

# INTERNETSKI SERVIS YOU TUBE

---

**Stanić, Doria**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2017**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **Zagreb School of Business / Visoka poslovna škola Zagreb s pravom javnosti**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:180:762214>

*Rights / Prava:* [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-03-14**



*Repository / Repozitorij:*

[Repository ZSB - Final papers Zagreb School of Business](#)



VISOKA POSLOVNA ŠKOLA ZAGREB

s pravom javnosti

Doria Stanić

## **Internetski servis You Tube**

(završni rad)

Zagreb, rujan 2017.



**VISOKA POSLOVNA ŠKOLA ZAGREB**

**s pravom javnosti**

Preddiplomski stručni studij

Smjer manager komunikacija

## **Internetski servis You Tube**

(završni rad)

Mentor:

Dr. sc. Oliver Hip, prof. v.š.

Student:

Doria Stanić

Zagreb, rujan 2017.

## **SAŽETAK**

YouTube je jedna od vodećih web stranica koja podržava video isječke, cijele epizode emisija, serija, filmova, glazbenih spotova i, naravno, originalnog sadržaja od strane najobičnijeg čovjeka. Bilo da je to kućni video zapis u kojem snimate vaše dijete kako skače na trampolinu usred zime ili video isječak u kojem se žalite na neki proizvod i samo želite upozoriti ljude kako bi se to i njima moglo dogoditi.

YouTube je web stranica koju smo svi barem jednom u životu posjetili i pronašli pokoji video koji nas je zabavio par sati. To je jedna od vrlo rijetkih web stranica na kojoj se zvijezda ili tzv. YouTuber može direktno povezati s fanovima, tj. pretplatnicima, i dobivati direktne povratne informacije o svom radu.

Današnja generacija mladih sve doznaje preko ove veličanstvene stranice, bilo da je riječ o kuhanju, pjevanju, glumi, pa čak i o tome kako se pravilno koriste žlica i vilica. Ovo je izvanredna stranica koja ima puno potencijala, pogotovo što se tiče edukacije mladih ljudi.

Ključne riječi: web stranica, pretplatnici, videozapis, YouTube, YouTuber

## SUMMARY

You Tube is one of the leading websites that supports video clips, full-length episodes of tv shows, series, movies, music videos, and of course original content uploaded by the most common man. Whether it's a home video clip where you're recording your child jumping on a trampoline in the middle of winter or a video clip where you're complaining about a product, and just want to warn people that it could happen to them too. You Tube is a website that we all visited at least once in our lives and found some videos to entertain us for a couple of hours. This is one of the very few websites where a star or so-called Youtuber can directly connect with fans, ie subscribers, and receive direct feedback on their work.

Today's generation of young people find out about everything through this magnificent website, even how to use the spoon and fork properly. This is an extraordinary page that has a lot of potential, especially in regards to education of young people.

Keywords: website, subscribers, video, YouTube, YouTuber



U Zagrebu, 2017. godine

### IZJAVA STUDENTA

Izjavljujem da sam završni rad naslova „INTERNETSKI SERVIS YOU TUBE“ izradila samostalno, pod nadzorom i uz stručnu pomoć mentora dr. sc. Oliver Hip, prof. v.š.

Izjavljujem da je završni rad u potpunosti napisan i uređen prema Pravilniku o završnom radu na stručnim preddiplomskim i specijalističkim diplomskim stručnim studijima VPŠZ-a te sukladno uputama u priručniku „Metodologija pisanja seminara i završnog rada.“

Izjavljujem da je završni rad lektoriran na jeziku na kojemu je napisan:

- hrvatski jezik lektorirala je Kristina Prilika, prof. OŠ Đure Deželića, Ivanić Grad
- sažetak - engleski jezik lektorirala je Mara Derifaj, prof. OŠ Đure Deželića, Ivanić Grad

Izjavljujem i da sam suglasna da se trajno pohrani i objavi moj završni rad

INTERNETSKI SERVIS YOU TUBE

u javno dostupnom institucijskom repozitoriju *Visoke poslovne škole Zagreb* i javno dostupnom repozitoriju Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama Zakona o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju, NN br. 123/03, 198/03, 105/04, 174/04, 02/07, 46/07, 45/09, 63/11, 94/13, 139/13, 101/14 i 60/15).

Ime i prezime studenta:

**Doria Stanić**

OIB: **84093660200**

---

(potpis)

## **SADRŽAJ**

<b>1. UVOD</b> .....	1
<b>2. POVIJEST I UTEMELJITELJI YOU TUBE-a</b> .....	2
2.1. O povijesti.....	2
2.2. Utemeljitelji You Tube-a.....	4
<b>3. POSLOVNI MODEL YOU TUBE-a</b> .....	8
3.1. Prihod.....	8
3.2. Adsense.....	9
3.3. Partnerstva za oglašavanje.....	10
3.4. Partnerstvo s kreatorima videozapisa .....	11
3.5. Prihod vlasnicima autorskih prava.....	11
<b>4. UVJETI PRUŽANJA USLUGA</b> .....	12
4.1. Materijal zaštićen autorskim pravima.....	12
4.2. Identifikacija sadržaja i kontraverzni sadržaj.....	14
4.3. Komentari korisnika.....	17
4.4. Prikaz pogleda.....	18
4.5. Cenzura i filtriranje sadržaja .....	19
4.6. Glazbena licenca .....	19
<b>5. DRUŠTVENI UTJECAJ I KREATORI YOU TUBE-a</b> .....	23
5.1. You Tube kao platforma.....	26
5.2. Kultura i novinarstvo .....	30
5.3. You Tube kreatori .....	32
<b>6. ZAKLJUČAK</b> .....	39
<b>7. LITERATURA</b> .....	40



## 1. UVOD

U ovom radu je opširno opisana YouTube stranica, koja je postala glavni izvor zabave i informacija za sve generacije, kako je dospjela do te titule, koliko je, zapravo, sveobuhvatna, kolika je njezina moć zblizavanja ljudi, zašto se ljudi priključuju na stranicu u najpotrebnijim trenucima te zašto ona postaje jedna od najoriginalnijih i najrevolucionarnijih internetskih stranica svih vremena.

YouTube je popularna mrežna usluga za razmjenu videozapisa na kojoj korisnici mogu postavljati, pregledavati i ocjenjivati videozapise. Za postavljanje sadržaja potrebna je registracija, dok za pregledavanje nije, osim sadržaja koji nije primjeren za osobe mlađe od 18 godina. Prema pravilima korištenja, korisnici mogu postavljati vlastite originalne uratke i uratke za koje imaju dopuštenje vlasnika autorskih prava, a zabranjeno je postavljanje pomografskog sadržaja, nasilja, sadržaja koji podržava kriminalne radnje, sadržaja sa ciljem sramoćenja, klevete i reklama. YouTube zadržava pravo na korištenje, preinaku i brisanje postavljenoga materijala.

Rad je podijeljen na pet dijelova. Nakon uvoda sam opširnije opisala povijest YouTube stranice, koju su pokrenuli bivši PayPalovi zaposlenici 2005. godine, njezinim kreatorima te kako i zašto je nastala. Treći dio opisuje poslovni model YouTube stranice, kako i na koje sve načine se može zarađivati na njoj, kako YouTube zvijezde dolaze do partnerstva sa sponzorima te kakvi su uvjeti i tko ih može ispuniti. U četvrtom su dijelu opisani uvjeti pružanja usluga, materijala koji je zaštićen autorskim pravima i tko ga smije i ne smije upotrebljavati, kako se ponašati prema takvome materijalu, kako YouTube cenzurira sadržaj videa i što se smije i ne smije stavljati u video, kako se kontroverzni sadržaj sprječava, kako pogledi na YouTube videozapisima rade te kako se pretplatnici moraju ponašati ako žele imati svoj kanal na stranici. U zadnjem poglavlju se govori o društvenom utjecaju i kreatorima na YouTubeu koji preuzimaju slavu glumaca i pjevača s televizijskih ekrana te se objavljivanjem privatnog života i problema povezuju s gledateljima i stječu povjerenje svojih gledatelja, tj. pretplatnika svog YouTube kanala, kojima na taj način pomažu pri vlastitim problemima i borbama.

## 2. POVIJEST I UTEMELJITELJI YOU TUBE-a

### 2.1. O povijesti

Prema priči koja se često ponavljala u medijima, Hurley i Chen razvili su ideju za YouTube početkom 2005. godine, nakon što su imali poteškoća s dijeljenjem videozapisa snimljenih na večeri u Chenovu stanu u San Franciscu. Karim nije prisustvovao zabavi i nijekao je da se dogodila, ali Chen je komentirao da je ta ideja "vjerojatno bila ojačana marketinškim idejama oko stvaranja priče koja je vrlo probavljiva".<sup>1</sup>

Karim je rekao kako je nadahnuće za YouTube prvo nastalo zbog snimke Janet Jackson na Super Bowlu 2004., kada je njezina dojka bila izložena za vrijeme nastupa, a kasnije zbog snimki tsunamija Indijskog oceana 2004. godine. Karim nije mogao pronaći videozapise nijednog od tih događaja na mreži, što je dovelo do ideje web mjesta za dijeljenje videozapisa. Hurley i Chen rekli su da je originalna ideja za YouTube bila video inačica online dating usluge, tj. web stranica Hot or Not.<sup>2</sup>

YouTube je započeo rad kao tehnologija financirana od strane rizičnog kapitala, prvenstveno od 11,5 milijuna dolara ulaganja tvrtke Sequoia Capital, između studenog 2005. i travnja 2006. Rano sjedište YouTubea nalazilo se iznad pizzerije i japanskog restorana u San Mateu, Kalifornija. Naziv domene [www.youtube.com](http://www.youtube.com) aktiviran je 14. veljače 2005., a web stranica je izrađena tijekom sljedećih mjeseci. Prvi YouTube video, naziva "Ja u zoološkom vrtu", dijeli suosnivač Jawed Karim, a prikazuje njega u zoološkom vrtu u San Diegu. Videozapis je objavljen 23. travnja 2005. i još uvijek se može pogledati na web stranici. YouTube je bio ponuđen javnosti kao beta test web-lokacije u svibnju 2005. Prvi videozapis koji je dosegao milijun prikaza bio je oglas marke Nike u kojem se pojavljuje Ronaldinho u studenom 2005. Nakon ulaganja 3,5 milijuna dolara od strane Sequoia Capitala u studenom 2005., stranica je službeno pokrenuta 15. prosinca 2005. godine. Do tada je stranica dobivala 8 milijuna pregleda dnevno. Web-lokacija je rasla vrlo brzo, a u srpnju 2006. tvrtka je objavila da se svakog dana prenosi više od 65.000 novih videozapisa te da web-lokacija prima 100 milijuna prikaza videozapisa dnevno. Prema podacima

---

<sup>1</sup> Wikipedia, preuzeto s <https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>, pristup ostvaren 10.9.2017.

<sup>2</sup> Wikipedia, preuzeto s <https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>, pristup ostvaren 10.9.2017.

koje je objavila tvrtka comScore za istraživanje tržišta, YouTube je dominantan pružatelj mrežnog videozapisa u Sjedinjenim Državama, s tržišnim udjelom od oko 43% i više od 14 milijardi prikaza videozapisa u svibnju 2010.<sup>3</sup>

U svibnju 2011. 48 minuta novih videozapisa bilo je objavlivano na web stranici svake minute, što je povećano na 60 sati svake minute u siječnju 2012., 100 sati svake minute u svibnju 2013., 300 sati svake minute u studenom 2014., i 400 sati svake minute u veljači 2017. Stranica ima 800 milijuna jedinstvenih korisnika mjesečno. Procjenjuje se da je tijekom 2007. YouTube potrošio toliko *bandwitha* koliko i cijeli Internet u 2000. godini. Prema davateljima web analize, Alexa i SimilarWeb, YouTube je druga najposjećenija web stranica na svijetu od prosinca 2016. godine. SimilarWeb također navodi YouTube kao vodeću TV i video web stranicu na globalnoj razini, koja privlači više od 15 milijardi posjetitelja mjesečno.<sup>4</sup>

Izbor imena [www.youtube.com](http://www.youtube.com) doveo je do problema za slično nazvanu web stranicu, [www.utube.com](http://www.utube.com). Vlasnik web-lokacije, Universal Tube & Rollform Equipment, podnio je tužbu protiv YouTubea u studenom 2006., nakon što je redovito preopterećen od strane ljudi koji traže YouTube. Universal Tube je od tada promijenio ime svoje web stranice u [www.utubeonline.com](http://www.utubeonline.com). U listopadu 2006. Google Inc. objavio je da je kupio YouTube za 1,65 milijardi dolara, a posao je završen 13. studenog 2006. godine.<sup>5</sup>

U ožujku 2010. YouTube je započeo besplatni prijenos određenog sadržaja, uključujući 60 kriket utakmica indijske lige Premier. Prema YouTubeu, ovo je bilo prvo besplatno online emitiranje velikog sportskog događaja. Web-lokacija usluge YouTube 31. ožujka 2010. pokrenula je novi dizajn sa ciljem pojednostavljenja sučelja i povećanja vremena potrošača na web mjestu. Googleov menadžer proizvoda, Shiva Rajaraman, komentirao je: "Doista smo se osjećali kao da se moramo povući i ukloniti nered." U svibnju 2010. YouTube videozapisi su se gledali više od dvije milijarde puta dnevno. To se povećalo na tri milijarde u svibnju 2011. i četiri milijarde u siječnju 2012. U veljači 2017. dnevno je gledano milijardu sati videozapisa s YouTubea.<sup>6</sup>

---

<sup>3</sup> Wikipedia, preuzeto s <https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>, pristup ostvaren 10.9.2017.

<sup>4</sup> Wikipedia, preuzeto s <https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>, pristup ostvaren 10.9.2017.

<sup>5</sup> Wikipedia, preuzeto s <https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>, pristup ostvaren 10.9.2017.

<sup>6</sup> Wikipedia, preuzeto s <https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>, pristup ostvaren 10.9.2017.

U listopadu 2010. Hurley je najavio da će odstupiti s mjesta glavnog izvršnog direktora YouTubea te preuzeti savjetodavnu ulogu, a da će Salar Kamangar preuzeti mjesto voditelja tvrtke. U travnju 2011. James Zern, inženjer softvera YouTubea, otkrio je da je 30% videozapisa činilo 99% prikaza na web stranici. U studenom 2011. web-lokacija za društveno umrežavanje Google+, integrirana je izravno na uslugu YouTube i web preglednik Chrome, čime se videozapisi na usluzi YouTube vide unutar Googlea.<sup>7</sup>

## **2.2. Utemeljitelji You Tube-a**

Steven Shih "Steve" Chen, rođen 18. kolovoza 1978., je američki internetski poduzetnik. Chen je bio zaposlen u financijskoj tvrtki PayPal, gdje je prvi put susreo Chada Hurleya i Jawed Karima. Chen je također bio rani zaposlenik na Facebooku, iako je nakon nekoliko mjeseci napustio Facebook kako bi se posvetio YouTubeu. Godine 2005. Chad Hurley, Jawed Karim i Chen osnivaju YouTube, a Chen ima položaj glavnog tehničara. U lipnju 2006. Chena je Business 2.0 stavio na popis kao jednog od "50 ljudi koji su sada bitni" u poslovanju. 16. listopada 2006. Chen i Hurley prodali su uslugu YouTube Google Inc.-u za 1,65 milijardi dolara. Chen je primio 625.366 dionica Googlea i dodatnih 68.721 u povjerenju u sklopu prodaje. Dionice Googlea koje je primio prijavljene su u vrijednosti više od 326 milijuna dolara, oko godinu dana kasnije. Magazin "Asian Scientist" 15. svibnja 2011. godine piše o Chenu kao o jednom od 15 azijskih znanstvenika koje treba pratiti.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Wikipedia, preuzeto s <https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>, pristup ostvaren 10.9.2017.

<sup>8</sup> Wikipedia, preuzeto s <https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>, pristup ostvaren 10.9.2017.



**Slika 1.** Utemeljitelj YouTubea Steve Chen

Izvor: <https://www.gv.com/img/team-large/steve-chen.jpg>, pristup ostvaren 10.09.2017.

Chad Meredith Hurley (rođen 24. siječnja 1977.) je američki suosnivač i bivši glavni izvršni direktor popularne web stranice za razmjenu videozapisa YouTube i MixBit. U lipnju 2006. godine, 28. je na popisu "50 ljudi koji su sada bitni" Business 2.0-a. U listopadu 2006. godine on i Steve Chen prodali su YouTube za 1,65 milijardi dolara Googleu. Hurley je radio u eBayovoj PayPal podružnici, a jedan od njegovih zadataka, koji je uključivao dizajniranje izvornog PayPal logotipa, prije početka YouTubea, odradio je s PayPal kolegama, Steveom Chenom i Jawedom Karimom. Hurley je prvenstveno bio odgovoran za označavanje i dijeljenje videozapisa YouTubea. U Wall Street Journalu zabilježeno je da je Chad Hurleyjev udio iznosio 345,6 milijuna dolara na Googleovoj burzovnoj cijeni od 470,01 dolara za 2007. godinu. Izravno je dobio 694.087 dionica Googlea i 41.232 dionice u povjerenju. Druga dva suosnivača usluge YouTube, Steve Chen i Jawed Karim, primili su 625.366 dionica i 137.443 dionice, u vrijednosti od 326,2 milijuna dolara i 64,6 milijuna dolara. Izvješće časopisa temelji se na Googleovoj izjavi o registraciji s DIP-om podnesenoj 7. veljače 2007. Hurley je odstupio od glavnog izvršnog

direktora YouTubea u listopadu 2010. godine i izjavio kako će ostati savjetnik za YouTube, dopuštajući Salaru Kamangaru da preuzme položaj glavnog direktora.<sup>9</sup>



**Slika 2.** Utemeljitelj YouTubea Chad Hurley

Izvor: <https://res.cloudinary.com/crunchbase-production/image/upload/v1491749158/xea8cijylxikxxh0m12g.png>, pristup ostvaren 10.09.2017.

Jawed Karim (rođen 28. listopada 1979.) je njemačko-američki internetski poduzetnik (podrijetla iz Bangladeša) koji je suosnivač YouTubea i bio je prva osoba koja je prenijela video na stranicu. Videozapis koji je objavio naslovio je 'Ja u zoološkom vrtu', a od srpnja 2017. dosegao je više od 40 milijuna pregleda. Mnoge ključne komponente PayPala, uključujući i sustav protu-internetske prijevare u stvarnom vremenu, također su dizajnirane i implementirane od strane Karima. Godine 1998. Jawed je stažirao u tvrtki Silicon Graphics Inc. gdje je radio na 3D voxel upravljanju podacima za vrlo velike skupove podataka za prikazivanje volumena, uključujući podatke o Visible Human projektu. Dok je radio u PayPalu, upoznao je Chad Hurleyja i Stevea Chena. Trojac je kasnije, 2005. godine, osnovao web stranicu za dijeljenje videozapisa na YouTubeu. Nakon osnivanja tvrtke, razvoja koncepta i web mjesta YouTube s Chadom Hurleyom i Steveom Chenom, Karim se upisao, kao diplomirani student računalstva, na Sveučilište Stanford te

---

<sup>9</sup> Wikipedia, preuzeto s <https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>, pristup ostvaren 10.9.2017.

nastavio raditi kao savjetnik za YouTube. Kada je stranica uvedena, u veljači 2005. godine, Karim se složio da nije zaposlen i da je jednostavno neformalni savjetnik te da se usredotočio na svoje studije. Kao rezultat toga, on je uzeo puno manji udio u tvrtki u usporedbi s Hurleyjem i Chenom. Zbog svoje manje uloge u tvrtki, Karim je većinom bio nepoznat javnosti, kao treći osnivač, sve dok Google nije otkupio YouTube 2006. godine. Unatoč njegovom nižem udjelu u tvrtki, kupnja je bila dovoljno velika te je primio 137.443 Googleovih dionica, u vrijednosti od oko 64 milijuna dolara na temelju Googleove cijene zatvaranja dionica u to vrijeme. U listopadu 2006. Karim je održao predavanje o povijesti YouTubea na godišnjoj ACM konferenciji Sveučilišta Illinois, pod nazivom YouTube: From Concept to Hyper-growth. U svom je predavanju spomenuo Wikipediju kao inovativni društveni eksperiment. Karim se vratio na Sveučilište u Illinoisu u svibnju 2007. godine kao 136. i najmlađi predvodnik u povijesti Sveučilišta. U ožujku 2008. godine Karim je pokrenuo venture fond pod nazivom Youniversity Ventures, sa ciljem da pomogne sadašnjim i bivšim studentima u razvijanju i pokretanju poslovnih ideja.<sup>10</sup>



**Slika 3.** Utemeljitelj YouTubea Jawed Karim

Izvor: <https://res.cloudinary.com/crunchbase-production/image/upload/v1488564872/redwo0kabh7ooh5wn1lb.jpg>, pristup ostvaren 10.09.2017.

---

<sup>10</sup> Wikipedia, preuzeto s <https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>, pristup ostvaren 10.9.2017.

### **3. POSLOVNI MODEL YOU TUBE-a**

Postati YouTube Partner jedan je od najlakših načina da zaradite kao YouTuber, ali pre-roll reklame nisu jedini način na koji se može zaraditi.

YouTube ima mnoga sredstva pomoću kojih se može zaraditi. Naravno, što je više pretplatnika na neki kanal, to će on više i zarađivati. Možemo vidjeti kako mnogi Youtuberi imaju svoje osobne marke, svoj brand, logotip, svoj merchandise. Youtuberi koji imaju svoj takozvani merchandise, najviše na njemu i zarađuju jer je to njihova osobna marka, trgovina.

#### **3.1. Prihod**

Google ne daje detaljne podatke o troškovima rada YouTubea, a prihodi usluge YouTube u 2007. zabilježeni su kao "nematerijalni" u regulatornom podnošenju. U lipnju 2008. godine članak časopisa Forbes projicirao je prihod 2008. godine na 200 milijuna dolara, navodeći napredak u oglašivačkim prodajama. U siječnju 2012. procijenjeno je da su posjetitelji usluge YouTube potrošili prosječno 15 minuta dnevno na web-lokaciji, za razliku od četiri ili pet sati dnevno koje je potrošio tipični gledatelj televizije u SAD-u. U 2012. godini prihodi usluge YouTube iz oglasnih programa procijenjeni su na 3,7 milijardi dolara. U 2013. godini prihod se gotovo udvostručio, a procjenjuje se da je, prema eMarketeru, dosegno 5,6 milijardi dolara, dok drugi procjenjuju 4,7 milijardi. Velika većina videozapisa na usluzi YouTube besplatna je za pregled i podržana oglašavanjem. U svibnju 2013. YouTube je predstavio probnu shemu od 53 kanala pretplate sa cijenama u rasponu od 0,99 do 6,99 dolara mjesečno. Taj korak je bio pokušaj da se natječu s drugim pružateljima mrežnih pretplatničkih usluga, kao što su Netflix i Hulu.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> Wikipedia, preuzeto s <https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>, pristup ostvaren 10.9.2017.



### 3.2. AdSense

Kako biste zarađivali na videozapisima, morate povezati svoj YouTube kanal s AdSense računom. Kroz AdSense se plaća i prati se zarada.

Koliko novaca zaradite putem AdSensea ovisi o vašim CPM-ovima i EPM-ovima. CPM je akronim za "cijena po milji" i pokazuje koliko oglašavač plaća za 1000 pojavljivanja oglasa. RPM je vaš prihod na 1000 pojavljivanja.<sup>12</sup>

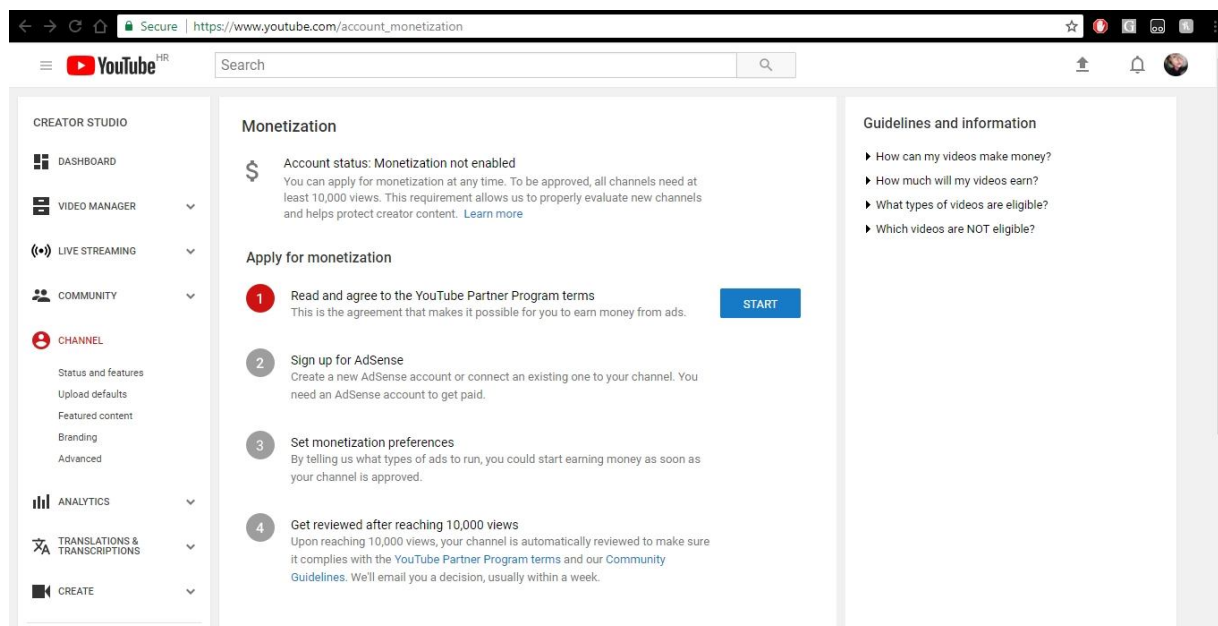
Postoji nekoliko stvari koje biste trebali apsolutno izbjegavati kada unovčite YouTube kanal s AdSenseom. Prije svega, nemojte klikati vlastite oglase kako bi umjetno napunili zaradu. Google će brzo odrediti da djelujete lažno. Zatim će vam biti zabranjena upotreba programa AdSense i izgubit ćete stvarno dobru srednju zaradu od svog YouTube kanala.

Zatim, nemojte tražiti od svojih obožavatelja i gledatelja da klikaju oglase (ili se bave s njima). Ovo je u suprotnosti s uvjetima korištenja i također će dovesti vaš račun u nevolju. Kada to učinite, u biti tražite od svojih obožavatelja da klikaju oglase za koje možda nemaju interesa. Oglašivači će tada morati platiti za oglasne kampanje koje im ne čine dobro.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Filmora, preuzeto s <https://filmora.wondershare.com/vlogger/understanding-adsense-for-youtube.html>, pristup ostvaren 10.9.2017.

<sup>13</sup> Vlognation, preuzeto s <http://www.vlognation.com/make-money-youtube-google-adsense/>, pristup ostvaren 10.9.2017.



**Slika 4. Adsense**

Izvor: [https://www.youtube.com/account\\_monetization](https://www.youtube.com/account_monetization), pristup ostvaren 19.09.2017.

### 3.3. Partnerstva za oglašavanje

YouTube je u lipnju 2006. godine ušao u partnerstvo za marketing i oglašavanje s NBC-om. U ožujku 2007. godine postigao je dogovor s BBC-om za tri kanala s BBC sadržajem, jedan za vijesti i dva za zabavu. U studenom 2008. YouTube je postigao dogovor s MGM-om, Lions Gate Entertainmentom i CBS-om, dopuštajući tvrtkama da objavljuju filmove i televizijske epizode na web stranici, zajedno s oglasima u odjeljku za gledatelje iz SAD-a pod nazivom "Emisije". Tim potezom cilj je bio stvoriti konkurenciju internetskim stranicama poput Hulu, koja sadrži materijale iz NBC-a, Foxa i Disneya. U studenom 2009. godine, YouTube je pokrenuo verziju "Emisija", dostupnu gledateljima u Velikoj Britaniji, nudeći oko 4 000 punih emisija više od 60 partnera. U siječnju 2010. YouTube je uveo uslugu online unajmljivanja filmova koja je dostupna samo korisnicima u SAD-u, Kanadi i Velikoj Britaniji. Usluga nudi preko 6000 filmova.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> Wikipedia, preuzeto s <https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>, pristup ostvaren 10.9.2017.

### **3.4. Partnerstvo s kreatorima videozapisa**

U svibnju 2007. YouTube je pokrenuo svoj Partnerski program, sustav koji se temelji na programu AdSense, koji dopušta kreatoru videozapisa da podijeli prihode ostvarene oglašavanjem na web-lokaciji. YouTube obično uzima 45 posto prihoda od oglašavanja u videozapisima u Partnerskom programu, s time da 55 posto ide kreatoru videozapisa. Postoji preko milijun članova Partnerskog programa YouTubea. Prema TubeMogulu, u 2013. oglašavanje prije videozapisa na usluzi YouTube (prikazano prije početka videozapisa) je oglašavačima, u prosjeku, iznosilo 7,60 USD po 1 000 prikaza. Obično ne više od polovice videozapisa koji ispunjavaju uvjete imaju oglas prije početka oglašavanja zbog nedostatka zainteresiranih oglašivača. Pod pretpostavkom da su pre-roll oglasi na polovini videozapisa, partner YouTubea zaradio bi  $0,5 \times \$ 7,60 \times 55\% = 2,09$  USD po 1000 prikaza u 2013. godini. Play Button gumbi, dio YouTubeovih nagrada za kreatore videozapisa, su priznanje YouTubea njegovim najpoznatijim kanalima.<sup>15</sup>

### **3.5. Prihod vlasnicima autorskih prava**

Veći dio prihoda usluge YouTube odlazi vlasnicima autorskih prava videozapisa. U 2010. godini prijavljeno je da je gotovo trećina videozapisa s oglasima prenesena bez dopuštenja vlasnika autorskih prava. YouTube daje opciju vlasnicima autorskih prava da pronađu i uklone svoje videozapise ili da ih se nastavi prikazivati uz prihod. U svibnju 2013. Nintendo je počeo provoditi svoje vlasništvo nad autorskim pravima i zahtijevati prihode od oglašavača videozapisa koji su objavljivali snimke zaslona svojih igara. U veljači 2015. Nintendo je pristao dijeliti prihode s kreatorima videozapisa.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> Wikipedia, preuzeto s <https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>, pristup ostvaren 10.9.2017.

<sup>16</sup> Wikipedia, preuzeto s <https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>, pristup ostvaren 10.9.2017.

## 4. UVJETI PRUŽANJA USLUGA

Usluga YouTube ima skup Smjernica zajednice sa ciljem smanjenja zloupotrebe značajki web stranice. Općenito, zabranjeni materijal uključuje: seksualno eksplicitan sadržaj, videozapise zlostavljanja životinja, videozapise šoka, sadržaj koji se prenosi bez pristanka vlasnika autorskog prava, govor mržnje, neželjena pošta i predatorska ponašanja. Usprkos smjericama, YouTube se suočio s kritikama iz izvora vijesti za sadržaj koji krši ove smjernice.<sup>17</sup>

### 4.1. Materijal zaštićen autorskim pravima

U trenutku prijenosa videozapisa korisniku usluge YouTube prikazana je poruka koja traži od njega da ne krši zakone o autorskim pravima. Unatoč ovom savjetu, na YouTubeu još uvijek postoji mnogo neovlaštenih isječaka materijala zaštićenog autorskim pravima. YouTube ne pregledava videozapise prije nego što se objavljuju na mreži, a vlasnicima autorskog prava dostavio je obavijest o ukidanju Zakona o zaštiti autorskih prava u digitalnom tisućljeću (DMCA), sukladno uvjetima Zakona o ograničavanju odgovornosti autorskih prava na temelju istih. Svaka uspješna žalba zbog kršenja autorskih prava dovodi do opomene zbog kršenja autorskih prava na YouTubeu. Tri uspješne pritužbe zbog kršenja autorskih prava na korisničkom računu rezultirat će brisanjem računa i svih prenesenih videozapisa. Organizacije koje uključuju Viacom, Mediaset i englesku Premier ligu su podnijele tužbe protiv YouTubea, tvrdeći kako je učinio premalo kako bi spriječio prijenos materijala zaštićenog autorskim pravima. Viacom, zahtijevajući milijardu dolara odštete, je izjavio da je na YouTubeu pronađeno više od 150.000 neovlaštenih isječaka materijala koji su bili pregledani "nevjerojatnih 1,5 milijardi puta". YouTube je odgovorio da je "daleko izvan zakonskih obveza u pružanju pomoći vlasnicima sadržaja za zaštitu njihovih djela."<sup>18</sup>

Tijekom iste sudske bitke, Viacom je osvojio sudsku odluku kojom je YouTube trebao predati više od 12 terabajta podataka s detaljnim navikama gledanja svakog korisnika koji je gledao

---

<sup>17</sup> Wikipedia, preuzeto s <https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>, pristup ostvaren 10.9.2017.

<sup>18</sup> Wikipedia, preuzeto s <https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>, pristup ostvaren 10.9.2017.

videozapise na web mjestu. Odluku je kritizirala Electronic Frontier Foundation, koja je sudsku odluku nazvala "povlačenjem prava na privatnost". U lipnju 2010. godine, Viacomova tužba protiv Googlea odbijena je u sažetoj presudi, pri čemu je federalni sudac SAD-a, Louis L. Stanton, izjavio da je Google zaštićen odredbama Zakona o zaštiti autorskih prava digitalnih milenija. Viacom je najavio namjeru žalbe na presudu. 5. travnja 2012. godine Žalbeni sud Sjedinjenih Država ponovo je pokrenuo predmet dopuštajući ponovno saslušanje tvrtke Viacom protiv Googlea. 18. ožujka 2014. tužba je riješena, nakon sedam godina, s neobjavljenim sporazumom.<sup>19</sup>

U kolovozu 2008. američki sud presudio je u predmetu Lenz protiv Universal Music Corp. da nositelji autorskih prava ne mogu naručiti uklanjanje online datoteke bez prethodnog utvrđivanja je li objavljivanje odražavalo poštenu upotrebu materijala. Slučaj je uključivao Stephanie Lenz iz Gallitzina, Pennsylvania, koja je napravila kućni videozapis njezina trinaestomjesečnog sina koji pleše na Princeovu pjesmu "Let's Go Crazy" i objavila 29-minutni videozapis na YouTubeu. U slučaju Smitha protiv Summit Entertainment LLC-a, profesionalna pjevačica Matt Smith tužila je Summit Entertainment zbog pogrešne upotrebe obavijesti o uklanjanju autorskog prava na YouTubeu. Sud je utvrdio sedam uzroka djelovanja, a četiri su bila u Smithovu korist.<sup>20</sup>

U travnju 2012. sud u Hamburgu presudio je da se YouTube može smatrati odgovornim za materijale zaštićene autorskim pravima koje su objavili njegovi korisnici. Organizacija za prava izvođenja, GEMA, tvrdi da YouTube nije učinio dovoljno za sprečavanje učitavanja njemačke glazbe zaštićene autorskim pravima. Usluga YouTube odgovorila je navodeći:

"Nastojimo pronaći rješenje problema izdavanja glazbenih licenci u Njemačkoj, a od kojih će korist imati umjetnici, skladatelji, autori, i izdavači, kao i šira zajednica usluge YouTube".

Dana 1. studenog 2016. riješen je spor s tvrtkom GEMA, a Googleov ID sadržaja upotrebljava se za dopuštanje dodavanja oglasa u videozapise sa sadržajem zaštićenim od GEMA.<sup>21</sup>

---

<sup>19</sup> Wikipedia, preuzeto s <https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>, pristup ostvaren 10.9.2017.

<sup>20</sup> Wikipedia, preuzeto s <https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>, pristup ostvaren 10.9.2017.

<sup>21</sup> Wikipedia, preuzeto s <https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>, pristup ostvaren 10.9.2017.

U travnju 2013. objavljeno je da Universal Music Group i YouTube imaju ugovorni sporazum koji sprječava obustavljanje sadržaja blokiranog na usluzi YouTube od strane zahtjeva UMG-a, čak i ako učitavač videozapisa podnese pritužbu na DMCA. Kada se pojavi spor, prenositelj videozapisa mora kontaktirati UMG. YouTubeov vlasnik, Google, je u studenom 2015. objavio da će pomoći pokriti pravni trošak u odabranim slučajevima, u kojima smatraju da se primjenjuju zakoni o pravednoj upotrebi.<sup>22</sup>

#### **4.2. Identifikacija sadržaja i kontraverzni sadržaj**

U lipnju 2007. YouTube je započeo suđenja za sustav automatskog otkrivanja prenesenih videozapisa koji krše autorska prava. Googleov CEO (direktor tvrtke), Eric Schmidt, smatrao je da je ovaj sustav potreban za rješavanje tužbi, kao i onaj iz tvrtke Viacom, koji je navodno tvrdio da je YouTube profitirao od sadržaja koje nije imao pravo distribuirati. Sustav, koji je postao poznat kao Content ID, stvara ID datoteku za audio (zvukovni) i videomaterijal zaštićen autorskim pravima i pohranjuje ga u bazu podataka. Prilikom prijenosa videozapisa provjerava se u odnosu na bazu podataka i označava se kao videozapis kršenja autorskih prava ako se pronade podudarajuće kršenje istih. Kada se to dogodi, vlasnik sadržaja ima mogućnost blokiranja videozapisa kako bi bio nepregledan, praćenjem statistike gledanja videozapisa ili dodavanjem oglasa u videozapis. YouTube opisuje ID sadržaj kao "vrlo precizan u pronalaženju prijenosa koji izgledaju slično referentnim datotekama koje su dovoljne duljine i kvalitete za generiranje učinkovite identifikacijske datoteke". Content ID računa više od trećine unovčavanih prikaza na usluzi YouTube.<sup>23</sup>

Nezavisni test u 2009. godini prenio je više verzija iste pjesme na YouTube i zaključio da, iako je sustav "iznenađujuće elastičan", u pronalaženju kršenja autorskih prava u audio (zvukovnim) zapisima videozapisa ipak bilo pogreški. Upotreba Content ID-a za automatsko uklanjanje materijala dovela je do polemika u nekim slučajevima, budući da videozapise za pravednu upotrebu nije provjeravao čovjek. Ako se korisnik usluge YouTube ne slaže s odlukom prema ID-Content-u, moguće je ispuniti obrazac koji osporava odluku. YouTube je naveo učinkovitost

---

<sup>22</sup> Wikipedia, preuzeto s <https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>, pristup ostvaren 10.9.2017.

<sup>23</sup> Wikipedia, preuzeto s <https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>, pristup ostvaren 10.9.2017.

Content ID-a kao jedan od razloga zbog kojih su pravila web stranice promijenjena u prosincu 2010., kako bi nekim korisnicima omogućili prijenos videozapisa neograničene duljine.<sup>24</sup>

Usluga YouTube također se suočila s kritikama zbog uvredljivog sadržaja u nekim svojim videozapisima. Prijenos videozapisa koji sadrže klevetu, pornografiju i materijale koji potiču kriminalno ponašanje zabranjen je u YouTubeovim "Smjernicama zajednice". Usluga YouTube oslanja se na korisnike da sami označavaju sadržaj videozapisa kao neprikladan, a zaposlenik YouTubea pregledat će označeni videozapis kako bi utvrdio krši li smjernice web stranice.<sup>25</sup>

Kontroverzni sadržaj uključio je materijal koji se odnosi na poricanje holokausta i katastrofu Hillsborough, kada je 96 nogometnih navijača iz Liverpola bilo smrvljeno 1989. godine. U srpnju 2008. godine Odbor za kulturu i medije Ujedinjenog Kraljevstva izjavio je da je "nepresušan" s YouTubeovim sustavom za nadzor nad svojim videozapisima, te je tvrdio da "proaktivno preispitivanje sadržaja treba biti standardna praksa za web stranice koje imaju korisničko generirani sadržaj ". Usluga YouTube odgovorila je sljedeće:

„Imamo stroga pravila o tome što je dopušteno i sustav koji omogućava svakome tko vidi neprikladan sadržaj da ga prijavi našem timu koji je aktivan 24/7 i problem će se riješiti što prije. Obrazujemo zajednicu o pravilima i uključujemo izravnu vezu sa svake stranice usluge YouTube da bismo ovaj proces učinili što jednostavnijim za naše korisnike. S obzirom na količinu sadržaja koji se prenosi na našu web-lokaciju, smatramo da je to daleko najučinkovitiji način koji će osigurati da se manji broj videozapisa koji prekrše pravila brzo spusti.“

U listopadu 2010. američki kongresnik Anthony Weiner pozvao je YouTube da ukloni videozapise imame Anwar al-Awlaki sa svoje web stranice. YouTube je povukao neke od videozapisa u studenom 2010. navodeći da su prekršili smjernice web-lokacije. U prosincu 2010. YouTube je dodao mogućnost označavanja videozapisa kao sadržaje terorizma.<sup>26</sup>

Pravila usluge YouTube-a sa "sadržajem prilagođenim oglašavačima" ograničavaju ono što se može uključiti u videozapise koji se unovčavaju, a to uključuje: snažno nasilje, jezik, seksualni

---

<sup>24</sup> Wikipedia, preuzeto s <https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>, pristup ostvaren 10.9.2017.

<sup>25</sup> Wikipedia, preuzeto s <https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>, pristup ostvaren 10.9.2017.

<sup>26</sup> Wikipedia, preuzeto s <https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>, pristup ostvaren 10.9.2017.

sadržaj i "kontroverzne ili osjetljive teme i događaje, uključujući teme vezane uz rat, političke sukobe, prirodne katastrofe i tragedije, čak i ako se ne prikazuju grafički prikazi", osim ako je sadržaj "najčešće složen u obliku vijesti ili komične i stvaralačke namjere u smislu informiranja ili zabave ". U rujnu 2016., nakon uvođenja poboljšanog sustava obavijesti, kako bi korisnike obavijestio o tim kršenjima, pravila usluge YouTube kritizirali su istaknuti korisnici, uključujući Phillipa DeFrancoa i Vlogbrothersa. DeFranco je tvrdio da nije moguće zaraditi od prihoda od oglašavanja i naglasio je kako je to "cenzura drugačijeg imena". Glasnogovornik YouTubea izjavio je da, iako sama politika nije bila nova, usluga je "poboljšala postupak obavješćivanja i izdavanja žalbi kako bi se osigurala bolja komunikacija s našim stvarateljima".<sup>27</sup>

U ožujku 2017. vlada Ujedinjenog Kraljevstva povukla je svoje oglašavačke kampanje s YouTubea, nakon što je objavila da su se njezini oglasi pojavljivali na videozapisima koji sadrže ekstremistički sadržaj. Vlada je zahtijevala uvjerenje da će njeno oglašavanje "biti dostavljeno na siguran i prikladan način". The Guardian novine, kao i drugi velike britanski i američki brendovi, na sličan način povlače svoje oglase na YouTubeu, zbog navodnog pojavljivanja u blizini uvredljivog sadržaja. Google je izjavio da je "počeo opsežnu recenziju naših pravila oglašavanja i učinio javnu predanost uvođenju izmjena koje daju brendovima veću kontrolu u biranju mjesta gdje se prikazuju njihovi oglasi". Početkom travnja 2017. kanal YouTubea h3h3Productions predstavio je dokaze koji tvrde da je članak Wall Street Journala izradio snimke zaslona koji prikazuju glavno oglašavanje marke na uvredljivom videozapisu, koji sadrži glazbu Johnny Rebel-a koja je prekrivena glazbenim videozapisom Chief Keefa, navodeći da sam videozapis nije zaradio nikakav prihod oglasa za učitavača. Videozapis je povučen nakon što je ustanovljeno da su oglasi, zapravo, pokrenuti upotrebom sadržaja zaštićenim autorskim pravima u videozapisu.<sup>28</sup>

YouTube je 6. travnja 2017. objavio da će "kako bi se osigurao prihod samo za tvoritelje koji igraju prema pravilima", promijeniti praksu te zahtijevati da se kanal podvrgne "pregledu

---

<sup>27</sup> Wikipedia, preuzeto s <https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>, pristup ostvaren 10.9.2017.

<sup>28</sup> Wikipedia, preuzeto s <https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>, pristup ostvaren 10.9.2017.



usklađenosti s pravilima" i da ima barem 10.000 prikaza tijekom svog postojanja, prije nego što se može pridružiti Partnerskom programu.<sup>29</sup>

### 4.3. Komentari korisnika

Većina videozapisa omogućuje korisnicima da ostavljaju komentare, a oni su privukli pozornost na negativne aspekte oblika i sadržaja. Godine 2006. Time je pohvalio Web 2.0 jer je omogućio "zajedništvo i suradnju na ljestvici koja nikad prije nije viđena", te dodao kako YouTube "nosi glupost gužve, kao i dobru količinu mudrosti. Neki od komentara na YouTubeu vas tjeraju u plač samo radi budućnosti čovječanstva, radi pravopisa, nemojte zanemariti uz to sramotu i голу mržnju ". Guardian je 2009. godine opisao komentare korisnika YouTubea kao:

"Maloljetni, agresivni, pogrešno napisani, seksistički, homofobični, okrenuti bijesu zbog sadržaja videozapisa kako bi pružili besprijekorno detaljan opis nakon kojeg slijedi LOL. Komentari na YouTubeu su vrela infantilne rasprave i neustrašivog neznanja - s povremenim pucanjem sjaja dosjetljivosti."

U rujnu 2008. The Daily Telegraph je komentirao da je YouTube "zloglasan" za neke od i najčešće formiranih razmjena komentara na internetu, te je izvijestio o YouTube Comment Snobu, "novom programu koji blokira nepristojne i nepismene postove". Huffington Post primijetio je u travnju 2012. da je teško točno pronaći komentare na YouTubeu koje se čine "uvredljivim, glupim i krupnim" za "veliku većinu" ljudi.<sup>30</sup>

6. studenog 2013. Google je implementirao sustav komentara usmjeren na Google+ koji je zahtijevao od svih korisnika usluge YouTube da upotrebljavaju Google+ račun kako bi mogli komentirati videozapise. Navedena motivacija, za promjenu, dala je kreatorima veću moć umjeravanja i blokiranja komentara, čime se obrađuju česte kritike s njihovim kvalitetama. Novi sustav vratio je mogućnost ubacivanja URL-ova u komentare, koji su prethodno uklonjeni zbog problema sa zlouporabom. Kao odgovor na to, suosnivač YouTubea, Jawed Karim, postavio je pitanje: "Zašto je meni potreban google+ račun da bih mogao komentirati videozapis?" na svom

---

<sup>29</sup> Wikipedia, preuzeto s <https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>, pristup ostvaren 10.9.2017.

<sup>30</sup> Wikipedia, preuzeto s <https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>, pristup ostvaren 10.9.2017.

YouTube kanalu kako bi izrazio svoje negativno mišljenje o promjeni. Službena objava na usluzi YouTube dobila je 20.097 glasova "palac dolje" i generirala je više od 32.000 komentara u dva dana. Na Silicon Islandu, u Newsday blogu, Chase Melvin napisao je da "Google+ nije ni blizu popularna mreža društvenih medija kao što je Facebook, već uglavnom prisiljava milijune korisnika usluge YouTube koji ne žele izgubiti mogućnost komentiranja videozapisa" i "Forumi za raspravu diljem Interneta već su rasprsnuti s prigovorima prema novom sustavu komentara". U istom članku Melvin dalje kaže:

"Možda su pritužbe korisnika opravdane, ali ideja o obnovi starog sustava nije tako loša. Razmislite o nepristojnom, seksističkom i rasno zaraženom mudrovanju koje se tijekom posljednjih osam godina pojavljivalo na YouTubeu bez ikakvog vidljivog umjeravanja. Nije li to pokušaj da obuzdaju neidentificirane ubojice vrijedne metaka? Sustav je daleko od savršenstva, ali Google bi trebao biti pohvaljen za pokušaj ublažavanja nekih oštećenja uzrokovanih jednim YouTuberima koji se kriju iza neprijateljstva i anonimnosti."

Dana 27. srpnja 2015. Google je objavio post na blogu da će ukloniti zahtjev za prijavu na Google+ račun kako bi korisnici mogli objavljivati komentare na YouTubeu.<sup>31</sup>

YouTube je 3. studenog 2016. objavio probnu verziju koja omogućuje stvarateljima videozapisa odlučivanje hoće li odobriti, sakriti ili prijaviti komentare objavljene uz videozapise, na temelju algoritma koji otkriva potencijalno uvredljive komentare.<sup>32</sup>

#### **4.4. Prikaz pogleda**

U prosincu 2012. godine uklonjene su dvije milijarde pregleda iz broja prikaza Universal i Sony glazbenih spotova na YouTubeu, potaknuvši zahtjev The Daily Dot da su pregledi izbrisani zbog kršenja uvjeta pružanja usluge web-lokacije kojima se zabranjuje upotreba automatiziranih procesa za povećanje broja prikaza. Billboard je to osporio tvrdeći da su dvije milijarde prikaza premještene u Vevo jer videozapisi više nisu bili aktivni na YouTubeu. 5. kolovoza 2015. YouTube je ukinuo značajku koja je rezultirala zamrzavanjem broja prikaza videozapisa na "301"

---

<sup>31</sup> Wikipedia, preuzeto s <https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>, pristup ostvaren 10.9.2017.

<sup>32</sup> Wikipedia, preuzeto s <https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>, pristup ostvaren 10.9.2017.

(kasnije "301+") dok nije provjerena stvarna brojka, kako bi se spriječilo lažno prebrojavanje prikaza videozapisa. Brojevi prikaza usluge YouTube ažuriraju se u stvarnom vremenu.<sup>33</sup>

#### **4.5. Cenzura i filtriranje sadržaja**

Od rujna 2012., zemlje u kojima je YouTube zabranjen su: Kina, Iran i Turkmenistan. YouTube je blokiran zbog raznih razloga, uključujući:

- Ograničavanje izloženosti javnosti na sadržaj koji može uzrokovati društvene ili političke nemire;
- Sprječavanje kritike vladara, vlade, vladinih dužnosnika, vjere ili vjerskih vođa; Povrede nacionalnih zakona, uključujući:
- Zakone o zaštiti autorskih prava i intelektualnog vlasništva;
- Kršenja govora mržnje, etike ili zakona koji se temelje na moralnosti;
- Nacionalno zakonodavstvo o sigurnosti;
- Sprječavanje pristupa videozapisima koji se smatraju neprikladnim za mlade;
- Smanjenje smetnji na radu ili u školi;
- Smanjenje količine korištene širine mreže.<sup>34</sup>

U nekim zemljama YouTube je potpuno blokiran, bilo kroz dugoročnu zabranu postojanja ili na ograničeno vremensko razdoblje, kao što je to u razdobljima nemira, predizbornih izbora ili kao odgovor na nadolazeće političke obljetnice. U drugim zemljama pristup webu kao cjelini ostaje otvoren, ali pristup određenim videozapisima blokiran je. U slučajevima kada je cijela web lokacija zabranjena zbog jednog određenog videozapisa, YouTube će se često složiti s tim da ukloni ili ograniči pristup tom videozapisu radi vraćanja usluge. Tvrtke, škole, vladine agencije i

---

<sup>33</sup> Wikipedia, preuzeto s <https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>, pristup ostvaren 10.9.2017.

<sup>34</sup> Wikipedia, preuzeto s <https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>, pristup ostvaren 10.9.2017.

druge privatne ustanove često blokiraju društvene medijske web-lokacije, uključujući YouTube, zbog ograničenja širine pojasa i mogućnosti odvratanja pozornosti.<sup>35</sup>

Nekoliko je zemalja blokiralo pristup usluzi YouTube:

3. prosinca 2006. Iran je privremeno blokirao pristup na YouTube i nekoliko drugih mjesta, nakon što ih je proglasio mjestima kršenja društvenih i moralnih kodeksa ponašanja. Blokada YouTubea došla je nakon što je na mreži objavljen video koji je prikazivao iransku zvijezdu sapunica kako sudjeluje u spolnom odnosu. Blok je kasnije podignut i ponovno uspostavljen nakon predsjedničkih izbora u Iranu 2009. Godine 2012. Iran je ponovno omogućio pristup, uz pristup Googleu, nakon što je objavljena kontroverzna filmska priča o nevinosti muslimana na YouTubeu. Tajland je blokirao pristup između 2006. i 2007. zbog uvredljivih videozapisa koji se odnose na kralja Bhumibola Adulyadeja.<sup>36</sup>

Neki australski odjeli za državno obrazovanje blokiraju YouTube navodeći "nesposobnost određivanja vrste video-materijala" i "Nema nikakve obrazovne vrijednosti, kao niti sadržaj materijala na web-lokaciji". Kina je blokirala pristup od 15. listopada 2007. do 22. ožujka 2008., te opet 24. ožujka 2009.. Maroko je blokirao pristup u svibnju 2007., navodno zbog kritičnih posljedica videozapisa o djelovanju Maroka u Zapadnoj Sahari. YouTube je postao dostupan ponovno 30. svibnja 2007., nakon što je tvrtka Maroc Telecom neslužbeno objavila da je odbijeni pristup web stranici bio samo "tehnički propust".<sup>37</sup>

Turska je blokirala pristup između 2008. i 2010. godine nakon kontroverze prema Mustafa Kemal Atatürku. U studenom 2010. video turskog političara Deniza Baykala izazvao je kratkotrajnu blokadu stranice, a web mjesto je zapriječeno novim isključivanjem ako se ne ukloni taj isti videozapis. Tijekom dvogodišnjeg bloka YouTubea, web stranica za dijeljenje videozapisa ostala je na osmom mjestu s najviše pristupa u Turskoj. U 2014. Turska je drugi put blokirala pristup, nakon "istjecanja obavještajnih podataka na visokoj razini".<sup>38</sup>

---

<sup>35</sup> Wikipedia, preuzeto s <https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>, pristup ostvaren 10.9.2017.

<sup>36</sup> Wikipedia, preuzeto s <https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>, pristup ostvaren 10.9.2017.

<sup>37</sup> Wikipedia, preuzeto s <https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>, pristup ostvaren 10.9.2017.

<sup>38</sup> Wikipedia, preuzeto s <https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>, pristup ostvaren 10.9.2017.

Pakistan je blokirao pristup 23. veljače 2008. zbog "uvredljivog materijala" prema islamskoj vjeri, uključujući prikaz danskih crtića o Muhamedu. To je dovelo do skoro globalnog zatamnjenja stranice YouTube na oko dva sata, jer je pakistansko blokiranje slučajno prebačeno u druge zemlje. 26. veljače 2008. zabrana je ukinuta nakon što je web stranica uklonila nepoželjan sadržaj svojih poslužitelja na zahtjev Vlade. Mnogi Pakistanci zaobišli su trodnevni blok upotrebom softvera virtualne privatne mreže. U svibnju 2010., slijedeći "Everybody Draw Mohammed Day", Pakistan ponovno blokira pristup YouTube-u, navodeći "rastući svetogrđni sadržaj". Zabrana je ukinuta 27. svibnja 2010., nakon što je web stranica uklonila neprikladni sadržaj svojih poslužitelja na zahtjev Vlade. Međutim, pojedinačni videozapisi koji se smatraju uvredljivima za muslimane objavljeni na YouTube-u i dalje će biti blokirani. Pakistan je ponovno stavio zabranu na uslugu YouTube u rujnu 2012., nakon što je web stranica odbila ukloniti film Nevinost muslimana. Zabrana je ukinuta u siječnju 2016., nakon što je YouTube pokrenuo specificiranu verziju za Pakistan.<sup>39</sup>

Turkmenistan je blokirao pristup 25. prosinca 2009. zbog nepoznatih razloga. Također su blokirane i druge web stranice, kao što je LiveJournal. Libija je blokirala pristup 24. siječnja 2010. zbog videozapisa koji su obilježili demonstracije u gradu Benghazi od strane obitelji zatočenika koji su ubijeni u zatvoru Abu Salim 1996., te videozapisima članova obitelji libijskog vođe Muammara Gaddafija na zabavama. Blokiranje je kritizirao Human Rights Watch. U studenom 2011., nakon Libijskog građanskog rata, usluga YouTube je ponovo dopuštena u Libiji.<sup>40</sup>

Afganistan, Bangladeš, Rusija i Sudan blokirali su pristup u rujnu 2012., nakon kontroverze tijekom 14-minutnog prikazivanja filma Nevjesta muslimana.<sup>41</sup>

---

<sup>39</sup> Wikipedia, preuzeto s <https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>, pristup ostvaren 10.9.2017.

<sup>40</sup> Wikipedia, preuzeto s <https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>, pristup ostvaren 10.9.2017.

<sup>41</sup> Wikipedia, preuzeto s <https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>, pristup ostvaren 10.9.2017.

U Libiji i Egiptu, u rujnu 2012., kratki prikaz filma Nevinost muslimana izazvao je nasilne prosvjede. YouTube je izjavio da je "ovaj videozapis - koji je široko dostupan na webu - jasno unutar naših smjernica i stoga će ostati na YouTubeu. No, zbog teške situacije u Libiji i Egiptu, sadržaj smo trenutno ograničili u istim."<sup>42</sup>

#### **4.6. Glazbena licenca**

U svibnju 2014., prije nego što je pokrenut pretplatnički temeljen servis Music Key na usluzi YouTube, nezavisna organizacija za glazbenu organizaciju, Worldwide Independent Network, navela je da je YouTube koristio ugovore s nezavisnim kućama koje su "podcijenjene" u odnosu na ostale streaming usluge, te da će blokirati sve glazbene sadržaje iz kuća koje ne žele ili ne mogu biti uključene u plaćenu uslugu. U priopćenju Financial Timesa u lipnju 2014. Robert Kyncl je potvrdio da će YouTube blokirati sadržaj kuća koje ne pregovaraju o ugovorima da budu uključene u plaćenu uslugu "kako bi se osiguralo da se svi sadržaji na platformi reguliraju novim ugovorenim uvjetima." Ukazujući kako je 90% kuća dobilo ponude, još je rekao: "Iako želimo imati 100% -tnu stopu uspjeha, razumijemo da to nije vjerojatno ostvarivi cilj i stoga je naša odgovornost prema našim korisnicima i industriji da ostvarimo poboljšano glazbeno iskustvo." Financial Times kasnije je objavio da je YouTube postigao zajednički sporazum s Merlin Networkom - trgovačkom grupom koja predstavlja više od 20.000 nezavisnih kuća u službi. Međutim, sam YouTube nije potvrdio taj isti sporazum.<sup>43</sup>

---

<sup>42</sup> Wikipedia, preuzeto s <https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>, pristup ostvaren 10.9.2017.

<sup>43</sup> Wikipedia, preuzeto s <https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>, pristup ostvaren 10.9.2017.

## 5. DRUŠTVENI UTJECAJ I KREATORI YOU TUBE-a

I privatne osobe i velike produkcijske kompanije koriste YouTube kako bi povećali gledanost i obnovili svoju publiku. Nezavisni kreatori sadržaja izgradili su ogromnu bazu pretplatnika u milijunima, s vrlo malo troškova i napora, dok su masovno trgovanje i radio promocija bili problematični. Istodobno, poznate su se osobe iz starih medija, na poziv YouTube managementa, preselile na web mjesto koje je jamčilo početnim kreatorima sadržaja da izrade veliku bazu pretplatnika te potencijalno veću gledanost od televizije. Kanali pokrenuti na YouTubeu, The Ellen DeGeneres Show i The Tonight Show s s Jimmyem Fallonom, postali su dva najcjjenjenija i najpregledavanija kanala na YouTubeu.<sup>44</sup>

Dok je "Partnerski program" za dijeljenje prihoda usluge YouTube omogućio zarađivanje producentima videozapisa - njegovih prvih petsto partnera godišnje zarađuju više od 100.000 dolara te njegovih deset najjačih kanala zarade od 2,5 milijuna do 12 milijuna dolara (od kojih su najuspješniji YouTuberi i kanali poput PewDiePiea, Smosha i Fine Brothersa) - u 2012. poslovni urednik CMU-a opisao je YouTube stranicu riječima: "slobodna za korištenje, promotivna platforma za glazbene kuće". Godine 2013. Forbesova Katheryn Thayer je tvrdila da radovi umjetnika digitalne ere ne smiju biti samo visokokvalitetni, već moraju izazvati reakcije na platformi YouTube i u društvenim medijima. Videozapisi 2,5% umjetnika kategoriziranih kao "mega", "mainstream" i "srednje veličine" dobili su 90,3% relevantnih prikaza na YouTubeu i Vevo u toj godini, budući da su kanali Vevoa, Justin Bieber i Rihanna, postali dva od pet najbolje plaćenih, a glazbeni videozapisi nadmašili su drugi sadržaj u privlačenju najviše prikaza i najviše likeova, posebno u slučajevima "Gangnam Style" u 2012. i "See You Again" u 2015.<sup>45</sup>

Opažamo da je komunikacija "face to face" tipa koju videozapisi prenose na mreži "uvelike prilagođena milijunima godina evolucije". Kustosica TED-a, Chris Anderson, spomenula je nekoliko suradnika usluge YouTube i tvrdila da "ono što je Gutenberg učinio za pisanje, online videozapis sada može učiniti za komunikaciju licem u lice." Anderson je tvrdila da nije krivo reći

---

<sup>44</sup> Wikipedia, preuzeto s <https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>, pristup ostvaren 10.9.2017.

<sup>45</sup> Wikipedia, preuzeto s <https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>, pristup ostvaren 10.9.2017.

da će online videozapis dramatično ubrzati znanstveni napredak, a oni koji sudjeluju u videozapisima možda će započeti "najveći ciklus učenja u povijesti čovječanstva". U obrazovanju, primjerice, Khan Academy porastao je s YouTube video tutorskih sesija za osnivačicu Salman Khan u ono što je Forbes 'Michael Noer nazvao "najvećom školom na svijetu", s tehnologijom spremnom poremetiti način učenja. YouTube je nagrađen nagradom George Foster Peabody za 2008. godinu, a web mjesto se opisuje kao kutija govornika koji "utjelovljuje i promiče demokraciju". Washington Post izvijestio je da nerazmjerni udio najizazovnijih kanala usluge YouTube promiče manjine, suprotno glavnoj televiziji na kojoj su zvijezde uglavnom bijele. Studija Pew Research Center izvijestila je o razvoju "vizualnog novinarstva", u kojem građani očevidci i ustanovljene vijesti sudjeluju u stvaranju sadržaja. Istraživanje je također zaključilo kako je YouTube postao važna platforma kojom ljudi dijele i primaju vijesti.<sup>46</sup>

YouTube je omogućio ljudima izravnije sudjelovanje u vladi, npr., na predsjedničkim debatama CNN-a / YouTubea (2007.) su obični ljudi postavljali pitanja kandidatima za predsjednika SAD-a putem videozapisa na usluzi YouTube, a suosnivač tehnologije, President, je rekao da internetski videozapis mijenja politički krajolik. Opisujući Arapsko proljeće (2010.), sociolog Philip N. Howard citirao je kratki opis aktivista koji je organizirao političke nemire, a u kojima su u koristili "Facebook kako bi rasporedili prosvjede, Twitter za koordinaciju i YouTube kako bi svoj cilj priopćili svijetu." Više od trećine američkog Senata predstavilo je rezoluciju kojom je Joseph Kony osuđen 16 dana nakon što je videozapis "Kony 2012." objavljen na YouTubeu, a rezoluciju je sufinancirala senatorica Lindsey Graham rekavši kako će videozapis "učiniti više kako bi vodio (Kony's ) smrti od svih ostalih akcija u kombinaciji."<sup>47</sup>

YouTube je također omogućio vladi da se lakše poveže s građanima. Službeni YouTube kanal Bijele Kuće 2012. godine postao je sedmi po redu producent za najbolje vijesti. 2013. godine Healthcare exchange odobrila je satiričan YouTube video Obaminog imitatora Irmana Crossona

---

<sup>46</sup> Wikipedia, preuzeto s <https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>, pristup ostvaren 10.9.2017.

<sup>47</sup> Wikipedia, preuzeto s <https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>, pristup ostvaren 10.9.2017.



kako bi ohrabрили mlade Amerikance da se priključe zdravstvenom osiguranju u skladu sa Zakonom o priušljivoj skrbi (Obamacare).<sup>48</sup>

U veljači 2014. godine, američki predsjednik Obama održao je sastanak u Bijeloj kući s vodećim kreatorima YouTube sadržaja, ne samo kako bi promicali svijest o Obamacareu, već kako bi općenito razvili načine boljeg povezivanja vlade s “YouTube generacijom”. Iako je inherentna sposobnost YouTubea da se predsjednicima dopusti izravno povezivanje s prosječnim građanima bila primljena na znanje, kreatori YouTube sadržaja smatrali su kako je neophodno novo ponašanje medija kako bi se bolje nosili s ometajućim sadržajem web stranice te promjenom publike.

Neki YouTube videozapisi imali su izravan utjecaj na svjetske događaje, kao, na primjer, “Nevinost Muslimana (2012.)” koji je potaknuo proteste i srodno protuameričko nasilje na međunarodnoj razini. Kustos TED-a, Chris Andreson, opisao je fenomen u kojem geografski distribuirani pojedinci na određenom polju dijele svoje samostalno razvijene vještine u YouTube videozapisima, izazivajući tako druge da poboljšaju svoje vještine i potiču izume i razvoj na tom polju. Novinarka Virginia Heffernan izjavila je u New York Timesu da takvi videozapisi imaju “iznenađujuće posljedice” za širenje kulture, pa čak i za budućnost klasične glazbe.<sup>49</sup>

Legija izvanrednih plesača i Simfonijski orkestar YouTubea odabrali su svoje članove na temelju pojedinačnih videonastupa. Nadalje, dobrotvorni video “We Are The World 25 For Haiti (izdanje YouTubea) formiran je miješanjem 57 globalno distribuiranih pjevača u jedan glazbeni rad. Tokyo Times bilježi “We Pray For You” video kao primjer internetske suradnje koji koristi crowdsourcing za dobrotvorne svrhe. “It Gets Better”, projekt protiv zlostavljanja, koji se iz jednog videozapisa upućenog obeshrabrenim ili samoubilačkim LGBT tinejdžerima proširio do te mjere da je u dva mjeseca dobio na stotine video odgovora, uključujući i one američkog predsjednika Baracka Obame, potpredsjednika Bidena, djelatnika Bijele Kuće te nekolicine tajnika. Kao odgovor na videozapis petnaestogodišnje Amande Todd “Moja priča: borba, nasilničko ponašanje, samoubojstvo, samoozljeđivanje”, poduzete su zakonske akcije gotovo

---

<sup>48</sup> Wikipedia, preuzeto s <https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>, pristup ostvaren 10.9.2017.

<sup>49</sup> Wikipedia, preuzeto s <https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>, pristup ostvaren 10.9.2017.

odmah nakon njenog samoubojstva kako bi proučili učestalost nasilničkog ponašanja te formirali nacionalnu strategiju protiv zlostavljanja.<sup>50</sup>

### **5.1. You Tube kao platforma**

Vrhunske zvijezde YouTubea nisu samo popularne: one su stvarno utjecanje figure svojim mladim fanovima. Činjenica je to kojom se magazin Variety suočava sa svojim čitateljima od 2014.

Te je godine u SAD-u Jeetendr Sehdev, sa Sveučilišta Južne Kalifornije objavio anketu, u kojoj su grupe ispitanika od 13 do 18 godina ocjenjivale 10 najpopularnijih YouTube izdavača i 10 najpopularnijih tradicionalnih zvijezda kroz spektar kvaliteta koje predstavljaju 'utjecaj'.

YouTube izdavači zauzeli su prvih 5 mjesta - Smosh, Fine Bros, PewDiePie, KSI i Ryan Higa te se smatraju utjecajnijima od Paula Walkera, Jennifer Laerence, Katty Perry i drugih poznatih osoba.

Kada je Sehdev 2015. godine ponovno izvršio istu anketu, Youtube izdavači zauzeli su prvih 6 mjesta, ispred zvijezda kao što su Bruno Mars i Taylor Swift. Kada je Variety zatražio od tinejdžera da usporede zthecah Youtubera s tradicionalnim slavnim osobama, prevladali su Youtuberi.

Ankete su pružile mnoge korisne dokaze o tome zašto su online zvijezde toliko popularne. Youtuberi su ocijenjeni kao mnogo zanimljiviji, bolji i povezaniji od tradicionalnih zvijezda, dok su oni ocijenjeni kao pametniji i pouzdaniji. U pogledu seksualne privlačnosti, ove dvije vrste zvijezda završile su gotovo jednako, objasnio je Variety u 2014.<sup>51</sup>

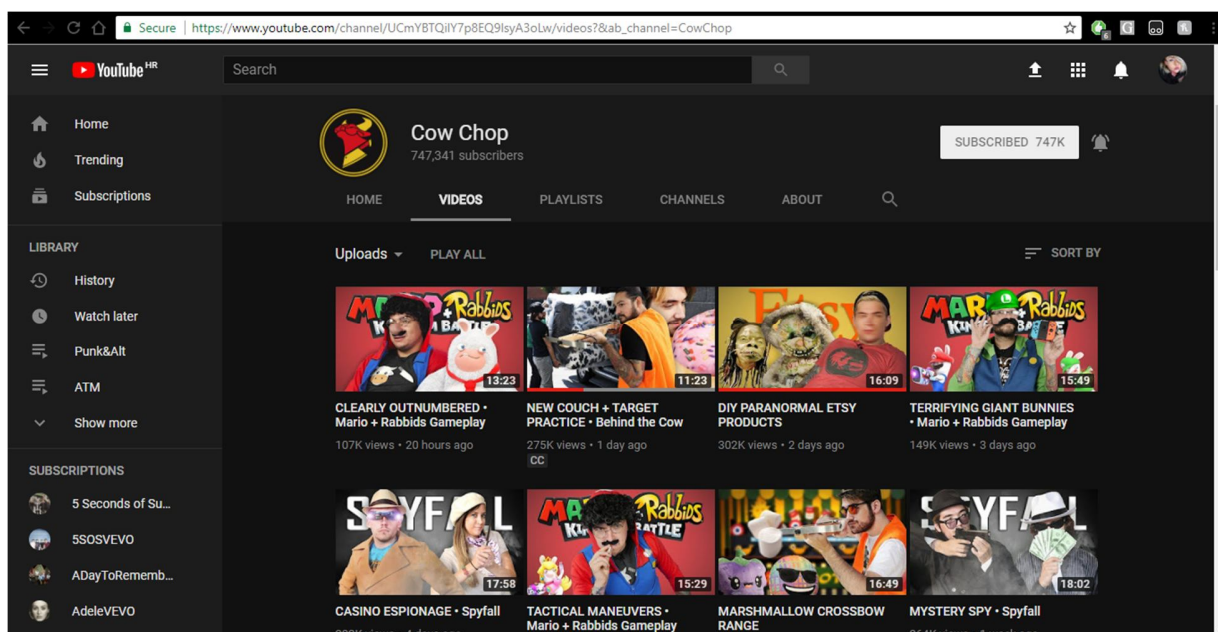
“Gledajući komentare i povratne informacije, tinejdžeri uživaju u intimnom i autentičnom iskustvu s poznatim YouTube osobama koje nisu podložne strategijama te slikama stvorenima o njima od strane stručnjaka za odnose s javnošću. Tinejdžeri također kažu kako cijene njihov

---

<sup>50</sup> Wikipedia, preuzeto s <https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>, pristup ostvaren 10.9.2017.

<sup>51</sup> The Guardian, preuzeto s <https://www.theguardian.com/technology/2016/feb/03/why-youtube-stars-popular-zoella>, pristup ostvaren 10.9.2017.

čuvjeni smisao za humor, manjak filtera te riskantni duh, ponašanje koje je često obuzdano od strane holivudskih rukovatelja.”<sup>52</sup>



Slika 5. Izgled kanala Cow Chop

Izvor: [https://www.youtube.com/channel/UCmYBTQilY7p8EQ9IsyA3oLw/videos?&ab\\_channel=CowChop](https://www.youtube.com/channel/UCmYBTQilY7p8EQ9IsyA3oLw/videos?&ab_channel=CowChop), pristup ostvaren 19.09.2017.

To je jedna od ključnih stvari koje treba shvatiti kada se govori o popularnosti Youtubera. Ako to ne možete vidjeti iz njihovog sadržaja- za njihove fanove kontrast između zvijezda iz svijeta glazbe, filma i televizije, bio je veliki čimbenik u njihovom usponu.

Njihova običnost, njihova pouzdanost je ono što ih čini tako privlačnima. Sljedeća “djevojka ili dijete” koji je “baš poput nas” nije neobičan trik u svijetu zabave, ali YouTube je to unaprijedio.<sup>53</sup>

Variety-ev rad iz 2015. godine sugerira kako su emotivne veze tinejdžera s Youtuberima “čak 7 puta veće od onih s tradicionalnim zvijezdama”, upravo iz tih razloga.

<sup>52</sup> The Guardian, preuzeto s <https://www.theguardian.com/technology/2016/feb/03/why-youtube-stars-popular-zoella>, pristup ostvaren 10.9.2017.

<sup>53</sup> Isto

Mnoge Youtube zvijezde utjelovljuju taj osjećaj povezanosti na način kojim razgovaraju sa svojim fanovima u filmovima, od najava zvijezda kao što su Connor Franta, Ingrid Nilsen i Shane Dawson do Zoelle, koji ističu svoje iskustvo anksioznosti ili PewDiePie koji se bavi pretpostavkama o njegovoj zaradi.

Vlogging je počeo u formatu u kojem osoba priča s web kamerom, a time izravno i gledateljem, obično blizu kamere i u sobi. To je stvorilo osjećaj intimnosti, što su mnoge YouTube zvijezde pokušale zadržati, iako su imale bolje kamere i opremu za uređivanje. No čak se proširuje i na to koliko se obraća publici.

U prosincu 2015. godine Atlantic je istražio fenomen pod nazivom "Glas YouTubea" koji se odnosio na jezične značajke koje dijele mnoge vrhunske zvijezde YouTubea. Bila je to parodija novinarki Julie Beck, koja je u uvodu članka napisala : "Hej, momci, što ima, ovo je Julie, a danas želim razgovarati o You Tubeu".

Rad prikazuje kako su preopterećeni i dugi glasovi; dodatni vokal umetnut u riječi "tereling" umjesto "capturing" ili "aspiration" (sounding) zajednički je mnogim YouTube korisnicima. Za ne-obožavatelje, ovi tikovi mogu biti iritantni. Lingvist Mark Liberman opisao ih je kao "glas inteligencije prodavača automobila" sličnih "maloprodajnim pakiranjima visoke energije" ili čak "karnevalskim vijesnicima".

Mulligan kaže: "Za one koji nisu u ciljanoj demografiji, ponekad je teško razumjeti koja je točno kreativna vrijednost mnogih korisnika YouTubea, ali ova generacijska nesposobnost da se shvati talent YouTubea je upravo ta dinamika koju je glazba uvijek imala kad je bila vođa pobune naroda."

"Dječak koji pokušava objasniti svojoj mami zašto je gledanje Stampy kako igra Minecraft vrijedno promatrati satima, je jednostavno inačica priče 21. stoljeća u kojoj djeca pokušavaju uvjeriti svoje roditelje u glazbene vrijednosti Elvisa, Beatlesa, Sex Pistolsa i tako dalje. To je cjelokupna točka kulture mladih - starije generacije ne trebaju to dobiti ", dodao je.<sup>54</sup>

---

<sup>54</sup> The Guardian preuzeto s <https://www.theguardian.com/technology/2016/feb/03/why-youtube-stars-popular-zoella>, pristup ostvaren 10.9.2017.

Ukratko,, : svojim pratiteljima i fanovima, YouTube zvijezde su autentičnije i povezanije s publikom od mnogih tradicionalnih zvijezda, a to je nešto što je u interesu videozapisa koje objavljuju. Činjenica da to može smetati ili zbunjivati one koji nisu fanovi, osobito roditelje, dio je privlačnosti YouTubea.

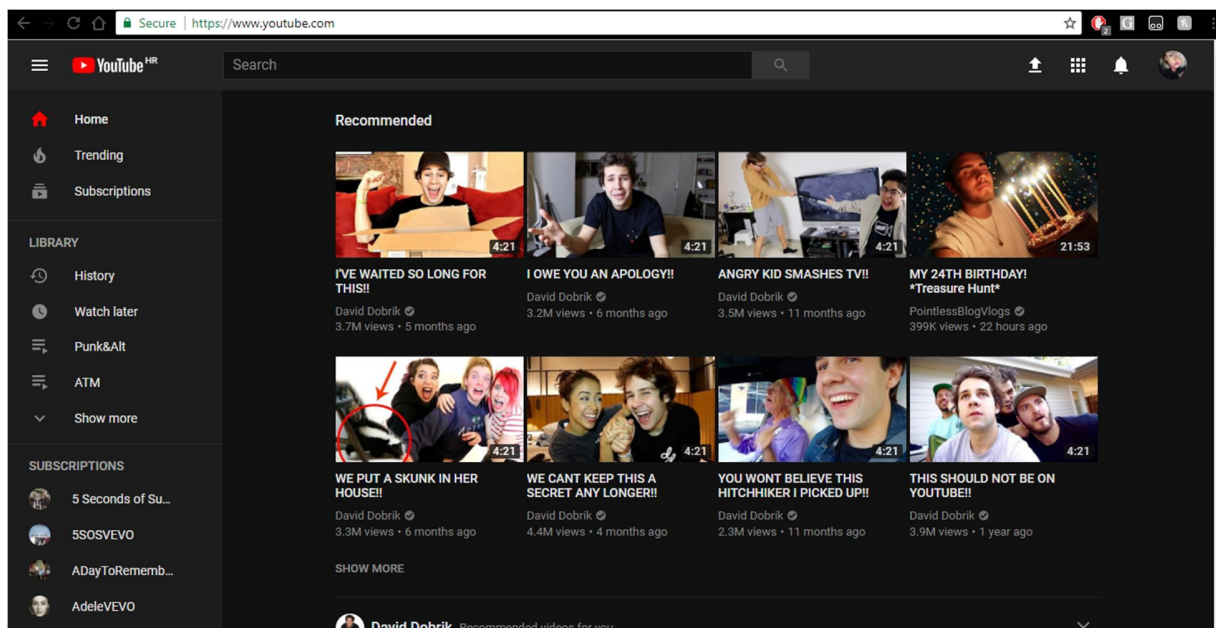
Godine 2016. razlika između YouTubera i tradicionalnih zvijezda postaje sve manja, ne samo zato što bivše zvijezde više ne lete ispod radara mainstream medija. Neki će se boriti da ostanu povezani sa svojim obožavateljima u toj poziciji, ali ne i svi.

Ključna stvar za razumijevanje zvijezda YouTubea jest da je sadržaj njihovih videozapisa - bilo da se radi o komentarima igara, smjernicama za šminku ili osobnim vlogovima - samo polovica njihove privlačnosti.

Povezanost s njihovom publikom druga je polovica privlačnosti YouTube zvijezda: odrasli su s alatima kojima oblikuju i ojačavaju te veze, a mnogi će to iskoristiti kako bi ostali stajati čvrsto na tlu.<sup>55</sup>

---

<sup>55</sup> The Guardian, preuzeto s <https://www.theguardian.com/technology/2016/feb/03/why-youtube-stars-popular-zoella>, pristup ostvaren 10.9.2017.



**Slika 6.** Izgled početne stranice YouTubea

Izvor: <https://www.youtube.com/>, pristup ostvaren 19.09.2017.

## 5.2. Kultura i novinarstvo

U članku sa stranice Helium.com napominje se kako je YouTube otvoren za svakoga, što omogućuje da se bilo što objavi na stranici. Iskustvo može biti ili pozitivno ili negativno, ovisno o situaciji koja je u pitanju. Na primjer, na YouTubeu postoje mnogi različiti politički oglasi koji se bave trenutnim pitanjima, što vodi gledatelje ka stvaranju vlastitih odgovora i poticanju kreativnih rasprava, koje ponekad mogu biti i negativne prirode. S druge strane, neki smatraju kako ti problemi ne bi trebali utjecati na neprestano dijeljenje sadržaja te na način na koji se taj sadržaj isporučuje gledateljima.<sup>56</sup>

Pew Journalism Research Center ustanovio je da je oko 21% videozapisa na YouTubeu u nekom obliku bilo povezano s politikom. Politika je sveopća tema jer omogućuje rasprave i debate. Mogućnost dijeljena onoga što je zanimljivo je inovativna ideja s kojom se mnogi ljudi povezuju.

<sup>56</sup> Mic Network Inc, preuzeto s <https://mic.com/articles/7869/is-youtube-a-good-or-bad-influence-on-society#.f0MZYthCx>, pristup ostvaren 10.9.2017.

Isto tako, korisnici dijele ono što vide na YouTubeu s drugima, stvarajući mješavinu videozapisa proširenih na različitim društvenim mrežama. Na taj način, YouTube je viđen kao pozitivan outlet u kojem gledatelji mogu dijeliti ideje i oblikovati zajednice na temelju tih zajedničkih interesa. Postoje i neki nedostaci u razmišljanjima kako dijeliti videozapise koje gledaju na YouTubeu s drugima.<sup>57</sup>

No, članak na Teen Inku napominje da tolika razina slobodnog govora ima potencijal stvaranja kontroverzi, jer postoje neki koji će se oduprijeti određenim organizacijama ili ljudima u obliku videozapisa. Na to se gleda kao na negativan učinak jer može dovesti do kršenja autorskih prava i cenzure. Ovo je mišljenje izazvalo raspravu o tome kako bi se cenzura trebala odnositi na određene YouTube videozapise. Journal of Electronic Publishing naveo je kako ti problemi ne bi trebali utjecati na neprestano dijeljenje sadržaja i na način na koji se video sadržaj isporučuje gledateljima.<sup>58</sup>

---

<sup>57</sup> Mic Network Inc, preuzeto s <https://mic.com/articles/7869/is-youtube-a-good-or-bad-influence-on-society#.fOMZYthCx>, pristup ostvaren 10.9.2017.

<sup>58</sup> Isto



### 5.3. You Tube kreatori

Valjalo bi spomenuti PewDiePiea kao osobu koja ima najviše pretplatnika; momentalno više od 57 milijuna pretplatnika. Zoella ima znatno manje pretplatnika, no svatko bi poželio da može doseći njezin nivo od preko 11 milijuna pretplatnika.

PewDiePie

Učlanjen:29.04.2010.

Pretplatnika:57+milijuna

Pregleda videa:16+bilijuna

Felix Arvid Ulf Kjellberg, rođen 24. listopada 1989., poznat po online pseudonimu PewDiePie, je švedski web-based komičar i video producent. Poznat je po svojim Let's Play komentarima i vlogovima na YouTubeu.<sup>59</sup>



**Slika 7.** YouTuber Pewdiepie

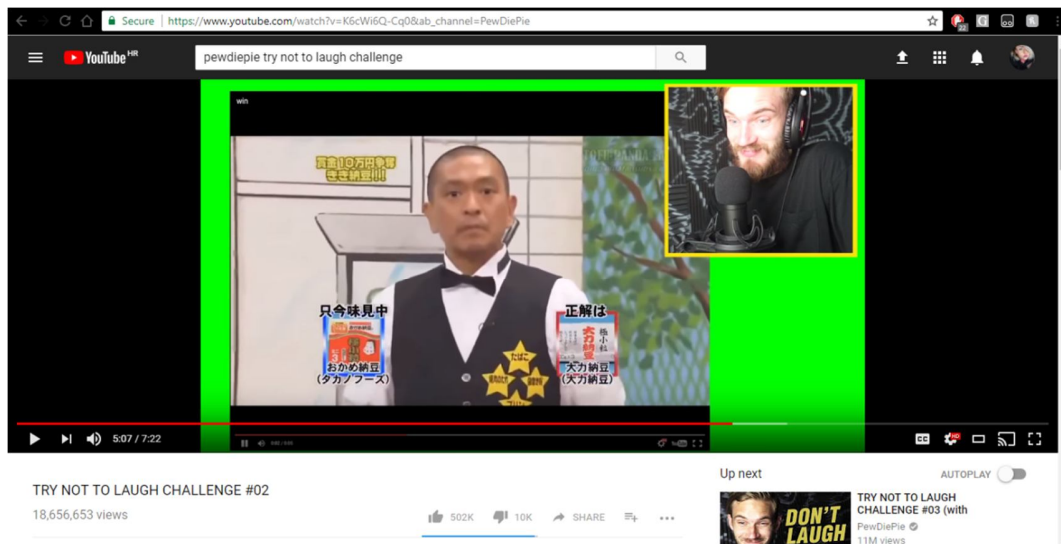
Izvor: <https://www.instagram.com/p/BXIXStwFRv5/?taken-by=pewdiepie>, pristup ostvaren 19.09.2017.

---

<sup>59</sup> Wikipedia, preuzeto s <https://en.wikipedia.org/wiki/PewDiePie>, pristup ostvaren 10.9.2017.



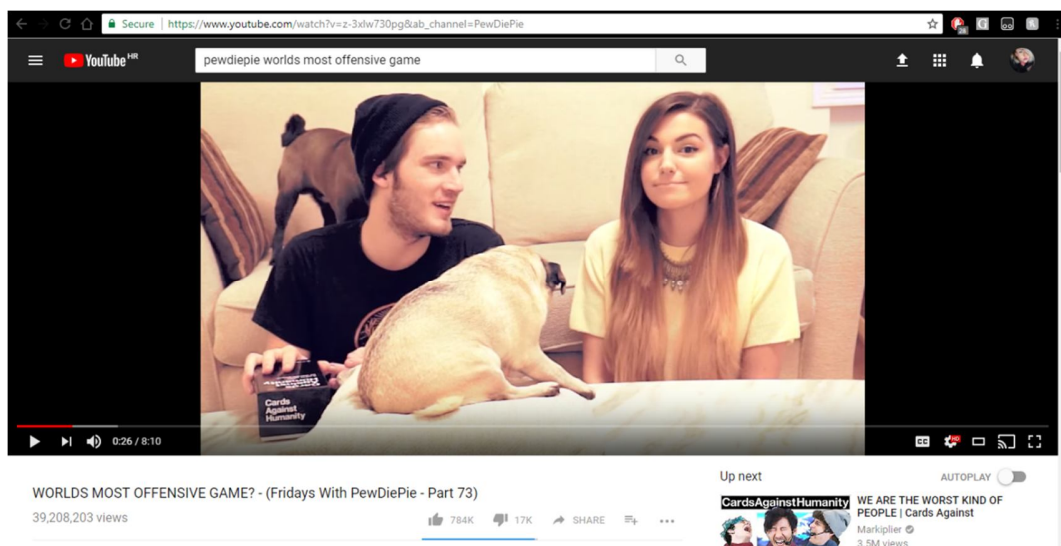
Videzapisi gdje gleda smiješne kompilacije:



Slika 8. Videozapis Pewdiepiea 1

Izvor: <https://youtu.be/K6cWi6Q-Cq0?t=5m7s>, pristup ostvaren 19.09.2017.

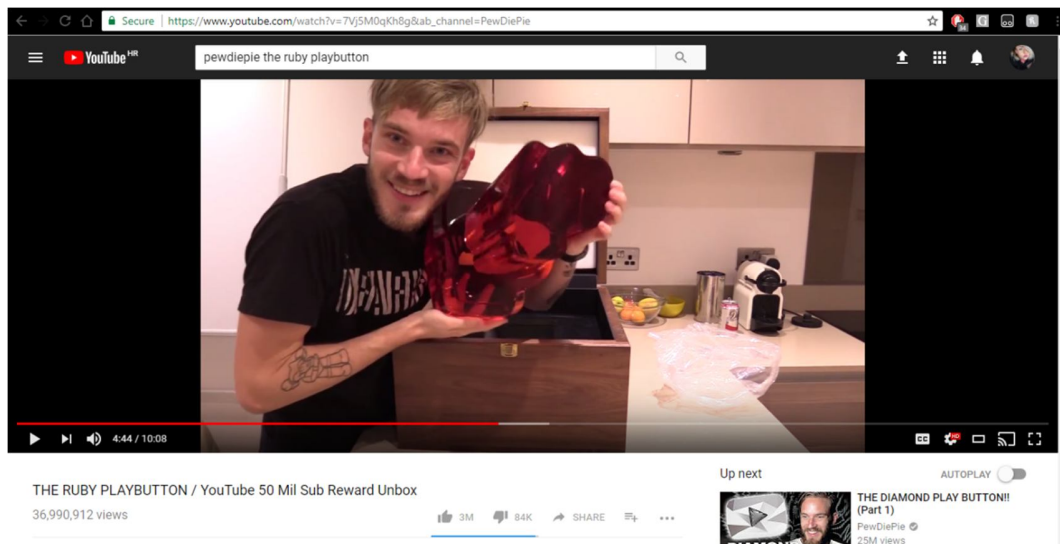
Videzapisi sa drugim YouTuberima:



Slika 9. Videozapis Pewdiepiea 2

Izvor: <https://youtu.be/z-3x1w730pg?t=26s>, pristup ostvaren 19.09.2017.

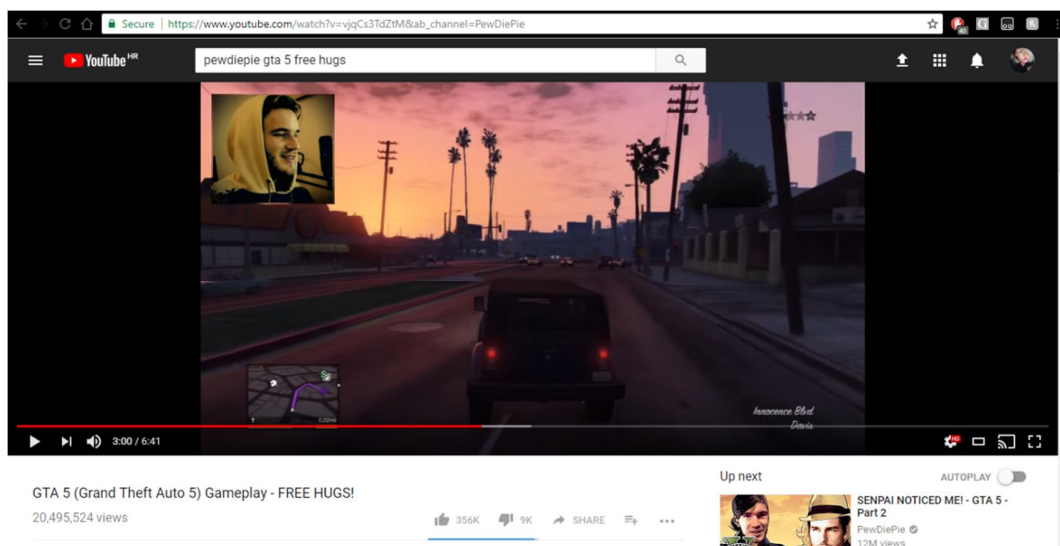
Poseban videozapis gdje je zaprimio nagradu od YouTubea za 50 milijuna pretplatnika:



Slika 10. Videozapis Pewdiepiea 3

Izvor: <https://youtu.be/7Vj5M0qKh8g?t=4m44s>, pristup ostvaren 19.09.2017.

Videozapisi gdje igra i komentira video igre:



Slika 11. Videozapis Pewdiepiea 4

Izvor: <https://youtu.be/vjqCs3TdZtM?t=3m>, pristup ostvaren 19.09.2017.

Zoella

Učlanjena:02.02.2007.

Pretplatnika:11.8+milijuna

Pregleda videa:1+ bilijuna

Zoe Elizabeth Sugg, rođena 28. ožujka 1990., je engleska vlogerica za modu i ljepotu, YouTuberica i autorica. Poznata je po svom korisničkom imenu Zoella. Njezin debitantski roman, *Girl Online*, objavljen je u studenom 2014. razbio je rekord najviše prodaje prvog tjedna za novopečenog romanopisca od kada je Nielsen BookScan započeo sastavljati takve zapise u 1998. godini.<sup>60</sup>



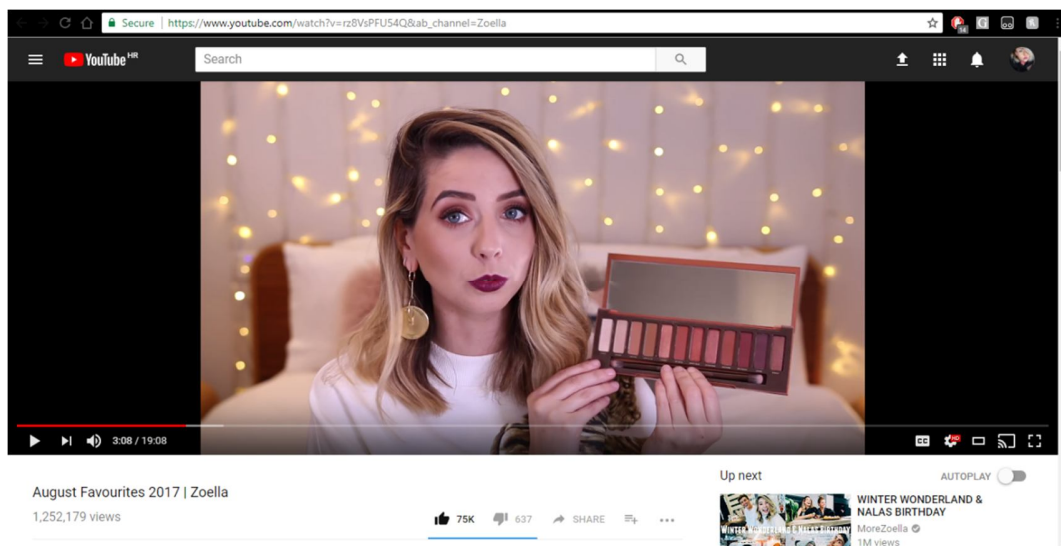
**Slika 12.** YouTuberica Zoella

Izvor: <https://www.instagram.com/p/BSYkqXDj5z/?taken-by=zoella>, pristup ostvaren 19.09.2017.

---

<sup>60</sup> Wikipedia, preuzeto s <https://en.wikipedia.org/wiki/Zoella>, pristup ostvaren 10.9.2017.

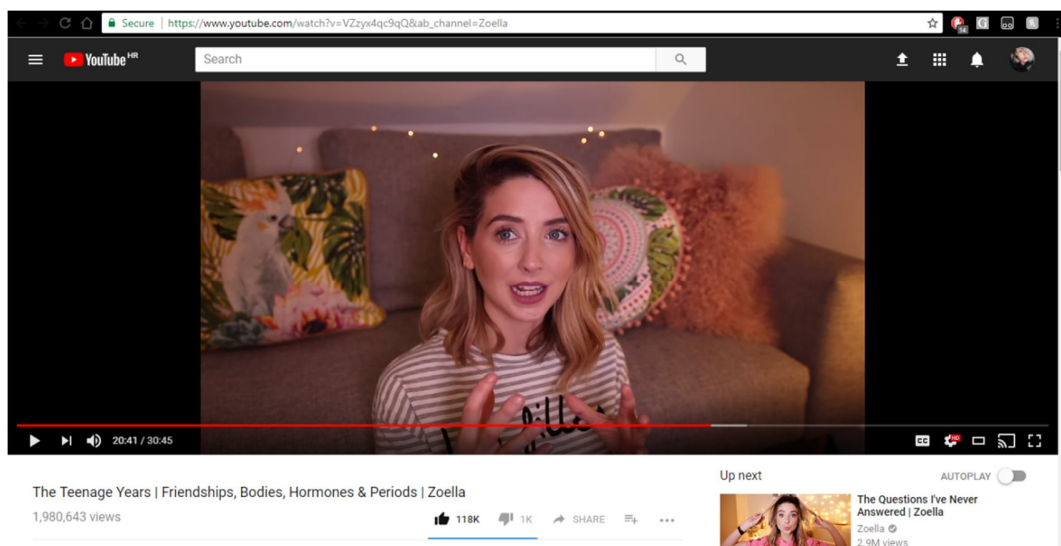
Videozapisi gdje objašnjava svoje najdraže stvari u jednom mjesecu:



**Slika 13.** Videozapis Zoelle 1

Izvor: <https://youtu.be/rz8VsPFU54Q?t=3m8s>, pristup ostvaren 19.09.2017.

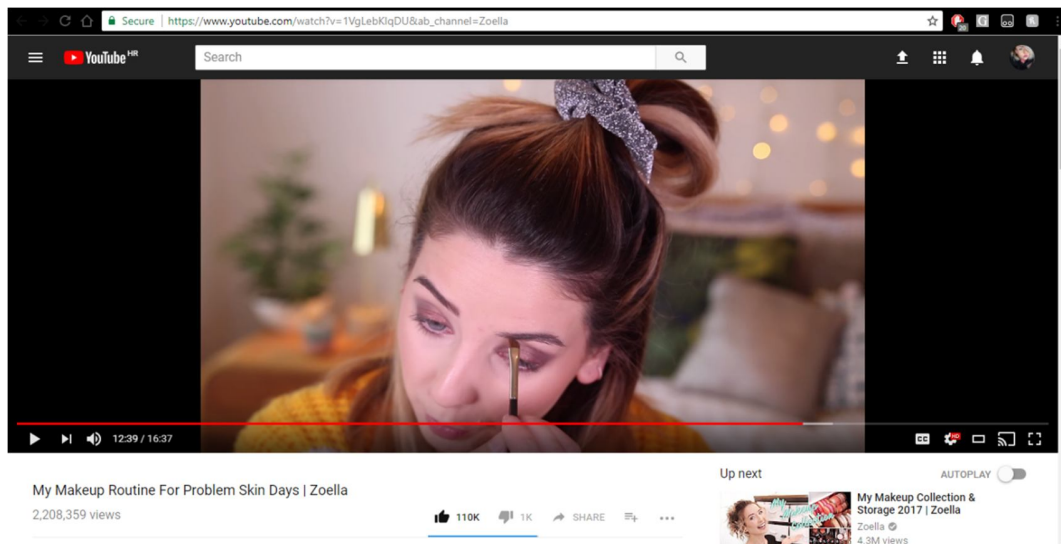
Videozapisi gdje priča o svome životu, te problemima i savjetima:



**Slika 14.** Videozapis Zoelle 2

Izvor: <https://youtu.be/VZzyx4qc9qQ?t=20m41s>, pristup ostvaren 19.09.2017.

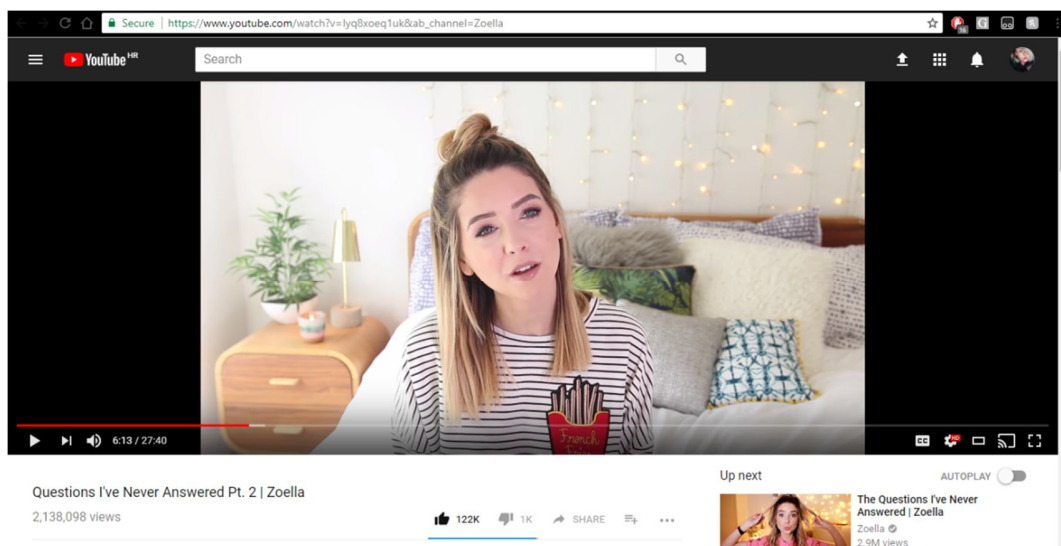
Videozapisi gdje se šminka, te objašnjava korak po korak:



**Slika 15.** Videozapis Zoelle 3

Izvor: <https://youtu.be/1VgLebKlqDU?t=12m39s>, pristup ostvaren 19.09.2017.

Videozapisi gdje odgovara na pitanja svojih pretplatnika, tj. fanova:

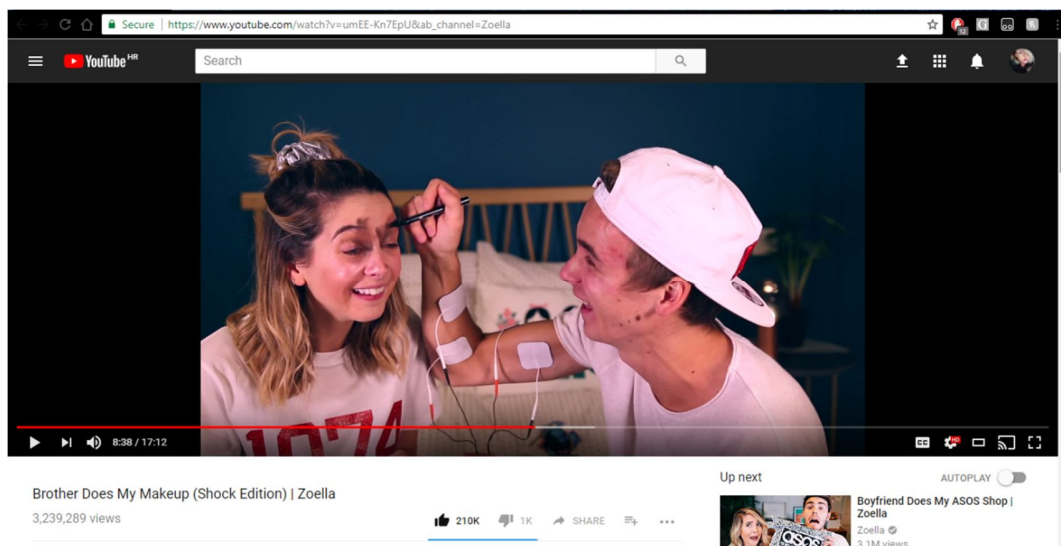


**Slika 16.** Videozapis Zoelle 4

Izvor: <https://youtu.be/Iyq8xoeq1uk?t=6m13s>, pristup ostvaren 19.09.2017.



Videozapisi sa drugim YouTuberima:



Slika 17. Videozapis Zoelle 5

Izvor: <https://youtu.be/umEE-Kn7EpU?t=8m38s>, pristup ostvaren 19.09.2017.

## 6. ZAKLJUČAK

U današnjem svijetu skoro svaka osoba koristi računala, mobitele te različite ostale tehnološke naprave koje većinom imaju i pristup internetu. Od svih društvenih mreža i konstantnog izvora novosti i zabave, u posljednjih par godina, veliki uzlet je doživio YouTube. Osnovan je zbog ljudske znatiželje za videozapisima o novostima koje nam nisu pružene u medijima. Njegov uspon nam je pružio veliki katalog zabave, vijesti te prilike da sami nešto kreiramo 24 sata dnevno.

Utjecaj na politiku je također velik, možemo se zapitati je li YouTube proširio demokraciju ili je jednostavno pomaknuo moć televizije na nove generacije? Osim političkih vijesti na YouTubeu, kada se radi o kampanjama, pravila o tome tko je u stanju uvjeriti ljude da se registriraju za glasovanje, donaciju i dobrovoljno sudjelovanje YouTube je promijenio u osnovi.

Svaka nova mlada generacija prati glazbene ili filmske zvijezde, no od razvitka YouTubea to se promijenilo. Obični ljudi počeli su iz zabave objavljivati videozapise sebe kako pjevaju, sviraju, igraju igrice i još mnogo tema i ideja. Kako se Youtube razvijao, to je postajalo sve popularnije i popularnije, kreatori su stvorili publiku i platformu koja im je omogućila zaradu od sponzora i prodaje vlastite robe. Gledajući povijest Youtube zvijezda, moglo bi se reći da je najveći "produkt" Justin Bieber koji je postigao svjetsku slavu jer je njegova majka objavila video u kojem on pjeva. To je privuklo diskografske kuće i glazbene menadžere na Youtube tržište.

Također smatram da je ono što razlikuje Youtube kreatore od zvijezda povezanost; lakše se povezati s osobom koja, npr., snima video u svojoj sobi ili putem u trgovinu, dopušta nam pogled u svoj život, što nas automatski više privlači njima, te ponajviše osobni i ranjivi videozapisi o bolestima, osjećajima ili problemima, jer srž čovjeka je povezanost, povezati se s nekime.

Sve u svemu, Youtube je novogeneracijski biznis koji je promijenio prirodu oglašavanja. YouTube je prisilio ljude da budu zabavniji i više slušaju klijente. Umjesto ubijanja oglasne industrije, dao je oglasnoj industriji novi život.

## 7. LITERATURA

Internetski izvori:

<https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>

<https://www.theguardian.com/technology/2016/feb/03/why-youtube-stars-popular-zoella>

<https://www.nytimes.com/2017/08/16/technology/personaltech/using-youtube-as-an-accelarant-for-video-games.html?rref=collection%2Ftimestopic%2FYouTube>

<https://mic.com/articles/7869/is-youtube-a-good-or-bad-influence-on-society#.dXDxuaXD1>

<http://www.vlognation.com/make-money-youtube-google-adsense/>

<https://filmora.wondershare.com/vlogger/understanding-adsense-for-youtube.html>

<https://en.wikipedia.org/wiki/PewDiePie>

<https://en.wikipedia.org/wiki/Zoella>

Izvori slika:

<https://www.gv.com/img/team-large/steve-chen.jpg>

<https://res.cloudinary.com/crunchbase-production/image/upload/v1491749158/xea8cijylxikxxh0m12g.png>

<https://res.cloudinary.com/crunchbase-production/image/upload/v1488564872/redwo0kabk7ooh5wn1lb.jpg>

[https://www.youtube.com/account\\_monetization](https://www.youtube.com/account_monetization)

[https://www.youtube.com/channel/UCmYBTQiY7p8EQ9IsyA3oLw/videos?&ab\\_channel=CowChop](https://www.youtube.com/channel/UCmYBTQiY7p8EQ9IsyA3oLw/videos?&ab_channel=CowChop)

<https://www.youtube.com/>

<https://www.instagram.com/p/BXIXStwFRv5/?taken-by=pewdiepie>

<https://youtu.be/K6cWi6Q-Cq0?t=5m7s>



<https://youtu.be/z-3xIw730pg?t=26s>

<https://youtu.be/7Vj5M0qKh8g?t=4m44s>

<https://youtu.be/vjqCs3TdZtM?t=3m>

<https://www.instagram.com/p/BStYkqXDj5z/?taken-by=zoella>

<https://youtu.be/rz8VsPFU54Q?t=3m8s>

<https://youtu.be/VZzyx4qc9qQ?t=20m41s>

<https://youtu.be/1VgLebKIqDU?t=12m39s>

<https://youtu.be/Iyq8xoeq1uk?t=6m13s>

<https://youtu.be/umEE-Kn7EpU?t=8m38s>

Popis slika:

Slika 1. Utemeljitelj YouTubea Steve Chen.....	5
Slika 2. Utemeljitelj YouTubea Chad Hurley .....	6
Slika 3. Utemeljitelj YouTubea Jawed Karim.....	7
Slika 4. AdSense .....	10
Slika 5. Izgled kanala Cow Chop.....	27
Slika 6. Izgled početne stranice YouTubea .....	30
Slika 7. YouTuber Pewdiepie.....	32
Slika 8. Videozapis Pewdiepiea 1 .....	33
Slika 9. Videozapis Pewdiepiea 2 .....	33
Slika 10. Videozapis Pewdiepiea 3 .....	34
Slika 11. Videozapis Pewdiepiea 4.....	34
Slika 12. YouTuberica Zoella.....	35
Slika 13. Videozapis Zoelle 1.....	36
Slika 14. Videozapis Zoelle 2.....	36
Slika 15. Videozapis Zoelle 3.....	37
Slika 16. Videozapis Zoelle 4.....	37
Slika 17. Videozapis Zoelle 5.....	38