

Известный инсайдер Том Хендерсон рассказал, как сотрудники YouTube сливают информацию о предстоящих анонсах

Согласно материалу 404 Media, которая якобы получила внутреннюю базу данных Google, отслеживающую шесть лет потенциальных проблем с конфиденциальностью и безопасностью, один из сотрудников был ответственен за несколько утечек анонсов Nintendo в прошлом.

Но журналист, и надежный инсайдер, пошел еще дальше и раскрыл информацию о внутренних расследованиях, которые YouTube проводил в связи с утечками контента. По его словам, за последние 18 месяцев на платформе произошло несколько подобных инцидентов, виновниками которых стали сотрудники сервиса.

Первое расследование произошло в конце 2022 года. Причина? Серия роликов "Try Not To Laugh" от популярного создателя контента KSI. В те времена KSI еженедельно выпускал на YouTube серию видео, в которой, если он смеялся, то выводил на экран подарочную карту Amazon, которую мог активировать один из зрителей. Сначала он начал со 100 долларов за подарочную карту и постепенно поднимал цену с каждым видео. В финальном видео серии KSI пообещал тысячу долларов за смех. Однако позже выяснилось, что коды уже были активированы до публикации видео.

Скандал привел к тому, что KSI и его команда подали в суд на YouTube, в результате чего Google провела внутреннее расследование. По словам источников Хендерсона, пожелавших остаться неизвестными, поскольку они не имеют права рассказывать о внутренних процессах компании, расследование привело к увольнению нескольких человек, даже тех, кто не был посвящен в скандал.

Второй случай утечки, о котором рассказал Хендерсон, был связан с трейлером GTA VI. Детали этого инцидента не разглашаются, поэтому неясно, был ли он напрямую связан с игрой Rockstar.

Недавняя утечка презентации State of Play от Sony наглядно продемонстрировала, что проблема утечек на YouTube не решена. Менее чем через сутки после загрузки видео на платформу Хендерсон получил от четырех разных людей полный список игр, представленных в презентации.

Один из источников сообщил, что этот список был продан за трехзначную сумму, а покупатель информации попросил распространить его в сети, чтобы придать утечке больший вес.

Пока неясно, как будет решен этот вопрос. Тем не менее, принятые меры компании явно не работают, а просто не загружать контент на YouTube перед анонсом — это

Известный инсайдер Том Хендерсон рассказал, как сотрудники YouTube сливают информацию о предстоящих анонсах

маркетинговый кошмар для издателей. Например, не очень удобно, если первый взгляд на игру будет в формате 360p из-за некачественной обработки YouTube. Кроме того, есть и другие маркетинговые потребности, например, отправка контента маркетинговым партнерам, создателям контента, СМИ и т. д.