

## Почему звезды YouTube имеют большее влияние, чем "обычные" знаменитости

Авторы каналов YouTube вызывают у молодежи, проводящей много времени за просмотром онлайн-видео, гораздо больший интерес, чем "обычные" знаменитости из мира шоу-бизнеса, музыки, спорта и т.д. Рассмотрим это явление подробнее.



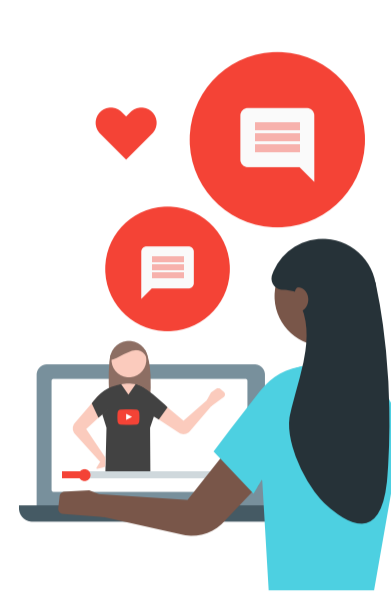
### РЕАЛЬНЫЕ ЛЮДИ, С КОТОРЫМИ МОЖНО ОБЩАТЬСЯ

Авторы каналов YouTube общаются со зрителями, выстраивая дружеские отношения с аудиторией своих поклонников.



**70%**

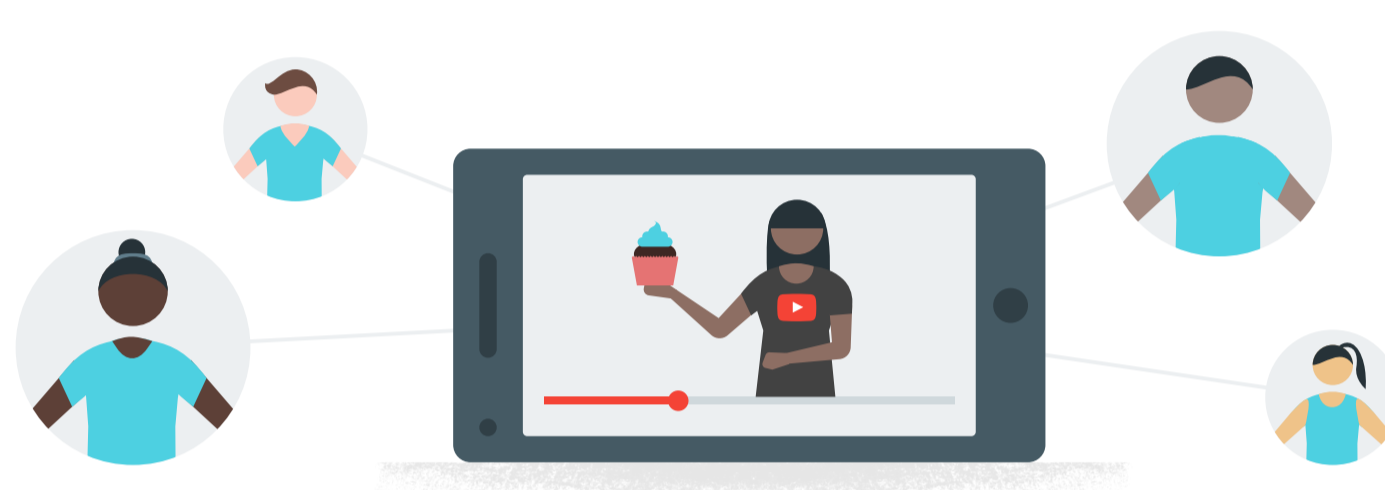
подписчиков-подростков признаются, что **авторы видео YouTube более интересны им, чем "обычные" знаменитости**<sup>1</sup>



**4 из 10**

подписчиков-миллениалов утверждают, что **создатели их любимых видеороликов понимают их лучше, чем друзья**<sup>2</sup>

### СООБЩЕСТВА, КОТОРЫЕ СТРОЯТСЯ НА ВЗАИМОДЕЙСТВИИ



Поскольку авторы видеоконтента налаживают более тесное взаимодействие с поклонниками, им удастся собрать более активные аудитории. В сравнении с видеоклипами знаменитостей из традиционного шоу-бизнеса ролики 25 самых популярных авторов на YouTube получают:<sup>3</sup>



**в 3 раза больше**

просмотров



... и

**в 2 раза больше**

взаимодействий,



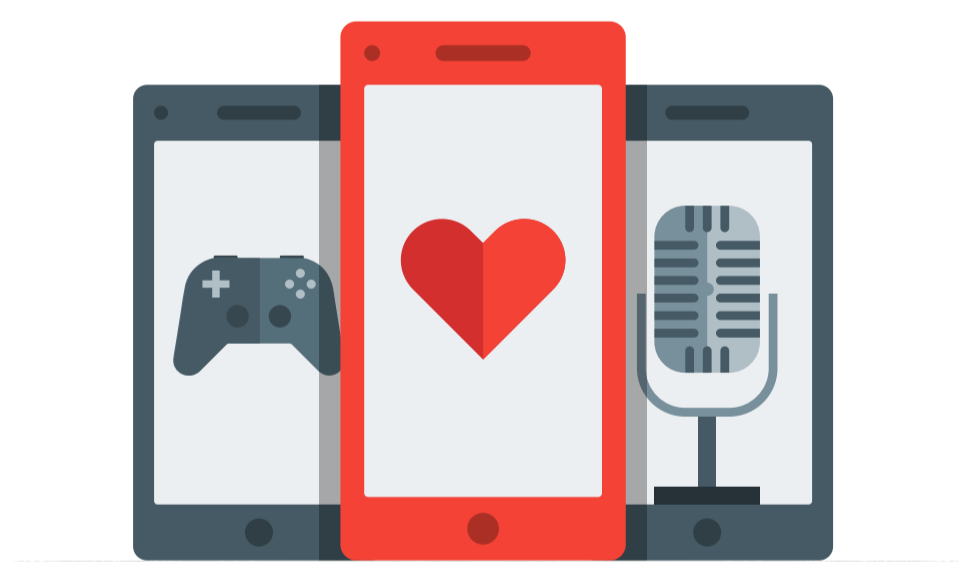
... в том числе

**в 2 раза больше**

комментариев.

### ВЛИЯНИЕ НА КУЛЬТУРУ И ВОСПРИЯТИЕ БРЕНДОВ

Авторы контента определяют дух времени, вводят новые тенденции и способствуют развитию культуры.



Молодежь считает, что звезды YouTube **влиять на моду** больше любых других знаменитостей.<sup>4</sup>



**7 in 10**

подписчиков YouTube считают, что авторы **видеоконтента влияют на развитие культуры**<sup>5</sup>



**6 in 10**

подписчиков YouTube **при выборе товаров** охотнее прислушаются к совету любимого автора видеороликов, а не звезды телеэкрана<sup>6</sup>

### КАК ОЦЕНИТЬ ВЛИЯНИЕ АВТОРОВ КОНТЕНТА

Чтобы убедиться в популярности авторов контента, достаточно подписаться на каналы таких представителей сообщества YouTube, как Кейси Найстат (Casey Neistat), Лилли Сингх (Lilly Singh), Ретт и Линк (Rhett & Link), Ханна Харт (Hannah Hart) или Грейс Хелбиг (Grace Helbig).

#### ИСТОЧНИКИ

- Ipsos Connect по заказу Google, The YouTube Generation Study ("Исследование поколения YouTube"), США, ноябрь 2015 г. (подростки-подписчики YouTube, считающие, что "авторы видеоконтента больше похожи на обычных людей", n=433).
- Ipsos Connect по заказу Google, The YouTube Generation Study ("Исследование поколения YouTube"), США, ноябрь 2015 г. (подписчики авторских каналов YouTube в возрасте 18–34 лет, n=268).
- Google совместно с Visible Measures, The New Influencers: How Fans Interact with Celebrity Video Online ("Новые игроки: как зрители взаимодействуют с видеороликами известных авторов"), США, февраль 2016 г.
- Google совместно с Nielsen, The Influence of YouTube Creators Study ("Исследование: авторы контента YouTube и их влияние на аудиторию"), США, февраль 2016 г.
- Ipsos Connect по заказу Google, The YouTube Generation Study ("Исследование поколения YouTube"), США, ноябрь 2015 г. (подписчики авторских каналов YouTube в возрасте 18–49 лет, n=352).
- Ipsos Connect по заказу Google, The YouTube Generation Study ("Исследование поколения YouTube"), США, ноябрь 2015 г. (подписчики авторских каналов YouTube в возрасте 13–64 лет, n=654).