

Анализ факторов успешности видеоблогера в эпоху экономики внимания

Автор: Ашир Алиев, Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет Информационных технологий, механики и оптики, Санкт-Петербург

Научный руководитель: Будрин А.Г., д.э.н., Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет Информационных технологий, механики и оптики, Санкт-Петербург

Актуальность темы и постановка проблемы

На сегодняшний день создание видео-контента в сети интернет это одно из развивающихся направлений мировой индустрии. В популярных видео хостингах есть видео на любой вкус и цвет, но многие начинающие видеоблогеры сталкиваются с проблемой продвижения своего ролика. Принимая решения посмотреть видео-контент одного блогера, мы отказываемся потратить наше внимание на другого видеоблогера. Наверстать упущенное мы сможем завтра или послезавтра, но представьте себе, сколько всего информации нам надо отфильтровать, чтобы по-настоящему найти и подобрать увлекательный видео-контент. Внимание стало ограниченным ресурсом, которое приносит неплохую прибыль создателям видео-контента в YouTube. Мы можем думать, что не заплатили ни копейки за видео-контент, который мы просматриваем, но мы отдаем свое драгоценное время, а вместе с ним и свое внимание.

Цель работы

Проанализировать и определить на сколько сильно влияют факторы внимания зрителей на успех видеоблогера, а также выявить определяющие факторы и критерии, с помощью которых можно определить успешность видеоблогеров.

Базовые положения исследования

Рынок видео-контента растет, а следом появляются все больше видеоблогеров. Но зарабатывать внимание пользователей и удерживать его на своих роликах стало сложнее. Начинающие видеоблогеры сталкиваются с проблемой удержания зрителей, вступая в борьбу за внимание с другими более популярными игроками.

Промежуточные результаты

Для определения и получения результата, был использован опыт, как и пользователей, так и видеоблогеров. Опрашивая видеоблогеров, акцент был сделан на факторы, которые оказывают существенное влияние на популярность видеоролика. Опрос зрителей, дал результаты, которые можно интерпретировать, как факторы влияющие на удержание внимания. Для анализа использовались данные площадки YouTube, так как это популярный сервис для видео-контента.

Основные результаты

В результате работы были получены цифры, описывающие влияния ключевых факторов на ситуацию борьбы видеоблогеров за внимание зрителя. На данном рынке происходит рост аудитории, тем самым были определены факторы, влияющие на успех видеоблогеров. Были предложены методы анализа для выявления успешности видеоблогера.

Список использованной литературы

1. Обзор рынка рекламы русскоговорящих YouTube-блогеров [Электронная статья] // URL: <https://vc.ru/marketing/21996-ad-on-youtube-channels>
2. Обзор рынка рекламы русскоговорящих YouTube-блогеров [Электронная статья] // URL: <https://vc.ru/marketing/21996-ad-on-youtube-channels>
3. Давенпорт Т. Х. Экономика внимания: понимание новой валюты для бизнеса [Электронная книга]
4. Проектирование организаций для богатой информацией мира [Статья] // URL: <https://zeus.zeit.de/2007/39/simon.pdf>

Автор:

(Аширали А.А.)

Научный руководитель:

(Будрин А.Г.)

Директор образовательной программы:

(Будрин А.Г.)