR Press, 2008, 347 p. (in Russ.)
- Ilchenko S. N., Okner O. A.** Televideniye v epokhu interneta [Television in the era of the Internet]. St. Petersburg, 2005. (in Russ.)
- Konstatyuk V. A.** YouTube: zhelanie v media i seriynost' [Youtube: Desire in Media and Seriality]. *Mezhdunarodnyy zhurnal issledovaniy kul'tury [International Journal of Cultural Research]*, 2012, vol. 3 (8), p. 42–51. (in Russ.)
- Kruglova L. A., Artes A. S.** TV channels are on the air and on the YouTube: the specificity of interaction on the example of «Russia C» and ARTE. *Vestnik NSU. Series: History and Philology*, 2019, vol. 18, no. 6, p. 139–149. (in Russ.)
- Kruglova L.** Transformatsiya audiovizual'nogo kontenta v novykh media [Transformation of audiovisual content in New Media]. *Moscow University Journalism Bulletin*, 2012, vol. 3, p. 61–71. (in Russ.)
- Shchepilova G. G., Kruglova L. A.** Telekanaly i sotsial'nye seti: spetsifika vzaimodeystviya [TV channels and social networks: interaction specifics]. *Moscow University Journalism Bulletin*, 2018, vol. 3, p. 3–16 (in Russ.)
- Stefanone M. A., Lackaff D., Rosen D.** The Relationship between Traditional Mass Media and «Social Media»: Reality Television as a Model for Social Network Site Behavior. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 2010, np. 54 (3), p. 508–525.
- Vartanov S. A.** Televizionnyye izmereniya v epokhu Big Data: kontseptsii i primery [Television Measurements in the Era of Big Data: Concepts and Examples]. *Moscow University Journalism Bulletin*, 2017, no. 3, p. 37–58. (in Russ.)
- Vernik A. G.** Sozdanie professional'nogo internet-kontenta: rossiyskiy opyt i sravnitel'nyy analiz YouTube-kanala “Dozhd” [Creating a professional internet-content: russian experience and comparative analysis of Youtube channel “Dozhd”]. *Bulletin of the Chelyabinsk State University*, 2014, vol. 9–2, p. 186–195. (in Russ.)
- Vyugina D. M.** Internet v yezhednevnom mediapotreblenii tsifrovogo pokoleniya Rossii [Internet in the daily Media Consumption of the Digital Generation of Russia]. *Mediascope*, 2018, vol. 3. URL: <http://www.mediascope.ru/2475>. (in Russ.)

Материал поступил в редколлегию
Received
28.01.2020

Сведения об авторе

Круглова Людмила Алексеевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры телевидения и радиовещания факультета журналистики Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова (Москва, Россия)
abiljo@mail.ru

Information about the Author

Lyudmila A. Kruglova, Assistant Professor, Lomonosov Moscow State University (Moscow, Russian Federation)
abiljo@mail.ru