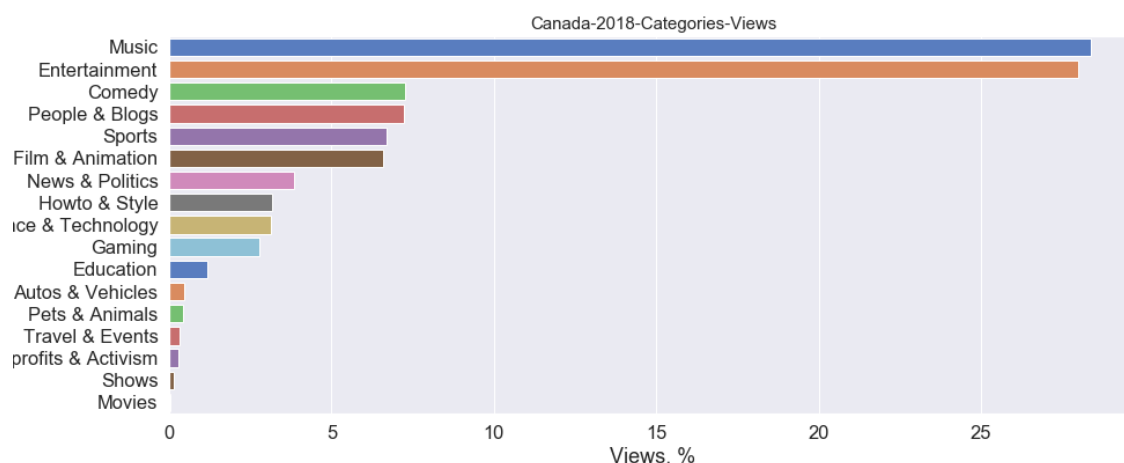
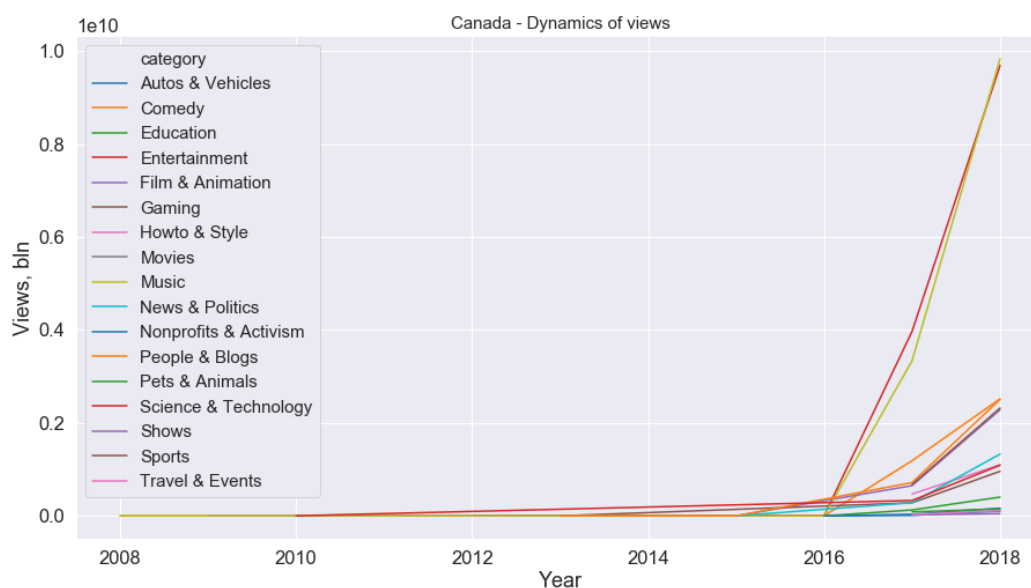


Отчет по анализу данных статистики просмотров размещенного контента на сервисе Youtube в разрезе представленных стран.

Связь между страной и популярными категориями видео.

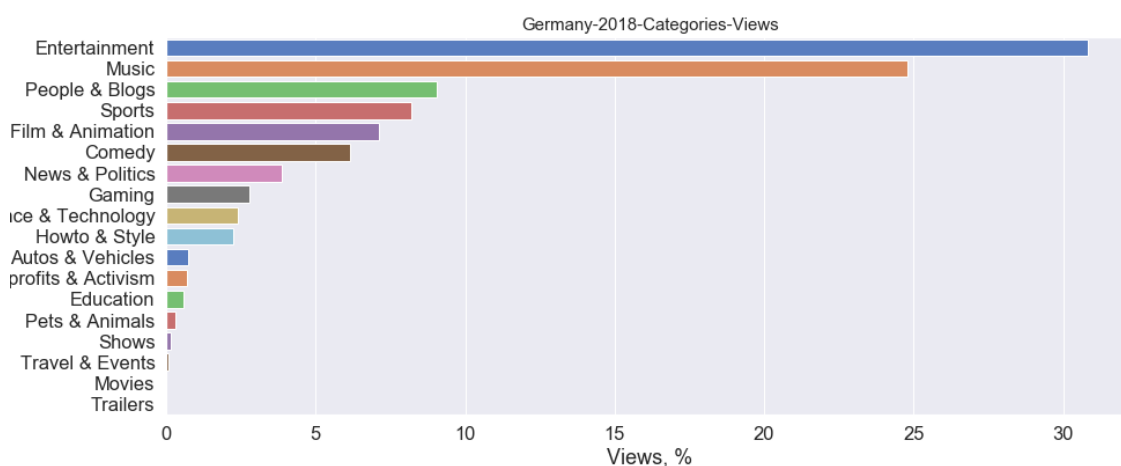
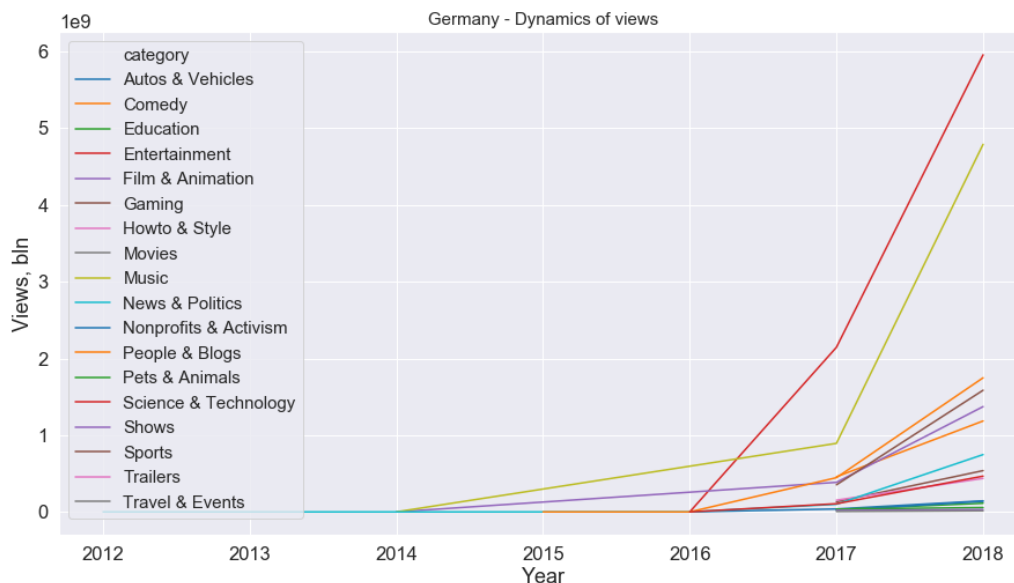
Так как данные по категориям размещенных видео собраны за разные временные периоды, то для начала отобразим динамику просмотров (популярности) по годам для представленных стран. А также для корректного сравнения популярности категорий выведем статистику за 2018 год (он является последним в собранных данных и наиболее содержательным).

Канада:



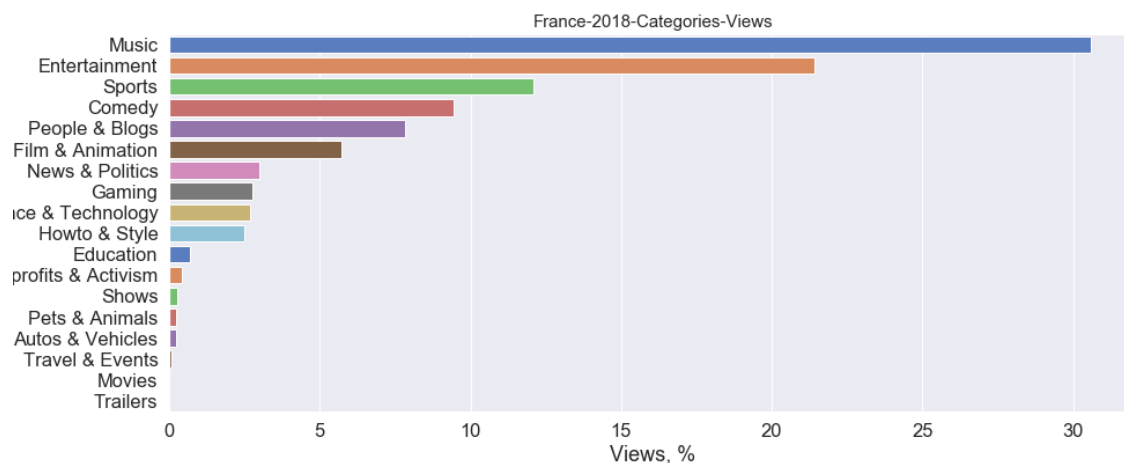
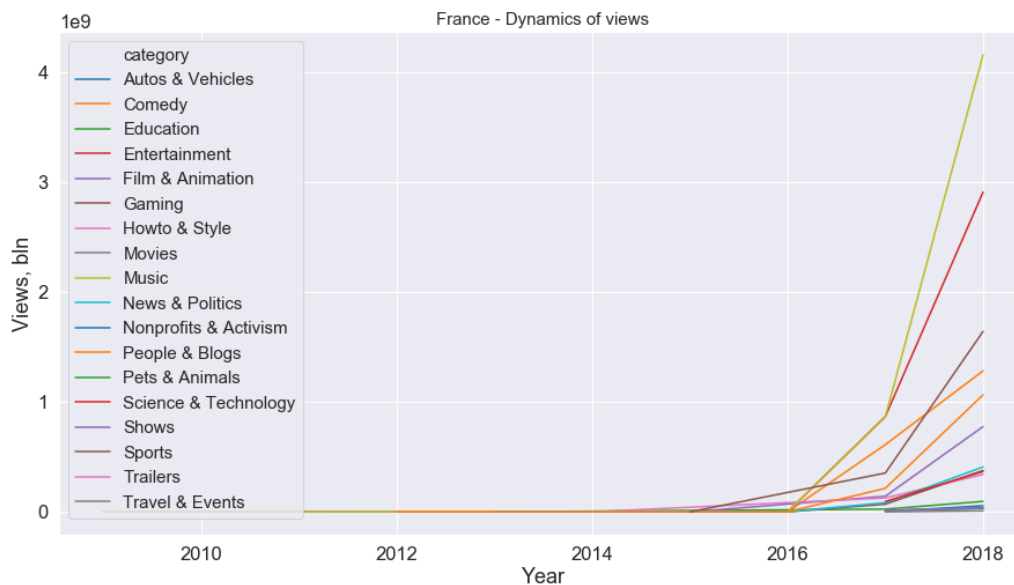
С 2017 года резкий рост популярности категорий “Music” и “Entertainment” и более плавный рост популярности остальных категорий. В общем и целом на первых трех позициях, включая Comedy, находится развлекательный контент. Образовательный контент (Education) находится далеко внизу, на 11-й позиции, уступая Gaming, что, так или иначе, «подсвечивает» приоритеты аудитории.

Германия:



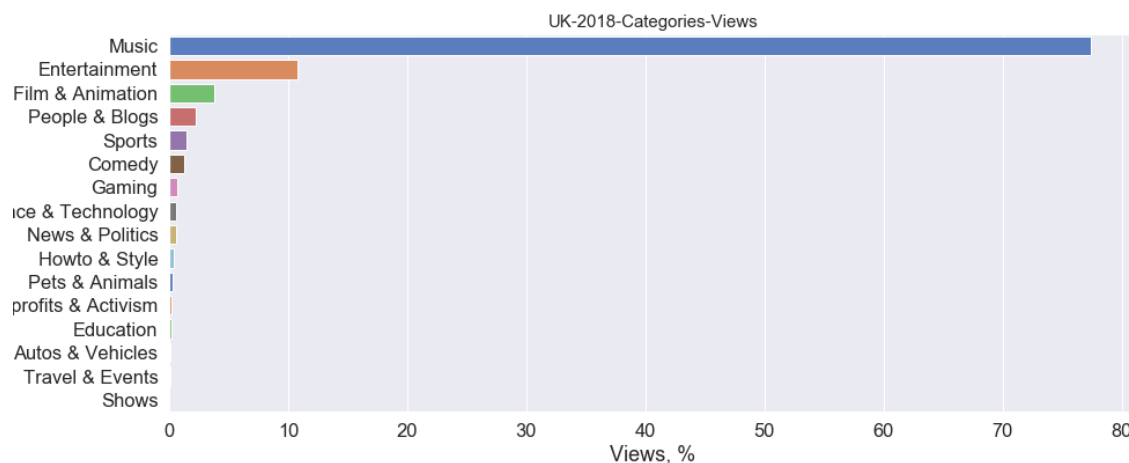
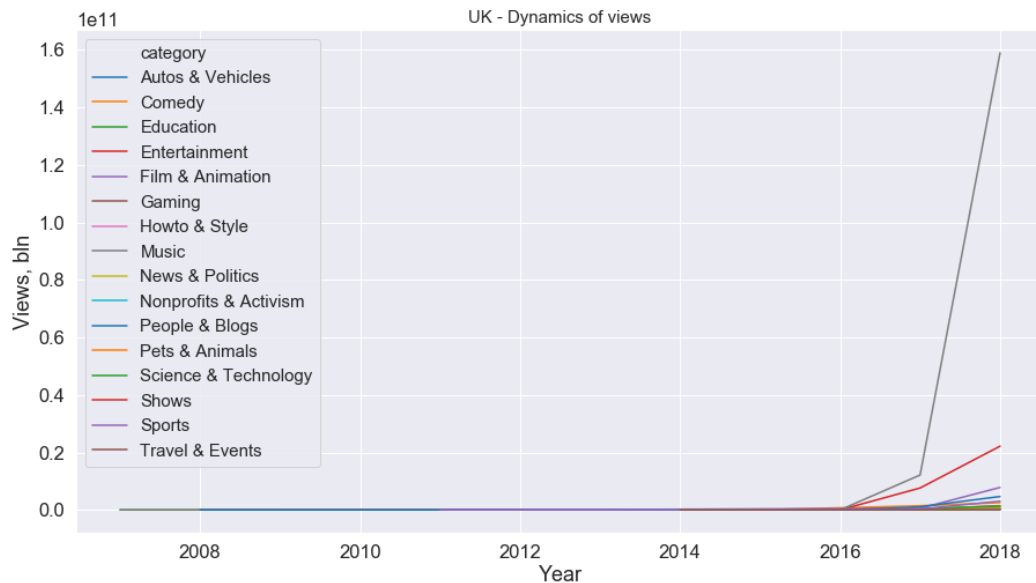
Также с 2017 года резкий рост популярности категорий “Music” и “Entertainment” и более плавный рост популярности остальных категорий. Снова более половины просмотров занимает развлекательный контент. В отличие от Канады People & Blogs вместе со Sports вытеснили Comedy. Но также образование находится далеко не в приоритете.

Франция:



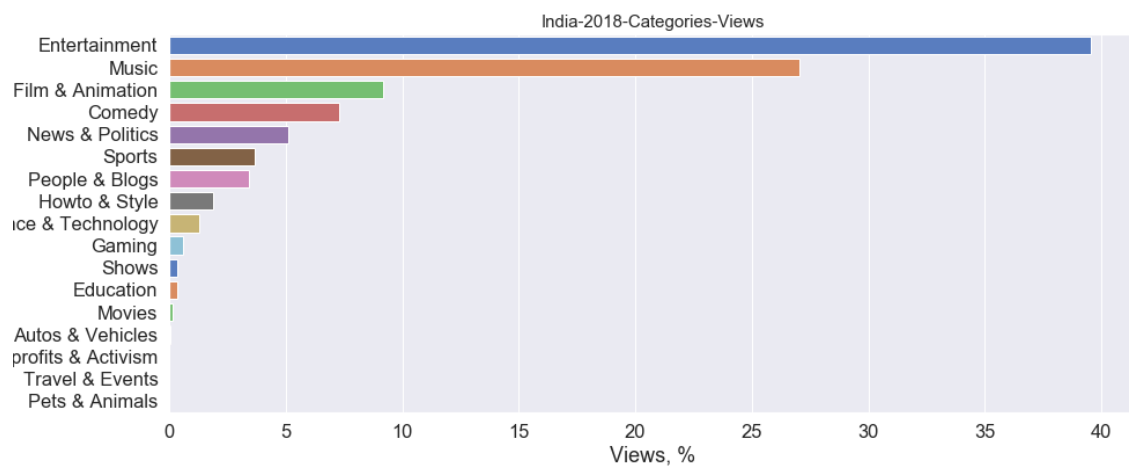
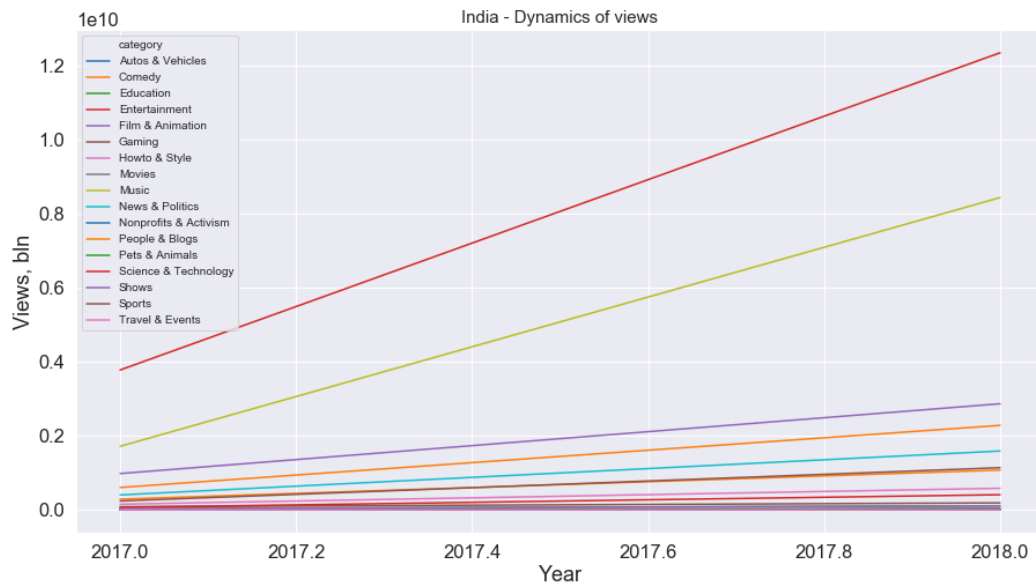
С 2017 года резкий рост популярности категорий “Music” и “Entertainment” и более плавный рост популярности остальных категорий. Спорт занимает третью позицию. Образование также не в приоритете.

Британия:



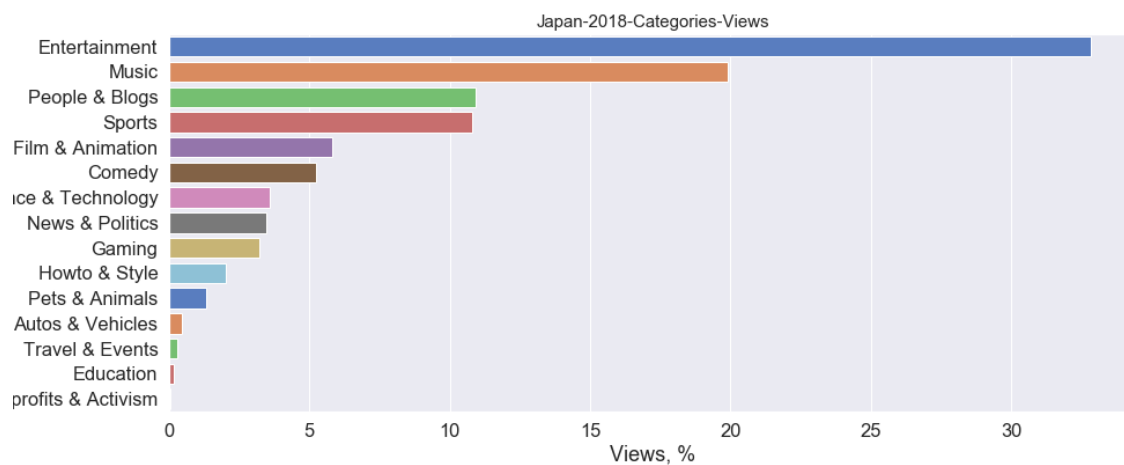
С 2017 очень сильный скачек популярности музыкальной категорий. За 2018 год первые две позиции развлекательного контента занимают около 90% всех просмотров британской аудитории. Как ни странно спорт находится на 5-ой позиции. Хотя британцы считаются одной из азартнейших наций, где спортивные тотализаторы довольно популярны.

Индия:



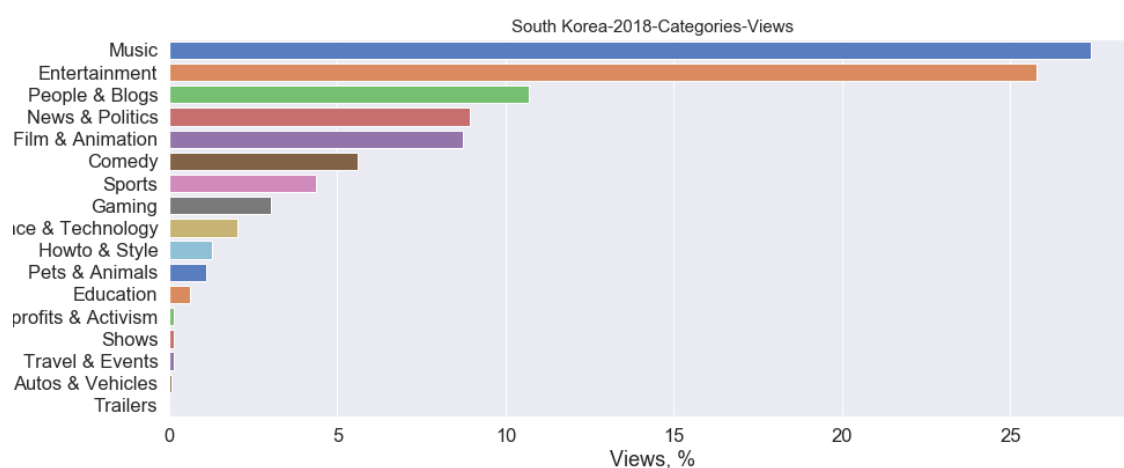
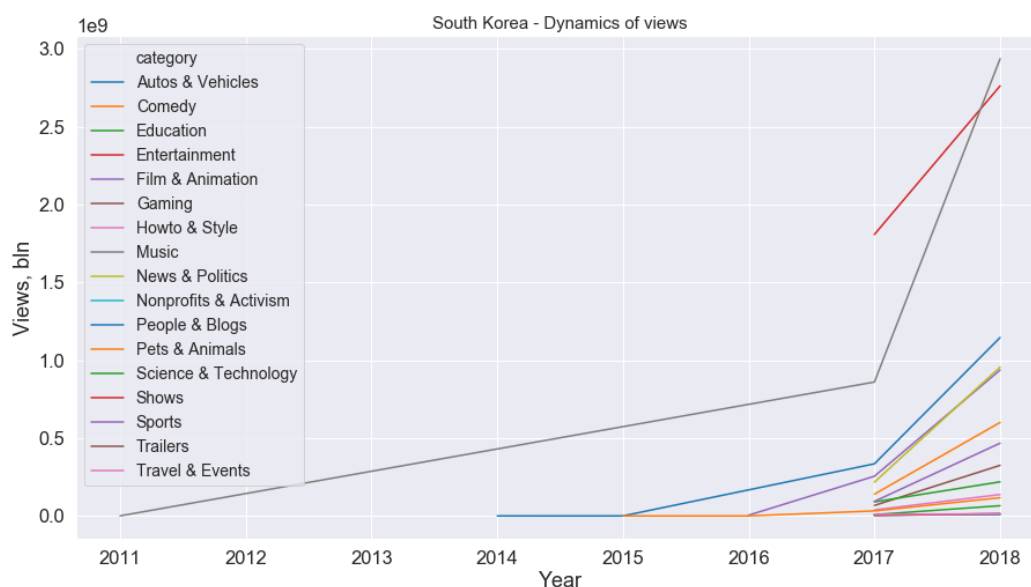
Для этой страны не так много статистики было собрано. Из того, что имеем снова “Music” и “Entertainment” имеют наибольшую скорость роста популярности. Третью и четвертую строчки занимает кинематограф. Популярность «Болливуда» имеет свое влияние. Gaming и Education практически равны по популярности.

Япония:



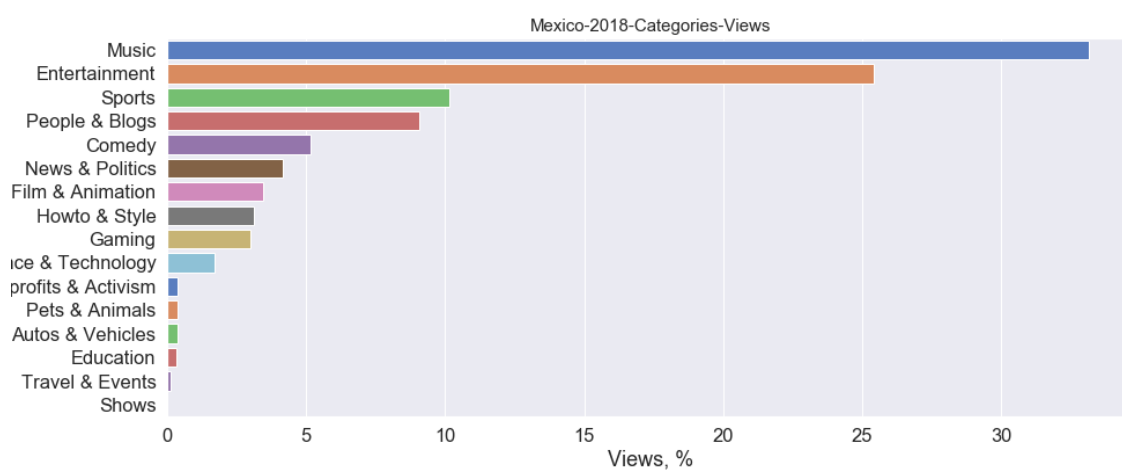
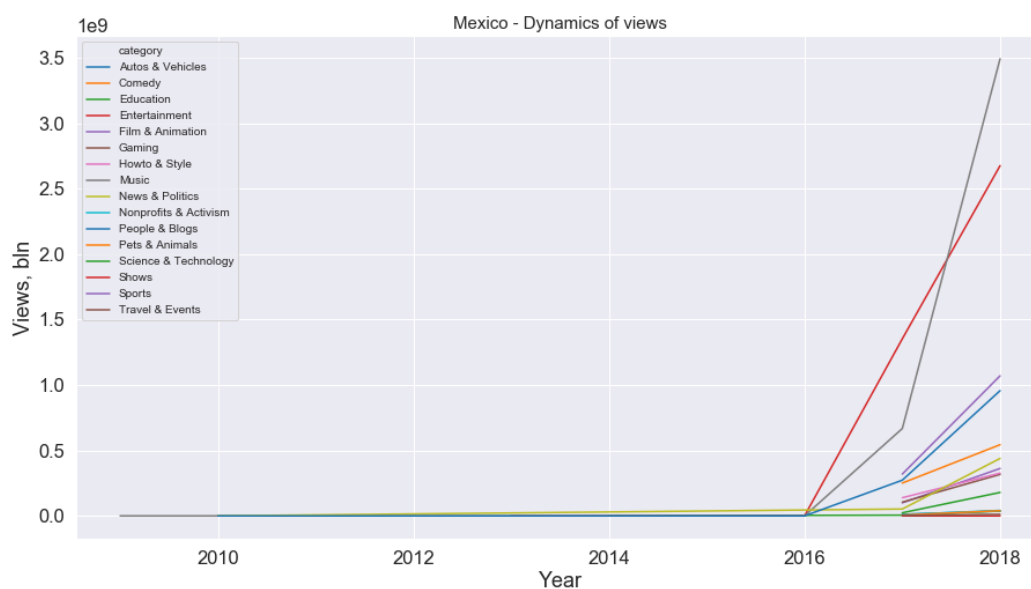
Для Японии имеем практически все данные за 2018 год. Картина приблизительно такая же, как и в просмотренных странах. Развлекательный контент преобладает.

Южная Корея:



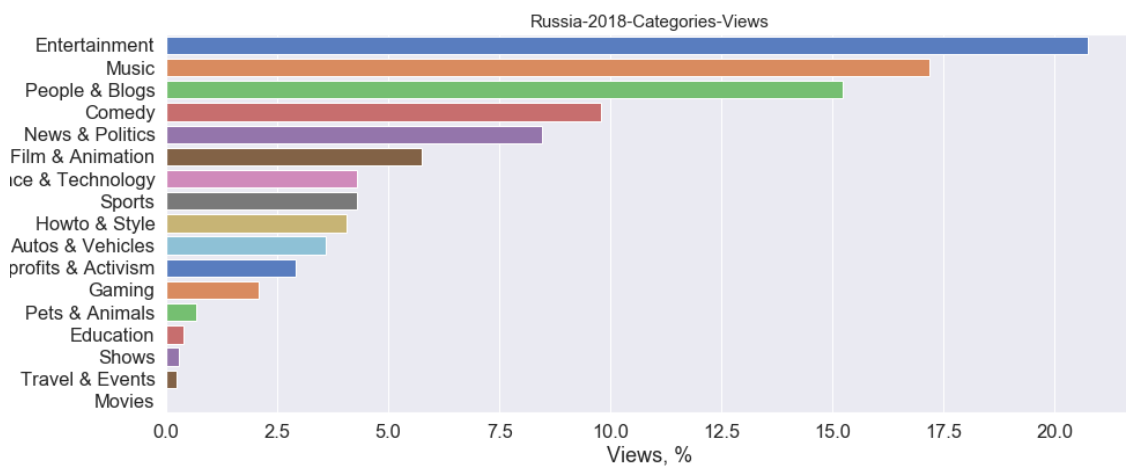
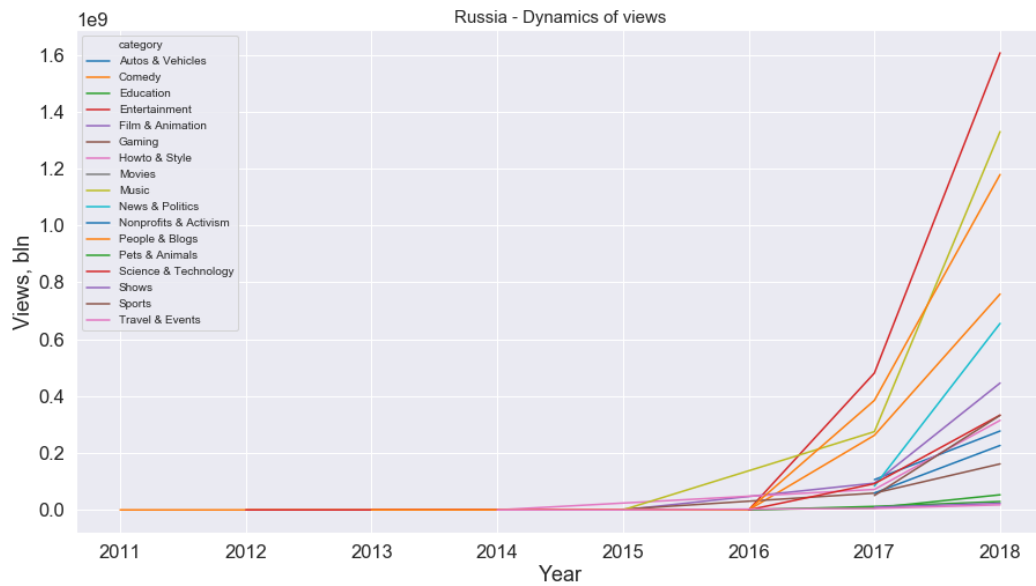
С 2017 года, как и везде, резкий рост популярности категорий “Music” и “Entertainment” и более плавный рост популярности остальных категорий. Спорт занимает седьмую позицию, уступая в два раза в популярности Новостям и Политике, Людям и Блогам. Образование также не в приоритете.

Мексика:



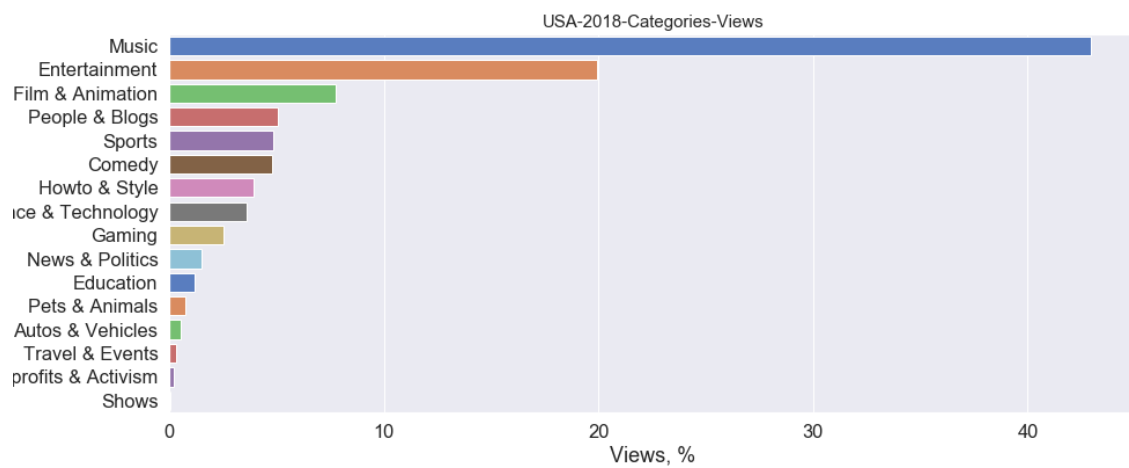
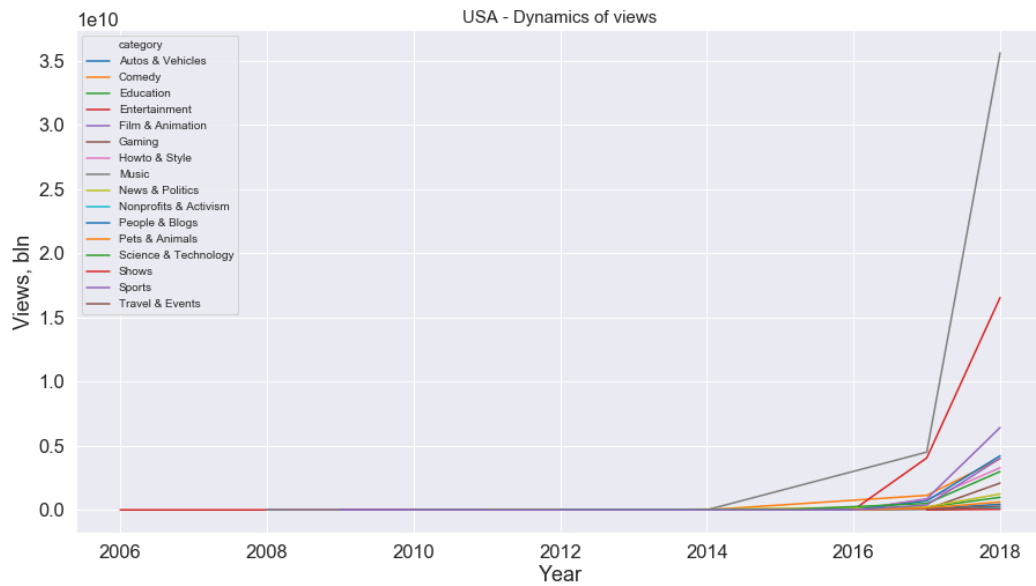
Картина не сильно отличается от просмотренных стран. Одни и те же тенденции.

Россия:



В России имеем более равномерный рост популярности по всем категориям. Развлекательный контент продолжает находиться на первых двух строчках, но уже занимает менее половины всех просмотров. Люди и Блоги приближаются по популярности к музыке. Новости и политика обладают большей популярностью, чем в других странах. Данное наблюдение можно объяснить напряженной политической атмосферой вокруг России в мире и пропагандой внутри самой страны.

США:



В США имеем уже знакомое распределение популярности по категориям.

Всего имеем 17 различных категорий.

Категории Music и Entertainment делят между собой первые два места во всех странах, они вместе занимают более половины просмотров. Очень сильно выделяется британская аудитория по просмотрам музыкальной категории.

Отвечая на вопрос: «Правда ли, что индусы и немцы смотрят одно и то же?», можно сказать, что отличия все-таки есть. Индусы имеют на 3 и 4 местах категории Film&Animation и Comedy, а немцы соответственно People & Blogs и Sports. Это, скорее всего, можно объяснить тем, что в Индии развит и популярен Индийский кинематограф, а спорт не сильно выделяется, по сравнению с Германией.

В общем и целом по миру люди тяготеют к развлечениям, а не к знаниям, что не может не огорчать.