

UNIVERZA V MARIBORU
FAKULTETA ZA ELEKTROTEHNIKO,
RAČUNALNIŠTVO IN INFORMATIKO

Fazira Džinić

**PROMOCIJA GLASBE NA DRUŽBENEM OMREŽJU
YOUTUBE**

Diplomsko delo

Maribor, avgust 2018

UNIVERZA V MARIBORU
FAKULTETA ZA ELEKTROTEHNIKO,
RAČUNALNIŠTVO IN INFORMATIKO

Fazira Džinić

**PROMOCIJA GLASBE NA DRUŽBENEM OMREŽJU
YOUTUBE**

Diplomsko delo

Maribor, avgust 2018

PROMOCIJA GLASBE NA DRUŽBENEM OMREŽJU YOUTUBE

Diplomsko delo

Študentka: Fazira Džinić
Študijski program: Univerzitetni študijski program
Medijske komunikacije
Smer: Vizualna komunikacija
Mentor: izr. prof. dr. Marjan Družovec, univ. dipl. inž. el
Somentorica: doc. dr. Tina Tomažič, univ. dipl. ekon.

ZAHVALA

Zahvaljujem se mentorjema izr. prof. dr. Marjanu Družovcu in doc. dr. Tini Tomažič za vodenje, nasvete in razumevanje pri izdelavi diplomskega dela.

Še posebej se zahvaljujem mami, partnerju in prijateljem za podporo in spodbudo skozi vsa leta študija.

Promocija glasbe na družbenem omrežju YouTube

Ključne besede: YouTube, promocija glasbe, družbeno omrežje, glasbeni posnetek

UDK: [659.1:78]:004.7(043.2)

Povzetek

V diplomskem delu smo raziskovali spletno platformo YouTube in njene osnovne funkcije, ki se uporabljajo za promocijo glasbe. S komparativno in analitično metodo smo primerjali različne vrste glasbenih posnetkov za eno skladbo. Ugotovili smo, da so uradni glasbeni videospoti najbolj gledana vrsta glasbenih posnetkov.

Music promotion on social media YouTube

Key words: YouTube, music promotion, social media, music video

UDK: [659.1:78]:004.7(043.2)

Abstract

In this diploma thesis we researched the web platform YouTube and its basic functions which help regarding music promotion. By using a comparative and analytical method, we compare different types of music videos made for one song, where we come to a conclusion that official music videos are the most watched type of music videos.

KAZALO VSEBINE

| | | |
|-------|--|----|
| 1 | UVOD..... | 1 |
| 2 | DRUŽBENO OMREŽJE YOUTUBE..... | 3 |
| 2.1 | Neregistriran uporabnik..... | 3 |
| 2.2 | Prijavljen uporabnik brez osebnega kanala..... | 4 |
| 2.3 | Prijavljen uporabnik z osebnim kanalom..... | 4 |
| 2.4 | Naročniki..... | 5 |
| 2.5 | Uporaba v promocijske namene..... | 5 |
| 3 | YOUTUBE KANALI..... | 6 |
| 3.1 | Ustvarjanje YouTube kanala..... | 6 |
| 3.2 | Obstoječi YouTube kanali..... | 6 |
| 3.3 | Uradni glasbeni kanali..... | 7 |
| 3.3.1 | Vevo kanal..... | 7 |
| 3.3.2 | Preverjen glasbeni kanal..... | 8 |
| 3.3.3 | Uradni kanal izvajalca..... | 9 |
| 3.4 | Promocijski kanali..... | 11 |
| 3.5 | Ostali glasbeni kanali..... | 12 |
| 3.6 | Uporaba v promocijske namene..... | 13 |
| 4 | NALAGANJE IN OBJAVA POSNETKOV..... | 15 |
| 4.1 | Objavljeni posnetki..... | 16 |
| 4.2 | Daljši glasbeni posnetki..... | 17 |

| | | |
|-------|--|----|
| 4.3 | Seznam predvajanja..... | 19 |
| 4.4 | Ocenjevanje posnetkov | 20 |
| 4.5 | Komentiranje | 20 |
| 4.6 | Deljenje posnetka z ostalimi družbeni mediji..... | 21 |
| 4.7 | Content ID..... | 21 |
| 4.8 | Uporaba v promocijske namene..... | 22 |
| 5 | PRIMERJAVA GLASBENIH POSNETKOV | 24 |
| 5.1 | Različne vrste glasbenih posnetkov z enako vsebino | 24 |
| 5.1.1 | Avdio posnetki | 27 |
| 5.1.2 | Rezultati..... | 28 |
| 6 | SKLEP..... | 30 |
| | VIRI..... | 32 |

KAZALO SLIK

| | |
|---|----|
| Slika 2.1: Zaslonski posnetek naročenega uporabnika in vklopljenega zvonca [2]..... | 5 |
| Slika 3.1: Zaslonski posnetek verifikacijske značke, ki se pojavi ob imena kanala v obliki kljukice [2]..... | 9 |
| Slika 3.2: Zaslonski posnetek simbola note, ki ponazarja uradni kanala izvajalca [2]..... | 10 |
| Slika 4.1: Zaslonski posnetek ikone palca navzgor in število pozitivnih ocen (levo), ter ikona palca navzdol in število negativnih ocen [2]..... | 20 |
| Slika 4.2: Zaslonski posnetek prejetega zahtevka za Content ID [2]. | 22 |

KAZALO TABEL

| | |
|--|----|
| Tabela 3.1: Primeri promocijskih kanalov in njihovih naročnikov [2]. | 12 |
| Tabela 3.2: Primer ostalih glasbenih kanalov in vsebujočih videov [2]. | 12 |
| Tabela 3.3: Opis vsebine videov iz tabele 3.2 [2]. | 13 |
| Tabela 4.1: Prvih pet pesmi z Billboardove septembrske lestvice in njihovo trajanje [4]. | 15 |
| Tabela 4.2: Časovna analiza kratkega filma "Fairy Dust" [2]. | 18 |
| Tabela 5.1: Rezultati zadetkov glasbenih posnetkov [2][25]. | 24 |
| Tabela 5.2: Število videov za posamezno skladbo iz tabele 5.1 [Vir: Lasten vir]. | 26 |
| Tabela 5.3: Posodobljeni podatki tabele 5.2 [Vir: Lasten vir]. | 26 |
| Tabela 5.4: Število ogledov in datumi objave glasbenih videospotov in avdio posnetkov [2]. | 27 |

1 UVOD

Z glasbo se danes srečamo skoraj povsod. Včasih sta bila radio in televizija glavna faktorja za promocijo glasbe. Danes ju še zmeraj uporabljamo in še zmeraj je ena izmed njenih vlog promocija glasbe. Z vstopom spletnih družbenih medijev v naše življenje so največji del promocije prevzeli le-ti. S platformo YouTube je glasbena industrija razcvetela. Z ogromno dnevnimi ogledi je to eno izmed najboljših mest za promocijo skladb.

Cilj diplomskega dela je:

- Spoznati osnovne funkcije YouTubea
- Raziskati, kako te funkcije pripomorejo k promociji glasbe
- Raziskati vrsto kanalov na platformi
- Raziskati vrste videoposnetkov
- Raziskati, kakšni glasbeni posnetki so najbolj gledani

YouTube je spletno mesto za izmenjavo videoposnetkov, zato je bil preučevan video način promoviranja glasbe. Ker danes tuji izvajalci ponujajo večji izbor glasbenih posnetkov, je bila preučevana glasba tujih izvajalcev. Osnovne funkcije smo določili sami. Poiskali smo različne vrste glasbenih videoposnetkov za določeno število skladb, jih analizirali in na podlagi rezultatov prišli do informacije, kateri glasbeni posnetki so najbolj ogledani.

Teza diplomskega dela je, da so uradni glasbeni videospoti najbolj gledani glasbeni posnetki na YouTubeu. Ob pregledu različnih videospotov smo glede na raznolikost le-teh postavili raziskovalna vprašanja:

- Ali obstajajo kakšne izjeme, kjer glasbeni videospoti niso najbolj gledani glasbeni posnetki?
- Ali YouTube ogledi pomenijo, da je ena vrsta glasbenega posnetka bolj gledana od drugega, ne glede na to ali gre za isto skladbo?

Pri diplomskem delu smo se srečali z lastniško omejitvijo. Lastniki YouTube kanalov imajo bolj natančen statistični pregled objavljenih posnetkov, a smo kot gledalci omejeni le na število ogledov, ocene in datum objave. Problem se je pojavil tudi pri iskanju virov. Zaradi regije, iz katere dostopamo, dostop do spletnih družbenih medijev, ki so primerljivi z YouTubom, ni bil mogoč.

YouTube ponuja veliko video možnosti. Zaradi prevelikega nabora le-teh smo diplomsko delo omejili na osnovne funkcije YouTubea, ki so ustvarjanje kanala, nalaganje posnetkov, komentiranje posnetkov, ocenjevanje posnetkov, uporaba in ustvarjanje seznamov predvajanja ter deljenje posnetkov z ostalimi družbenimi mediji. Prav tako smo zaradi prevelike obširnosti omejili delo na računalniško oz. namizno verzijo in izpustili mobilne platforme Android in iOS.

V diplomskem delu srečamo šest poglavij. Ob koncu vsakega poglavja je opisano, kako lahko raziskano pripomore k promociji glasbe. Po uvodnem poglavju sledi drugo poglavje, kjer s pomočjo deskriptivne metode (študija literature) opišemo začetke spletne strani YouTube, raziščemo različne uporabniške dostope do platforme in opišemo naročevanje na kanale. V tretjem poglavju opišemo ustvarjanje kanala in raziščemo različne vrste kanalov, ki se lahko uporabijo v promocijske namene glasbe. V četrtem poglavju raziščemo posnetke, sankcije pri objavi tujega gradiva in ostale YouTubeove funkcije. Omenjene funkcije so sezname predvajanja, ocenjevanje posnetkov in komentiranje posnetkov. V petem poglavju s komparativno in analitično metodo primerjamo različne glasbene posnetke desetih skladb in pridemo do ugotovitev, kateri glasbeni posnetki so najbolj gledani. V zadnjem poglavju povzamemo rezultate, jih ovrednotimo in podamo napotke za nadaljnje delo.

2 DRUŽBENO OMREŽJE YOUTUBE

YouTube je spletno družbeno mesto, kjer si lahko uporabniki izmenjujejo videoposnetke, komentarje in ocene [28]. Njegovi začetki segajo nazaj do 14. februarja 2005, ko je domena YouTube.com tudi registrirana. Tri mesece po tem, natančneje meseca maja 2005, je beta verzija spletnega mesta dostopna za uporabo. S takratnimi osmimi milijoni video ogledov dnevno je YouTube meseca decembra 2005 uradno zagnan. Julija 2006 YouTube doseže 100 milijonov ogledov in 65.000 video objav dnevno. YouTubov potencial je opazil Google in ga istega leta oktobra tudi kupil [1]. Danes je YouTube eden izmed najbolj obiskanih spletnih mest na spletu s petimi milijardami ogledov dnevno in 300 ur video vsebine, naložene vsako minuto [35].

Do platforme YouTube dostopamo kot neprijavljen uporabnik, prijavljen uporabnik ali kot prijavljen uporabnik s svojim kanalom. Vsak način dostopa ima svojo omejitev. Kolikor je razvidno ima prijavljen uporabnik, ki si lasti svoj kanal, najmanj omejitev v primerjavi z ostalima dvema načinoma dostopa [2]. Posamezne uporabnike smo razložili v nadaljevanju.

2.1 Neregistriran uporabnik

Neregistrirani (ali neprijavljeni) uporabniki na platformi YouTube so omejeni le na ogled posnetkov, deljenje posnetkov z ostalimi spletnimi mediji in brskanje po obstoječih kanalih. Glasbenih posnetkov neregistrirani uporabniki ne morejo oceniti, jih komentirati, naložiti in/ali shraniti v seznam predvajanja. Lahko pa si ogledajo YouTubove samodejno ustvarjene sezname predvajanja ali sezname, ki so jih ustvarili drugi kanali [2].

2.2 Prijavljen uporabnik brez osebnega kanala

Prijavljeni uporabniki brez osebnega kanala imajo enake možnosti kot neprijavljeni uporabniki, možnost ocenjevanja posnetkov in možnost naročitve na kanal. Za uporabo ostalih osnovnih funkcij, kot so nalaganje posnetkov, komentiranje, ustvarjanje in shranjevanje posnetkov v poljubne sezname predvajanja, mora biti uporabnik prijavljen na YouTube in imeti svoj kanal.

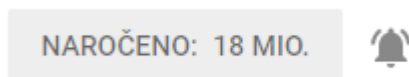
Pri registraciji na platformi YouTube je potreben Google račun oz. elektronska pošta Gmail. V starejših verzijah YouTube je bila možna prijava z uporabniškim imenom, kar pa je bilo maja 2009 ukinjeno. V primeru prijave v kanal po tem datumu je bilo potrebno vpisati pripadajoči elektronski naslov uporabniškega imena. Če kanal ni pripadal Google računu, je bilo obvezno prenesti vse posnetke in pripadajoče podatke na Google račun. Ta opcija je še danes mogoča. Račun, ki ni povezan z Google računom, je potrebno povezati z Google računom. Gmail račun postane glavni račun, s katerim se uporabnik prijavi na YouTube. Starejši račun, ki ni povezan z Googlom, se upošteva kot podračun, s katerim se več ni mogoče prijaviti na YouTube platformo. V primeru pozabljenega gesla starejšega računa se le-tega ne more pridobiti ali obnoviti [3]. V takšnem primeru dostop do željenega računa več ni možen.

2.3 Prijavljen uporabnik z osebnim kanalom

Uporabniki z osebnim kanalom imajo večji spekter funkcij kot ostali uporabniki. Poleg dostopa do prej omenjenih osnovnih funkcij platforme imajo tudi zelo natančen analitični pregled nad svojimi objavljenimi posnetki.

2.4 Naročniki

Preko števila naročnikov na YouTube kanalu lastnik kanala vidi, koliko ljudi spremlja njegove objave [18]. Ko se uporabnik naroči na kanal (slika 2.1), pomeni, da želi biti obveščen ob objavi nove vsebine. Ob vklopu ikone zvonca je uporabnik obveščen o vseh novih vsebinah. Ko je uporabnik samo naročen, pa le občasno dobiva obvestila o kanalu. Naročniki lahko tudi vidijo nedavno objavljeno vsebino v glavnem meniju pod povezavo »Naročnine« [19].



Slika 2.1: Zaslonski posnetek naročenega uporabnika in vklopljenega zvonca [2].

2.5 Uporaba v promocijske namene

Kot uporabniku, ki posnetke samo gleda, je priporočena prijava in ustvaritev lastnega kanala na YouTube platformi. Z izvedbo tega se odprejo dodatne funkcije, ki poenostavijo iskanje in poslušanje glasbe. Lastno ustvarjeni sezname predvajanja pripomorejo k organizaciji skladb, naročniška obvestila pa pripomorejo k lažjemu iskanju novega materiala za poslušanje. Lastniki glasbenih kanalov objavljajo tudi različne neglasbene posnetke, ki so lahko vezani na njihovo glasbo. Primer so posnetki, kjer izvajalci komentirajo skladbe s svojih albumov. Takšni posnetki znajo pritegniti uporabnika k naročitvi na kanal. Več, kot je naročnikov, več ogledov lahko dobi posamezna objavljena vsebina. Število ogledov lastnikom kanalov nudi najboljše informacije o številu dostopov do objavljene vsebine. Vsak dostop uporabnika na vsebino je všteti v številu ogledov, zato lastniki kanalov včasih v ospredje postavijo število ogledov, saj jim le-ta informacija prikaže, koliko ljudi je dosegla objavljena vsebina.

3 YOUTUBE KANALI

Dokler si uporabnik ne ustvari kanala, je za ostale YouTube uporabnike neviden. Osebni kanal predstavlja domačo spletno stran izvajalca in je na voljo vsem registriranim uporabnikom [37].

3.1 Ustvarjanje YouTube kanala

Ustvarjanje kanala je relativno enostavno. Že ob samem dejanju, ki ga lahko samo uporabnik s kanalom izvede, sporoči, da se z zaključkom dejanja (tj. nalaganja posnetka, komentiranja, ustvarjanja seznama predvajanja ipd.) ustvari kanal in se strinja z YouTubovimi pogoji storitve [2].

3.2 Obstoječi YouTube kanali

Na YouTubeu obstaja veliko število glasbenih kanalov. Za potrebe diplomske naloge smo v nadaljevanju predstavili naslednje kanale:

- Uradni glasbeni kanali – so kanali, ki si jih lastijo glasbeni izvajalci in kanali, ki so overjeni s strani YouTubea
- Promocijski glasbeni kanali – so overjeni kanali, ki vsebujejo svoje videe, a glasba pripada drugim, različnim izvajalcem. Takšni kanali lahko vsebujejo enega ali več glasbenih žanrov
- Ostali glasbeni kanali – so uradni neglasbeni kanali, kjer najdemo glasbo, uporabljeno v promocijske namene [2]. Primeri takšnih videoposnetkov so filmski napovedniki, pogovorne oddaje, kjer izvajalci nastopijo v živo, posnetki igranja iger ipd.

3.3 Uradni glasbeni kanali

Na YouTubu zasledimo več kanalov enakih izvajalcev. Uradni kanali so tisti kanali, za katere se lahko trdi, da niso kopija izvirnih kanalov. Včasih je potreben le pogled na kanal in se relativno hitro določi, ali je kanal verodostojen. Ponekod pa ni tako. Da uporabniku ni potrebno pregledati stotine kanalov, ki se pojavijo ob iskanju določenega posnetka, je YouTube uvedel preverjanje oz. overjanje kanalov. Uporabnik overjene kanale prepozna preko ikon, ki se pojavijo ob imenu kanala [29].

Overjeni kanali so zaželeni, ker z njimi uporabnik pri dostopu kanala dobi občutek kredibilnosti. Pri ostalih, nepreverjenih kanalih, ni nujno, da ne vsebujejo pristne vsebine. Ob srečanju s situacijo, kjer uporabnik išče določeno skladbo in najde dva posnetka, ki sta na videz enaka, le da ima eden izmed posnetkov overjen kanal, drugi pa ne, se bo uporabnik najverjetneje odločil za posnetek z overjenim kanalom. Na YouTubu zasledimo še en način, ki ponazarja občutek kredibilnosti. Ta način je Vevo kanal.

3.3.1 Vevo kanal

Vevo ni samo del YouTubea, ampak je spletna stran, ki vsebuje glasbeno vsebino. Vsebinsko, kot so videospoti, intervjuji, nastopi v živo in še več [8]. Čeprav omenjena spletna stran ni dostopna v Sloveniji, je del njene vsebine dostopen na njihovem lastnem YouTube kanalu, ki ima trenutno čez 17 milijonov naročnikov [10]. Z napisom »Vevo« na YouTube posnetku ali kanalu uporabnik dobi občutek pristnosti. Napis se zasledi na glasbenih posnetkih znanih izvajalcev, kot so npr. Beyonce, Eminem, Justin Bieber ipd. [2] Vevo vodijo tri velike glasbene založbe in Google. Te založbe so Universal Music Group, Sony Music Entertainment in Abu Dhabi Media. Vevo kanale upravlja Vevo in ne izvajalci, za katere so bili kanali ustvarjeni, čeprav so lastniki posnetkov. Dostopa do Vevo kanala izvajalci nimajo [9].

Da izvajalec pridobi Vevo YouTube kanal, se mora prijaviti preko spletne strani Vydia¹. Vydia deluje neposredno z Vevom in ima orodja, ki pripomorejo k večji prepoznavnosti izvajalcev. Ni pomembno, ali ima izvajalec podpisano pogodbo z enim izmed zgoraj omenjenih založb ali ne. Po izpolnjeni aplikaciji za Vevo se z njihove strani pregleda ustreznost glasbenih posnetkov na izvajalčevem uradnem YouTube kanalu. Na podlagi teh in ostalih kriterijev je odločeno, ali je uporabnik kvalificiran za Vevo kanal [9].

Ko izvajalec na svoj kanal (ki ni Vevo) naloži glasbeni posnetek, lahko Vydia posnetek prenese na Vevo kanal [31]. Za primer se lahko uporabi glasbena skupina »Walking On Cars«. Če to skupino vnesemo v YouTube iskalnik, bo kot rezultat prikazalo njihov Vevo kanal in lastni kanal. Glasbena skupina se je aplicirala za Vevo kanal in bila uspešna pri doseganju njihovih kriterijev. Lastni kanal ne vsebuje enakih posnetkov, kot Vevo kanal. Vedno, ko glasbena skupina »Walking On Cars« objavi video na svojem lastnem kanalu, bo ta video pregledal Vevo in ga v primeru doseganja kriterijev prenesel na Vevo kanal glasbene skupine. Tudi morebitni ogledi, ocene in ostali podatki videa se prenesejo na Vevo kanal skupine [31].

3.3.2 Preverjen glasbeni kanal

Simbol kljukice oz. verifikacijska značka (slika 3.1) ob imenu kanala pomeni, da je bil kanal preverjen glede pristnosti. Da kanal pridobi verifikacijsko značko, mora imeti najmanj 100.000 naročnikov [13]. Omenjen kanal je lahko tudi Vevo kanal [29]. Ko je število naročnikov doseženo, je kanal samodejno v čakalni listi za preverjanje kanalov. Sledijo še druge zahteve, ki jih mora imeti kanal izpolnjene. Poleg 100.000 naročnikov kanal:

- Ne sme imeti opozoril ali opominov o objavljanju avtorsko zaščitene vsebine
- Mora imeti več kot 1000 naročnikov na Google+ družbenem mediju
- Mora vsebovati povezavo do osebne spletne strani

¹ Spletno stran najdemo na naslednji povezavi: <https://vydia.com/>

- Mora imeti na kanalu povezave do osebnih računov ostalih družbenih medijev (Facebook, Instagram, Twitter, Google+, ipd.) [29]

Verifikacijska značka ne odpre dodatnih funkcij na YouTubeu. Ko kanal pridobi značko, je ne izgubi tudi, če število naročnikov pade pod 100.000. Samo v primeru kršenja pravil YouTubea lahko pride do preklica verifikacijske značke ali do prekinitve celotnega kanala [13].



Slika 3.1: Zaslonski posnetek verifikacijske značke, ki se pojavi ob imena kanala v obliki kljukice [2].

3.3.3 Uradni kanal izvajalca

Simbol oz. ikono note (slika 3.2) uporabnik najde ob imenu nekaterih glasbenih kanalov. Ikona pomeni »Official Artist Channel« oz. »Uradni Kanal Izvajalca« in prikazuje uradnost kanala [14]. Kadar uporabnik išče določenega izvajalca, lahko naleti na težavo, da ima ta izvajalec več kanalov in vsi delujejo pristno. Če uporabnik želi slediti izvajalcu, ga lahko zmede in ne ve, kateremu kanalu slediti. Nekateri kanali so lahko uradni, drugi ne. YouTube to poenostavi tako, da združi vse uradne kanale enega izvajalca in imenu kanala doda ikono note. Vsi ogledi,

naročniki in ostale statistične informacije so prav tako prenesene. V primeru, da je bil uporabnik naročen na več kanalov določenega izvajalca, se upošteva samo ena naročitev in se ostale izbrišejo [11].



Slika 3.2: Zaslonski posnetek simbola note, ki ponazarja uradni kanala izvajalca [2].

Tudi Vevo kanali se združijo z ostalimi kanali, ki pripadajo izbranemu izvajalcu. Pri združenih kanalih oz. uradnih kanalih izvajalca napisa Vevo ob imenu kanala sicer več ni, a ostane v kotu glasbenih posnetkov. To seveda velja samo za tiste kanale, ki uporabljajo Vevo. Na uradni kanal izvajalca se prenesejo glasbeni posnetki, ogledi, naročniki in ostali statistični podatki z izvajalčevega Vevo kanala, a se Vevo kanal ne izbriše. Do Vevo kanala glasbenih izvajalcev se še vedno lahko dostopa, če uporabnik preko YouTube iskalnika specifično išče izvajalčev Vevo kanal. Po združenju v uradni kanal izvajalca Vevo kanal še vedno vsebuje posnetke izvajalca, a nas ob predvajanju kateregakoli posnetka preusmeri na video uradnega kanala izvajalca. Na Vevo kanal se prav tako ni več mogoče naročiti, če ima izvajalec uradni glasbeni kanal [30].

Da kanal pridobi status uradnega izvajalca, je potrebno doseči kriterij, kjer [14]:

- Mora kanal nositi verifikacijsko značko

- So izvajalci ali managerji tisti, ki kontrolirajo kanal
- Je izvajalec izdal vsaj 1 album in ima naložen vsaj 1 glasbeni video na kanalu

S pridobljenim statusom uradnega izvajalca kanala se uporabnikom poenostavi iskanje posnetkov, saj je vse na enem kanalu [14]. Če izvajalec torej želi doseči (večjo) prepoznavnost svoje glasbe, je dober začetek prijava za Vevo kanal. Prednost in slabost Vevo kanala je, da ga ne kontrolirajo izvajalci. Prednost zato, ker ga kontrolirajo profesionalci promocije in slabost zato, ker ima Vevo kanal več naročnikov, kot uradni kanal izvajalca. Ko izvajalec doseže kriterije za uradni kanal izvajalca, si nazaj pridobi nadzor.

3.4 Promocijski kanali

Promocijski kanali so preverjeni uradni kanali, kjer uporabnik najde glasbo različnih izvajalcev. Takšni kanali lahko temeljijo na specifičnem žanru glasbe ali na glasbi nasploh. V slednjem uporabnik najde glasbo različnih žanrov, kjer jih lastnik kanala po vrsti žanra umesti v pripadajoče sezname predvajanja. Lastniku žanrskih promocijskih kanalov se lahko pojavi skladba, ki jo bi rad naložil, a ker ni določenega žanra, tega ne more storiti brez, da bi se mu porušil sistem. V takšnem primeru si lahko lasti več žanrskih kanalov. Nekaterim lastnikom kanalov se nadzor večjega števila kanalov ne zdi optimalen, zato si naredijo en kanal z več seznamami predvajanja.

Če izvajalec želi, da se glasba naloži na promocijski kanal, jo pošlje lastniku promocijskega kanala. Lastnik promocijskega kanala se odloči, ali bo objavil glasbo na svojem kanalu ali ne. Podatki, kam pošljemo glasbo, se najdejo pod zavihkom »Vizitka« na promocijskem kanalu [2].

Tabela 3.1 prikazuje primere promocijskih kanalov:

Tabela 3.1: Primeri promocijskih kanalov in njihovih naročnikov [2].

| IME KANALA | ŠTEVILO NAROČNIKOV |
|-----------------|--------------------|
| Ultra Music | 14.614.567 |
| Proximity | 7.283.510 |
| xKito Music | 1.887.699 |
| Nightblue music | 637.106 |

Kanali, podani v tabeli 3.1, imajo veliko število naročnikov. Če izvajalec želi svojo glasbo promovirati, je takšen pristop priporočljiv. Tako lahko hitro pridobi oboževalce in s tem tudi naročnike. Lastnik promocijskega kanala, ki je objavil skladbo, pa si poleg ogledov lahko zaradi vsebine pridobi še morebitne naročnike.

3.5 Ostali glasbeni kanali

Pod ostale kanale spadajo vsi ostali preverjeni uradni neglasbeni kanali, kjer se zasledi glasba, uporabljena v promocijske namene. Naj so to kanali pogovornih oddaj, kanali igranja iger, kanali za ličenje, kanali s filmskimi napovedniki, plesni kanali ipd. Tabela 3.2 vsebuje primere ostalih kanalov.

Tabela 3.2: Primer ostalih glasbenih kanalov in vsebujočih videov [2].

| IME KANALA | OPIS KANALA | ŠTEVILO NAROČNIKOV | PRIMER VIDEA |
|----------------|------------------------|--------------------|--|
| TheEllenShow | Kanal pogovorne oddaje | 27.667.405 | » <i>Meghan Trainor Performs 'I'm a Lady'!</i> « |
| Tricia Miranda | Plesni kanal | 1.565.681 | » <i>"MI GENTE" - J Balvin, Willy William - Choreography by TRICIA MIRANDA</i> « |

| | | | |
|-------------------|------------------------------------|-----------|--|
| Victoria's Secret | Kanal prestižnega spodnjega perila | 1.521.769 | »Victoria's Secret Angels Lip Sync "2U" by David Guetta & Justin Bieber« |
| Michelle Phan | Lepotni kanal | 8.955.840 | »How To Be A Heartbreaker« |

Za lažjo predstavo ostalih glasbenih kanalov je v tabeli 3.3 opisano, kaj vsebujejo posamezni videi iz tabele 3.2. Tabela 3.3 vsebuje opis posnetkov, kjer sta združena izvajalčeva skladba in drugi glasbeni kanal. Pri prvem primeru v tabeli 3.3, pa je prikazana tudi sama izvajalka.

Tabela 3.3: Opis vsebine videov iz tabele 3.2 [2].

| PRIMER VIDEA IZ TABELE 3.2 | OPIS VSEBINE VIDEA |
|--|--|
| »Meghan Trainor Performs 'I'm a Lady'!« | Izvajalka Meghan Trainor v živo odpoje eno izmed svojih skladb |
| »"MI GENTE" - J Balvin, Willy William - Choreography by TRICIA MIRANDA« | Plesalci odplešejo koreografijo ob »Mi Gente« skladbi |
| »Victoria's Secret Angels Lip Sync "2U" by David Guetta & Justin Bieber« | Super modeli prestižnega spodnjega perila odpirajo ustnice ob skladbi Justina Bieberja in Davida Guette. |
| »How To Be A Heartbreaker« | Lepotni tutorial, ustvarjen na temo skladbe »How to be a heartbreaker« |

3.6 Uporaba v promocijske namene

Zaradi občutka verodostojnosti je uradni kanal cilj mnogih izvajalcev. Preverjeni uradni kanali, za katere ni nujno, da so glasbeni, a so zelo popularni tako v YouTube skupnosti kot izven nje, so lahko odličen vir promocije skladb. Enako velja za uradne izvajalčeve kanale in promocijske

kanale. Kanali v tabeli 3.2 vsebujejo znane obraze posamezne YouTube kategorije. Ti kanali niso glasbeni kanali, a so odličen način promoviranja skladb. Da se izvajalčeva skladba pojavi v enem izmed ostalih glasbenih kanalov, je potreben kontakt lastnika kanala (ali izvajalčevega ali ostalega glasbenega kanala), kjer se vpraša za sodelovanje. V primeru, da se strinja s sodelovanjem, imata od tega korist tako izvajalec, kot glasbeni kanal s katerim se sodeluje.

4 NALAGANJE IN OBJAVA POSNETKOV

Pri nalaganju posnetkov je najprej potrebno biti prijavljen v YouTube in imeti svoj kanal [2]. Privzeto se lahko nalagajo posnetki, ki so dolžine 15 minut ali manj [3], kar je za eno skladbo več kot dovolj. Kot dokazilo slednjega se je s pomočjo Billboardove lestvice »The Hot 100« (vročih 100) za teden 1. septembra 2018 izbralo prvih pet skladb in se določilo njihovo trajanje (tabela 4.1).

Tabela 4.1: Prvih pet pesmi z Billboardove septembrske lestvice in njihovo trajanje [4].

| MESTO NA LESTVICI | IZVAJALEC | SKLADBA | DOLŽINA SKLADBE[5] |
|-------------------|---|-----------------------|--------------------|
| #1 | Drake | <i>In My Feelings</i> | 3:37 |
| #2 | Maroon 5 Featuring Cardi B | <i>Girls Like You</i> | 3:55 |
| #3 | Cardi B, Bad Bunny & J Balvin | <i>I Like it</i> | 4:13 |
| #4 | 6ix9ine Featuring Nicki Minaj & Murda Beatz | <i>FEFE</i> | 2:59 |
| #5 | Post Malone | <i>Better Now</i> | 3:51 |

Dolžina ene skladbe (tabela 4.1) v povprečju traja dobre tri minute. Nekateri izvajalci se odločijo za posnetke, ki so daljši od 15 minut. V takšnem primeru lastnik kanala poveča omejitve na 12 ur. Povečava omejitve se omogoči v nastavitvah YouTube. Največja dovoljena velikost posnetka je 128GB. V primeru, da je video krajši od 15 minut oz. 12 ur in manjši od 128GB, a ga še vedno ni možno naložiti, je potrebno preveriti, če je brskalnik, preko katerega se nalaga posnetek, posodobljen na najnovejšo verzijo. Med nalaganjem posnetka na platformo se lahko uredijo njegovi podatki [3].

Uredi se njegova zasebnost, ki je lahko:

- Javna - vsi lahko dostopajo do videoposnetka
- Neobjavljena - do videoposnetka lahko dostopajo samo uporabniki, ki imajo povezavo do posnetka. Objavljen video se ne pojavi v seznamu iskalnih zadetkov
- Zasebna - videoposnetek se deli z največ petdesetimi registriranimi člani YouTube. Vpiše se njihova Gmail pošta in samo le-ti si lahko ta video ogledajo [6]
- Načrtovana - videoposnetek postane javen na določen datum in uro. Do takrat video ostaja skrit [3]

Ostali podatki, ki jih je možno urediti videoposnetku, so naslov, ki lahko vsebuje največ 100 znakov, opis z največ 5000 znaki [3] in ključne besede, preko katerih javnost lažje najde posnetke. Če se doda več ključnih besed, je večja verjetnost, da se bo določen video pojavil med prvimi zadetki iskanja. Posnetku se lahko dodeli tudi seznam predvajanja [2].

Pod naslednjim zavihkom urejanja podatkov posnetka so prevodi. Tukaj se lahko dodajo prevodi vnesenega naslova, opisa in ključnih besed. Prevodi delujejo na tako, da če ima uporabnik YouTube nameščen na npr. španski jezik in če je bil dodan španski prevod, bo uporabniku prikazalo španski prevod. Doda se lahko več prevodov [2].

Pod zavihkom naprednih nastavitev se najde še nekaj opcij za posnetek. Dodeli se mu lahko kategorija, onemogoči se lahko komentiranje, vidljivost ocen, vgraditev posnetka na druga spletna mesta, omejitev starosti in prispevek prevodov. Vsi omenjeni podatki se lahko spremenijo tudi po tem, ko je video objavljen [3].

4.1 Objavljeni posnetki

Lastnik kanala, na katerem je video objavljen, lahko analizira posnetek. Pregleda lahko statistične informacije, kot so:

- Koliko uporabnikov se je naročilo na kanal med gledanjem tega posnetka
- Katere dni je bil posnetek največkrat ogledan
- Kolikšno je povprečno trajanje posnetka, preden ga je uporabnik prenehal gledati
- Kako so uporabniki prispeli na video (predlagan posnetek, iskanje, preko ostalih spletnih strani ipd.)
- Katero ključno besedo so uporabniki največkrat vtipkali, da so prispeli na video,
- V kateri seznam predvajanja so uporabniki dodali posnetek
- Kateri so največkrat predlagani posnetki ob videu
- Iz katerih držav je posnetek najpogosteje ogledan in
- Kateri prevodi so najbolj uporabljeni [2]

Takšna analiza omogoča relativno podroben pregled povratnih informacij. Vseeno pa ni mogoče vedeti, ali ta analiza zajame res vse uporabnike, ki so dostopali do videa. Lahko, da uporabnik predvaja posnetek desetim ljudem naenkrat. Sicer bi si ti uporabniki med seboj izmenjali komentarje ogledanega posnetka, a vprašanje, koliko jih bi ponovno pogledalo video s svojo lastno napravo, kaj šele, da bi pustili povratno informacijo (npr. komentar), da jo lastniki videa ali kanala vidimo. Vsekakor pa je ponujena analiza oz. statistični pregled zelo dobra povratna informacija.

4.2 Daljši glasbeni posnetki

Nekateri izvajalci uradnega kanala objavijo glasbene posnetke, ki so daljši od 15 minut. Razlog, zakaj lastnik kanala objavi takšne glasbene posnetke, ni znan. Takšnih glasbenih posnetkov je vedno več. Velikokrat je pri takšnih videospotih prisotna zgodba, kar lahko uporabnike pripravi k temu, da pogledajo celoten video (če je le zanimiva vsebina). Lahko se reče, da je to kratek film. Če pa je željen samo glasbeni del iz npr. 30 minut dolgega videa, je tudi ta najverjetneje na voljo na istem kanalu.

Kot primer se lahko uporabi izvajalka »Tove Lo«. Trenutno ima 2.501.036 naročnikov [2]. Za njen drugi album »Lady Wood«, ki je izšel 28. oktobra 2016, je 31. oktobra 2016 objavila 31 minut dolg film z naslovom »Fairy Dust«. Film vsebuje prvo polovico skladb z omenjenega albuma, zgodbo in govor (tabela 4.2) [20]. Ker je film vulgaren, se ni opisovalo dogajanje v tem kratkem filmu. Namesto tega je bil uporabljen izraz »dogajanje v filmu«, ki je nosilec vseh dogajanj v filmu (vulgarnost, glasbeni del, govor, ipd.).

Tabela 4.2: Časovna analiza kratkega filma "Fairy Dust" [2].

| SKLADBA | TRAJANJE SKLADBE V KRATKEM FILMU | TRAJANJE SKLADBE V ALBUMU [20] | TRAJANJE DOGAJANJA V FILMU |
|-----------------------------|----------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|
| / | / | / | 0:00 – 7:00 |
| Influence feat. Wiz Khalifa | 3:42 | 3:44 | 7:00 – 10:42 |
| / | / | / | 10:42 – 11:26 |
| Lady Wood | 3:07 | 3:19 | 11:26 – 14:33 |
| / | / | / | 14:33 – 16:37 |
| True Disaster | 3:16 | 3:44 | 16:37 – 19:53 |
| / | / | / | 19:53 – 20:16 |
| Cool Girl | 3:16 ² | 3:19 | 20:16 – 23:53 (*) ³ |
| / | / | / | 23:53 – 24:08 |
| Vibes feat. Joe Janiak | 3,37 | 3:46 | 24:08 – 27:46 |
| / | / | / | 27:46 – 28:51 |

² Ni upoštevana vmesna prekinitiv

³ (*) - z vmesno prekinitivjo, ki traja 21 sekund (ne vsebuje glasbe, ampak dogajanje v filmu)

| | | | | |
|--------|--|-------|-------|--------------------|
| | What I Want for the Night (Bitches) ⁴ | 2:17 | 2:17 | 28:51 – 31:08 |
| | / | / | / | 31:08 – 31:11 |
| Skupaj | 6 | 19:18 | 20:09 | 11:53 ⁵ |

Drugi primer je izvajalec Eminem z glasbenim posnetkom z naslovom »*River ft. Ed Sheeran*«, kjer je uporabljen podoben princip kot »*Fairy Dust*«. Razlika je le, da je v Eminemovem videospotu le ena glasba, ki se pojavi po delih. Omenjen glasbeni video traja 7 minut, kjer glasbeni del brez vmesnih prekinitev traja 3 minute in 43 sekund. »*Fairy Dust*« ima trenutno več kot 13 milijonov ogledov, »*River ft. Ed Sheeran*« pa ima trenutno več kot 111 milijonov ogledov [2].

4.3 Seznam predvajanja

Seznam predvajanja je seznam shranjenih posnetkov. To funkcijo najdemo pod posnetkom, ki ga predvajamo. Če uporabnik želi določen posnetek kasneje ponovno pogledati, ga doda v seznam predvajanja, ki si ga je sam ustvaril ali v samodejno ustvarjen seznam kanala. Samodejno ustvarjena seznama sta »*Poznejše gledanje*« in »*Videoposnetki z oceno* »*Všeč mi je*«. Funkcija za samodejno ustvarjanje seznama se nahaja na istem mestu, kot se dodaja posnetke v sezname predvajanja [23]. Vsakemu seznamu predvajanja se lahko spremeni zasebnost na javno, zasebno ali neobjavljeno [24]. Pri uradnih glasbenih kanalih se zasledijo sezname predvajanja z imenom albuma. Kot je že predvideno, se v tem seznamu najdejo skladbe, ki jih vsebuje izvajalčev album. Poleg njih pa se lahko najde tudi bonus video (npr. video, kjer izvajalec pripoveduje, kaj mu skladbe iz tega albuma pomenijo). Ob iskanju skladb

⁴ Ni del albuma »Lady Wood«

⁵ Brez skladb v filmu; všteta je tudi 21-sekundna prekinitev

na YouTubeu lahko uporabnik naleti na sezname predvajanja, ki nimajo dopisanega kanala. Takšni sezname so ustvarjeni samodejno in vsebujejo naključne skladbe enega ali več izvajalcev.

4.4 Ocenjevanje posnetkov

Posnetek se oceni z »Všeč mi je« ali »Ni mi všeč«. Ocen sta prikazani kot palec navzgor (posnetek nam je všeč) in palec navzdol (posnetek nam ni všeč). Tako uporabnik da lastniku posnetka in kanala vedeti, kaj si misli o objavljenem delu. Če da posnetku pozitivno oceno, se mu video shrani v samodejno ustvarjen seznam predvajanja »*Videoposnetki z oceno »Všeč mi je«*«. Če želi katerega izmed posnetkov v omenjenem seznamu predvajanja odstraniti, lahko to naredi tudi preko nastavitvev. Omenjen seznam predvajanja prikazuje do 5000 pozitivno ocenjenih posnetkov. Lastnik kanala lahko onemogoči ocenjevanje posnetkov [26].



Slika 4.1: Zaslonski posnetek ikone palca navzgor in število pozitivnih ocen (levo), ter ikona palca navzdol in število negativnih ocen [2].

4.5 Komentiranje

Tudi komentiranje je ena izmed možnosti, kjer lahko uporabnik lastniku posnetka in kanala poda mnenje o posnetku. Čeprav pisanje komentarja v primerjavi z ocenjevanjem traja dlje, pa se lahko uporabnik lažje izrazi in bolj specifično opiše svoje mnenje. Uporabnik lahko vse svoje

objavljene komentarje vidi pod YouTube zgodovino. Tudi komentiranje posnetkov lahko lastnik kanala onemogoči [27].

4.6 Deljenje posnetka z ostalimi družbenimi mediji

Posnetek, ki se trenutno predvaja, se lahko deli z ostalimi družbenimi mediji na dva načina. Prvi način je možnost skupne rabe. Nahaja se pod posnetkom, ki se trenutno predvaja. Preko te opcije se lahko deli oz. objavi posnetke na ostale družbene medije, kot so Facebook, Twitter, Google+, Reddit, Blogger, Tumblr, Skype in LinkedIn. Lahko se tudi pošlje povezava preko elektronske pošte. Možnost skupne rabe omogoča tudi vgrajevanje posnetkov (generira se koda, ki se uporabi na spletni strani). Drugi način delitve posnetka je kopiranje povezave posnetka. Kopirano povezavo uporabnik lahko prilepi kjerkoli [36]. Slednja opcija je veliko bolj odprta.

4.7 Content ID

Vsak objavljen posnetek gre skozi program za preverjanje avtorskih pravic [16]. Ta program ima bazo različnih vsebin, ki so avtorsko zaščitene. V primeru objave posnetka, ki je avtorsko zaščiten, se lahko uporabnik sreča s prejemom zahtevka Content ID. Avtor oz. lastnik vsebine poda pritožbo, da objavljena vsebina vsebuje njegovo delo. Lahko zahteva da se vsebina odstrani ali da se vsebina še naprej predvaja, ampak z oglasi. V slednjem primeru prihodki od oglaševanja gredo k izvirnemu lastniku vsebine ali pa se delijo z lastnikom kanala [15].

Veliko število avtorjev vsebine se odloči za predvajanje oglasov. V tem primeru je dovoljena ponovna uporaba njihove vsebine. Kadar pa se lastnik vsebine odloči, da ponovna uporaba vsebine ni dovoljena, se uporabniku blokira posnetek, izklopi zvok ali onemogoči dostop do

vsebine preko določenih platform (npr. preko spletne strani, na kateri smo vgradili posnetek). Če se uporabnik sreča s Content ID zahtevkom na posnetkih, ga lahko ignorira (pomeni, da se strinja s tem, da se predvajajo oglasi na posnetku), odstrani posnetek ali zamenja glasbo (v primeru, ko je glasba razlog za prejetje zahtevka) [15].

Če si uporabnik želi ogledati, ali so kateri izmed njegovih objavljenih posnetkov prejeli zahtevek Content ID, si to lahko ogleda pri obvestilu o avtorskih pravicah. Slika 5.3 prikazuje primer zahtevka za Content ID.

| VSEBINA | TOŽNIK | PRAVILNIK | |
|--|----------------------------|-------------------------------------|--|
| The Pink Panther Theme - Henry Mancini and his Orchestra Zvočni posnetek 0.08 - 0.43 predvajaj ujemajoč se video | SME V imenu: Soundtrack | Ovrednotil lastnik avtorskih pravic | Odstrani skladbo ⓘ Vložite ugovor ⓘ |

Slika 4.2: Zaslonski posnetek prejetega zahtevka za Content ID [2].

Lahko se zgodi, da je bil videoposnetek odstranjen zaradi kršenja avtorskih pravic. V tem primeru lastnik kanala dobi opomin. Če lastnik kanala prejme 3 opomine zaradi kršenja avtorskih pravic, se mu odstranijo vsi videoposnetki na računu, ukine se račun skupaj s povezanimi kanali in se onemogoči možnost ustvarjanja novih kanalov [17].

4.8 Uporaba v promocijske namene

Pri izbiri posnetka za objavo ima lastnik kanala popolnoma proste roke. Upoštevati je potrebno le omejitve, kot so dolžina in velikost posnetka, lastništvo glasbenega posnetka in ostala pravila platforme. Z omogočenim komentiranjem in ocenjevanjem posnetkov se dobijo povratne informacije, ki pomagajo lastniku glasbenega posnetka in lastniku kanala vedeti, kaj je uporabnikom všeč in kaj ne. S tem je lahko naslednji glasbeni posnetek boljši od prejšnjega.

Deljenje posnetkov z ostalimi družbenimi mediji prav tako pripomore k promociji glasbe. Ob predvajanju samodejno ustvarjenega seznama predvajanja pri iskanju glasbe obstaja verjetnost, da seznam predvajanja vsebuje skladbo, ki je še nismo slišali. Če je skladba uporabniku všečna, si le-ta pridobi novi poslušni material, lastnik kanala pa morebitno naročitev.

Daljši glasbeni posnetki so z dneva v dan popularnejši. Imajo svoje prednosti in slabosti. Slabost je, da večinoma vsebujejo vmesne »motnje«, kar zna uporabnika odvrniti od ponovnega predvajanja, a se razlikujejo od »navadnih« glasbenih videospotov, kar pa lahko privabi uporabnika k naročitvi na kanal. Video »Fairy Dust« ima 13 milijonov ogledov, medtem ko ima videospot skladbe »Cool Girl«, ki se ga zasledi v »Fairy Dust« videu, trenutno več kot 54 milijonov ogledov [2]. Nekateri videospoti poleg izvajalca prikažejo znane osebe, čeprav v naslovu skladbe niso omenjeni. Tudi to je lahko eden izmed načinov promoviranja glasbe.

5 PRIMERJAVA GLASBENIH POSNETKOV

Za pridobitev informacij o najbolj predvajanih glasbenih posnetkih enakih skladb na platformi smo uporabili primerjalno analizo števila ogledov. Skladbe, katerih posnetke smo primerjali, so bile izbrane s pomočjo Billboardove lestvice. Naslove izbranih skladb smo vnesli v YouTube iskalnik in pridobljene informacije vnesli v tabelo 5.1. Te informacije so število posnetkov in vrsta oz. opis, kaj posamezen posnetek predstavlja. Glede na veliko število iskalnih zadetkov smo upoštevali samo glasbene posnetke iz uradnih izvajalčevih kanalov. Ker se preurejene verzije skladb (npr. remiksi) močno razlikujejo od originala, preurejene verzije skladb pri analizi niso upoštevane. Informacije v tabeli so razvrščene in primerjane še naprej, dokler ne ostaneta samo dve vrsti glasbenih posnetkov z največ ogledi. Pri primerjavi zadnjih dveh vrst glasbenih posnetkov smo pridobili vrsto najbolj gledanega glasbenega posnetka.

5.1 Različne vrste glasbenih posnetkov z enako vsebino

Pri iskanju specifične skladbe je velika verjetnost večih zadetkov, ki navidezno ponujajo enako vsebino. Dokler se posnetek ne predvaja, ni mogoče vedeti, kaj le-ta vsebuje. Uradni izvajalčevi kanali vsebujejo pristno vsebino, zato so informacije črpane iz le-teh. S pomočjo Billboardove lestvice »The Hot 100« smo za teden tretjega februarja 2018 izbrali prvih 10 skladb. Po izboru skladb smo poiskali uradne kanale izvajalcev in glasbene posnetke. V tabeli 5.1 so rezultati zadetkov.

Tabela 5.1: Rezultati zadetkov glasbenih posnetkov [2][25].

| IZVAJALEC | SKLADBA [25] | ŠTEVILO GLASBENIH POSNETKOV | OPIS NAJDENIH POSNETKOV |
|-----------|--------------|-----------------------------|-------------------------|
| Drake | »God's plan« | 1 | - Glasbeni videospot |

| | | | |
|--|---------------|---|--|
| Ed Sheeran | »Perfect« | 5 | - Glasbeni videospot - Besedilni video - Duet z Beyonce - Duet z Andreo Bocellijem - Posnetek dueta v živo z Andreo Bocellijem |
| Camila Cabello Featuring Young Thug | »Havana« | 3 | - Glasbeni videospot - Avdio posnetek - Vertikalni video |
| Post Malone Featuring 21 Savage | »Rockstar« | 1 | - Glasbeni videospot |
| Bruno Mars & Cardi B | »Finesse« | 2 | - Glasbeni videospot - Avdio posnetek |
| Halsey | »Bad At Love« | 2 | - Glasbeni videospot - Avdio posnetek |
| Dua Lipa | »New Rules« | 4 | - Glasbeni videospot - Besedilni video - Posnetek v živo (BRIT awards) - Posnetek v živo (Billboard Music Awards) |
| Imagine Dragons | »Thunder« | 1 | - Glasbeni videospot |
| G-Eazy Featuring A\$AP Rocky & Cardi B | »No Limit« | 3 | - Glasbeni videospot - Avdio posnetek - Posnetek v živo |
| Migos, Nicki Minaj & Cardi B | »MotorSport« | 2 | - Glasbeni videospot - Besedilni video |

Legenda (tabela 5.1):

- Glasbeni videospot – uradni glasbeni videospot izvajalca.
- Besedilni video – video, ki vsebuje skladbo in sinhronizirano animacijo besedila.
- Avdio posnetek – video, ki vsebuje samo sliko in skladbo; možne so tudi animacije.
- Vertikalni video – video, ki je prijazen vertikalnim platformam (npr. telefon).

- Posnetek v živo – izvajalec je odpel skladbo v živo.
- Duet – kolaboracija z drugim izvajalcem.

Tabela 5.2 vsebuje podatke o številu glasbenih posnetkov za skladbe iz tabele 5.1.

Tabela 5.2: Število videov za posamezno skladbo iz tabele 5.1 [Vir: Lasten vir].

| VRSTA VIDEA | Glasbeni videospot | Besedilni video | Avdio posnetek | Vertikalni video | Posnetek v živo | Duet |
|----------------|-----------------------|--------------------|-------------------|---------------------|--------------------|------|
| #/10 | 10 | 3 | 4 | 1 | 3 | 1 |

Besedilni video in avdio posnetek vsebujeta samo skladbo in (animirano) sliko, zato se lahko upoštevata kot enak glasbeni posnetek. Tabela 5.3 prikazuje posodobljene podatke tabele 5.2.

Tabela 5.3: Posodobljeni podatki tabele 5.2 [Vir: Lasten vir].

| VRSTA VIDEA | Glasbeni videospot | Avdio posnetek | Vertikalni video | Posnetek v živo | Duet |
|----------------|-----------------------|----------------|---------------------|--------------------|------|
| #/10 | 10 | 7 | 1 | 3 | 1 |

Tabela 5.3 prikazuje 100-odstotno prisotnost videospotov in 70-odstotno prisotnost avdio posnetkov. Glede na to informacijo se lahko sklepa, katero vrsto glasbenega posnetka si uporabniki največkrat ogledajo. Nadaljnja primerjava podatkov obeh vrst glasbenih posnetkov v tabeli 5.4 določa, ali je varno tako sklepati.

Tabela 5.4: Število ogledov in datumi objave glasbenih videospotov in avdio posnetkov [2].

| NASLOV SKLADBE | ŠTEVILO OGLED OV VIDEOSPOTA | DATUM OBJAVE VIDEOSPOTA | ŠTEVILO OGLED OV AVDIO POSNETKA | DATUM OBJAVE AVDIO POSNETKA | RAZLIKA V ŠTEVILU OGLED IH ⁶ |
|----------------|-----------------------------|-------------------------|---------------------------------|-----------------------------|---|
| »Perfect« | 1.358.204.995 | 9.11.2017 | 229.152.794 | 22.10.2017 | 1.129.052.201 |
| »Havana« | 676.194.166 | 24.11.2017 | 1.297.184.404 | 3.8.2017 | 620.990.238 |
| »Finesse« | 476.889.112 | 3.1.2018 | 20.271.474 | 7.12.2016 | 456.617.638 |
| »Bad At Love« | 170.031.484 | 30.8.2017 | 15.215.846 | 2.6.2017 | 154.815.638 |
| »New Rules« | 1.419.182.677 | 7.7.2017 | 3.880.656 | 7.12.2017 | 1.415.302.001 |
| »No Limit« | 179.703.862 | 19.12.2017 | 111.253.004 | 7.9.2017 | 68.450.858 |
| »Motorsport« | 331.938.666 | 7.12.2017 | 5.050.390 | 22.11.2017 | 326.888.276 |

Tabela 5.4 prikazuje večjo gledanost videospotov. Izjema je skladba »Havana«. Analiza videospota omenjene skladbe prikaže, da je daljši glasbeni posnetek z vmesnimi motnjami. Ker je skladba v videospotu razdeljena na več delov, bo uporabnik v seznam predvajanja raje dodal avdio posnetek. Predvajanje seznama predvajanja v zanki močno prispeva k povečanju števila ogledov avdio posnetka. Enako velja za Eminemovo skladbo »River ft. Ed Sheeran«, ki ima videospot prav tako kot tudi avdio posnetek. Videospot ima več kot 111 milijonov ogledov, avdio posnetek pa več kot 141 milijonov [2].

5.1.1 Avdio posnetki

Februarja 2003 je bila najavljena sprememba pravil za Billboardovo lestvico »The Hot 100«. Od takratnega datuma so YouTube ogledi všteti v formulo, ki določa, katera skladba pristane na lestvici. Z objavo različnih vrst glasbenih posnetkov za eno skladbo imajo izvajalci večjo možnost pristati na lestvici.

⁶ x = večje število ogledov – manjše število ogledov

Avdio posnetke lastniki kanalov objavijo pred videospotom zaradi njihove enostavnosti. Da izvajalci izkoristijo izid nove skladbe ali albuma v največji možni meri, se objavijo avdio posnetki skladb, dokler se videospoti še izdelujejo [34]. Leta 2014 je »*Video Music Awards*« (Nagrade Glasbenih Videov) dodal novo kategorijo, v kateri lahko glasbeni izvajalci tekmujejo. Naslov kategorije se glasi »*Best Lyric Video*« oz. »*Najboljši Besedilni Video*« [34]. Izvajalci skladb zato raje objavijo besedilni video kot avdio posnetek.

5.1.2 Rezultati

Pri analizi in primerjavi različnih vrst glasbenih posnetkov smo ugotovili, da ima vsaka skladba svoj videospot, večina pa ima ostale vrste glasbenih posnetkov. Pri skladbi »*Perfect*« izvajalca Eda Sheerana smo opazili, da ima objavljen duet z dvema znanima izvajalcema. Duet z izvajalko Beyonce ima trenutno več kot 182 milijonov ogledov, duet z Andreo Bocellijem pa ima več kot 132 milijonov ogledov. Enako skladbo smo zasledili tudi na ostalih glasbenih kanalih. Eden izmed teh kanalov je »*TheEllenShow*«, kjer izvajalec odpoje skladbo v živo. Omenjeni glasbeni posnetek ima več kot 8 milijonov ogledov. Izvajalec Ed Sheeran je promoviral skladbo tako, da je vključil slavne osebe in se pojavil na ostalih glasbenih kanalih. Največ ogledov skladbe »*Perfect*« pa ima Sheeranov uradni videospot. Ostali izvajalci so svoje skladbe prav tako promovirali z nastopi v živo. Posnetke le-teh najdemo na ostalih glasbenih kanalih.

Pri analizi zadnjih dveh vrst glasbenih posnetkov, ki sta uradni videospot in avdio posnetek, smo ugotovili, da samo tri skladbe nimajo avdio posnetkov. Na prvo raziskovalno vprašanje, ali obstajajo kakšne izjeme, kjer glasbeni videospoti niso najbolj gledani glasbeni posnetki, smo odgovorili s podatki v tabeli 5.4. Avdio posnetek skladbe »*Havana*« ima namreč več ogledov, kot pripadajoči uradni videospot. Ker ima uradni videospot omenjene skladbe vmesne motnje, je uporabnik prej dodal avdio posnetek v seznam predvajanja. Na število ogledov vpliva tudi datum objave posnetka. Med posnetkoma skladbe je skoraj 4 mesece razlike, a ta podatek zgubi pomembnost, saj so avdio posnetki ostalih skladb prav tako objavljeni pred uradnim

videospotom (ta trditev ne velja za skladbo »New Rules«) in imajo videospoti več ogledov. Razlika med ostalimi videospoti in videospotom skladbe »Havana« je v tem, da ostali videospoti nimajo vmesnih motenj. Tukaj smo odgovorili na drugo raziskovalno vprašanje, kjer smo se vprašali, ali YouTube ogledi pomenijo, da je ena vrsta glasbenega posnetka bolj gledana od drugega, ne glede na to, ali gre za isto skladbo. Ugotovili smo, da predvajanje seznama predvajanja v zanki močno prispeva k številu ogledov, kar pomeni, da imajo uporabniki, ki imajo skladbo dodano v seznam predvajanja, to skladbo dodano z namenom ponovnega poslušanja in ne zaradi zanimivosti videa.

6 SKLEP

YouTube je postal eden izmed najbolj dominantnih družbenih medijev za glasbo, kjer je relativno lahko pokazati svetu (novo) glasbeno vsebino. Do YouTubea namreč lahko dostopajo vsi, ki imajo internetno povezavo. Uporabniki, ki dostopajo do vsebine platforme, so lahko tako prijavljeni, kot neprijavljeni. Glavna razlika med njimi je, da imajo prijavljeni uporabniki z osebnim kanalom na voljo dodatne YouTube funkcije, ki iskanje glasbe poenostavijo. Poenostavi tako, da imajo na voljo sezname predvajanja, naročnine in obvestila kanalov, na katere so se naročili. Tako so vedno na tekočem, ko najljubši izvajalci objavijo nekaj novega.

Ob primerjavi uradnih glasbenih videospotov in avdio posnetkov je bila potrjena naša teza, da so videospoti najbolj gledana vrsta glasbenih posnetkov. Sicer so izjeme avdio posnetkov, ki so bolj gledani kot videospoti, a je bilo razloženo, da je potrebno upoštevati, za kakšno vrsto videospota gre. V primeru daljšega videa, ki ima motnje, bo uporabnik prej v seznam predvajanja dodal avdio posnetek. Ko se seznam predvaja znova in znova, se ogledi avdio posnetka povečajo.

Če bi imeli dostop do analize posameznega posnetka, bi lahko do primerjave posnetkov pristopili z veliko več podatki. Informacija, kot je »v koliko seznamov predvajanja je bil dodan posnetek«, bi nam prišla prav pri primeru, kjer je avdio posnetek bolj gledan, kot uradni videospot.

Vsaka osnovna funkcija YouTubea ima določeno pomembnost pri promociji glasbe. Ko si uporabnik ustvari kanal in objavi posnetke, se lahko ostali uporabniki na ta kanal naročijo. Število naročnikov prikaže, koliko ljudem je vseč objavljena vsebina, komentarji in ocene pa pripomorejo k nadaljnji objavi posnetkov. Na YouTubeu so različni kanali, preko katerih lahko povečamo popularnost, kar pripomore k večjemu številu ogledov. Ko ostali kanali objavijo posnetke, katerih lastniki vsebine niso lastniki kanala, ne pripomorejo samo lastniku vsebine, temveč tudi samemu promocijskemu kanalu. Od vrste glasbenega posnetka je odvisno, kateri

bo najbolj gledan. V primeru daljših glasbenih posnetkov je zaradi vsebujočih motenj večja verjetnost, da je avdio posnetek bolj gledan, kot uradni videoposnetek.

Pri primerjavi videoposnetkov bi zagotovo lahko vzeli več skladb za analizo. Najverjetneje bi prišli do podobnih, če ne enakih rezultatov, a bi s tem lažje potrdili našo tezo, da so uradni glasbeni videospoti najbolj gledani glasbeni posnetki na YouTubeu. Lahko bi primerjali glasbene posnetke, ki so bili objavljeni danes z glasbenimi posnetki, ki so bili objavljeni več let nazaj. Tako bi lahko videli, če so tudi takrat bili prisotni avdio posnetki tako pogosto, kot jih vidimo danes.

VIRI

- [1] Supermonitoring, 2010. YouTube Facts & Figures (History and Statistics). Dostopno preko: <https://www.supermonitoring.com/blog/youtube-facts-and-figures-history-statistics/> [30.8.2018]
- [2] YouTube, 2018. Dostopno preko: <https://www.youtube.com/> [30.8.2018]
- [3] YouTube Help, 2018. Dostopno preko: <https://support.google.com/youtube> [30.8.2018]
- [4] Billboard, 2018. THE HOT 100 – The week of September 1, 2018. Dostopno preko: <https://www.billboard.com/charts/hot-100/2018-09-01> [30.8.2018]
- [5] Amazon, 2018. Dostopno preko: <https://www.amazon.com/The-Top-100-Most-Played/dp/B07GL7RCSB> [30.8.2018]
- [6] Humphrieshappy, 11.3.2014. Private vs. Unlisten on YouTube. Dostopno preko: <https://studio300.org/2014/03/11/private-vs-unlisted-on-youtube/> [30.8.2018]
- [7] Collins, Jerry. 23.5.2018. What is YouTube? How do I use it? Dostopno preko: <https://www.lifewire.com/youtube-101-3481847> [30.8.018]
- [8] Moreau, Elise. 11.6.2018. What Is Vevo? An Intro to the Popular Music Platform. Dostopno preko: <https://www.lifewire.com/what-is-vevo-3486285> [31.8.2018]
- [9] Vydia, 2018. Get on Vevo. Dostopno preko: <https://vydia.com/get-on-vevo/> [31.8.2018]
- [10] Vevo YouTube Channel, 2018. Dostopno preko: <https://www.youtube.com/user/VEVO> [31.8.2018]
- [11] Youtube, 23.1.2018. Introducing Official Artist Channels. Dostopno preko: <https://www.youtube.com/watch?v=EwY6doa-OBg> [31.8.2018]

- [12] Vyndia, 22.5.2018. What Are The Benefits Of Vevo? Dostopno preko: <https://vydia.com/benefits-of-vevo/> [31.8.2018]
- [13] YouTube Help, 2018. Verification badges on YouTube. Dostopno na: <https://support.google.com/youtube/answer/3046484?hl=en> [31.8.2018]
- [14] YouTube Creators, 2018. Lesson: Learn more about Official Artist Channels. Dostopno preko: <https://creatoracademy.youtube.com/page/lesson/artist-channel#strategies-zippy-link-1> [31.8.2018]
- [15] Pomoč za YouTube, 2018. Kaj je zahtevk sistema Content ID. Dostopno preko: https://support.google.com/youtube/answer/6013276?hl=sl&ref_topic=2778545 [31.8.2018]
- [16] Pomoč za YouTube, 2018. Kako deluje Content ID. Dostopno preko: <https://support.google.com/youtube/answer/2797370> [31.8.2018]
- [17] Pomoč za YouTube, 2018. Osnovne informacije o opominih zaradi kršitve avtorskih pravic. Dostopno preko: https://support.google.com/youtube/answer/2814000?hl=sl&ref_topic=2778545 [31.8.2018]
- [18] Pomoč za YouTube, 2018. Števila naročnikov. Dostopno preko: <https://support.google.com/youtube/answer/6051134?hl=sl> [31.8.2018]
- [19] YouTube Help, 2018. Manage YouTube notifications. Dostopno preko: <https://support.google.com/youtube/answer/3382248?hl=sl&co=GENIE.Platform%3DDesktop&oco=0> [31.8.2018]
- [20] Wikipedia, 2018. Lady Wood. Dostopno preko: https://en.wikipedia.org/wiki/Lady_Wood [31.8.2018]
- [21] YouTube, 29.11.2017. Tove Lo – Fairy Dust (Behind The Scenes). Dostopno preko: <https://www.youtube.com/watch?v=Fut1JNiaisk> [31.8.2018]

- [22] Youtube, 14.2.2018. Eminem ft. Ed Sheeran. Dostopno preko:
<https://www.youtube.com/watch?v=wfWls2gFTAM> [31.8.2018]
- [23] YouTube Help, 2018. Create & Manage playlists. Dostopno preko:
https://support.google.com/youtube/answer/57792?hl=en&ref_topic=3030072
[31.8.2018]
- [24] YouTube Help, 2018. Change playlist privacy setting. Dostopno preko:
https://support.google.com/youtube/answer/3127309?hl=en&ref_topic=3030072
[31.8.2018]
- [25] Billboard, 2018. THE HOT 100 – The week of February 3, 2018. Dostopno preko:
<https://www.billboard.com/charts/hot-100/2018-02-03> [31.8.2018]
- [26] YouTube Help, 2018. Like or dislike a video. Dostopno preko:
<https://support.google.com/youtube/answer/6083270> [31.8.2018]
- [27] YouTube Help, 2018. View, organize or delete comments. Dostopno preko:
<https://support.google.com/youtube/answer/6000976?hl=en> [31.8.2018]
- [28] Wikipedia, 2018. Youtube. Dostopno na: <https://sl.wikipedia.org/wiki/YouTube>
[31.8.2018]
- [29] Willis, Amanda. 22.10.2015. The truth about channel verification. Dostopno preko:
<https://vydia.com/channel-verification/> [31.8.2018]
- [30] Spangler, Todd. 31.1.2018. YouTube Will Merge Vevo Channel Subscribers Into Unified 'Official' Music Artist Accounts. Dostopno preko:
<https://variety.com/2018/digital/news/youtube-vevo-music-channels-consolidation-official-artists-1202674125/> [31.8.2018]
- [31] Ditto Music, 2.10.2016. How to get my music videos on Vevo. Dostopno preko:
<https://www.dittomusic.com/blog/how-to-get-my-music-video-on-vevo> [31.8.2018]

- [32] Keeffe, Kevin. 14.8.2014. Where Did All These Lyric Videos Come From, and Why Are We Giving Them Awards? Dostopno preko: <https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2014/08/where-did-all-these-lyric-videos-come-from-and-why-are-we-giving-them-awards/376084/> [31.8.2018]
- [33] Perpetua, Matthew. 22.2.2013. How Billboard's New YouTube Rules Will Completely Change The Pop Charts Forever. Dostopno preko: https://www.buzzfeed.com/perpetua/how-billboards-new-youtube-rules-will-completely-change-the?utm_term=.nqmmkyaXP#.xyb3NgPDd [31.8.2018]
- [34] Hernandez, Brian A. 14.8.2014. VMAs Adds New Category for Lyric Videos: MTV's 5 Inaugural Nominees. Dostopno preko: <https://mashable.com/2014/08/14/mtv-vmas-best-lyric-video-nominees-voting/?europe=true#EN1V8C8i4iqo> [31.8.2018]
- [35] Aslam, Salman. 5.2.2018. YouTube by the Numbers: Stats, Demographics & Fun Facts. Dostopno preko: <https://www.omnicoreagency.com/youtube-statistics/> [31.8.2018]
- [36] YouTube Help, 2018. Share videos. Dostopno preko: <https://support.google.com/youtube/answer/57741?hl=en&co=GENIE.Platform=Desktop> [31.8.2018]
- [37] Karch, Marziah. 25.5.2018. What Is a YouTube Channel? Dostopno preko: <https://www.lifewire.com/channel-youtube-1616635> [13.9.2018]