

Multimilliárdos szórakozás lett a YouTube

Sokáig üldözték, de végre sikerült: a Google büszkén jelentette be, hogy immár több mint 2 milliárdan használják havonta videós hálózataikat. A cég a tartalomszűréssel kapcsolatos erőfeszítéseiről is beszámolt.



A közösségi hálózatoknál mindig is a leginkább figyelt mutatónak számított a felhasználói tábor alakulása. Az impresszíven emelkedő számok mögé aztán a befektetők nyugodtan odaképzelték azt az üzleti modellt, amivel mindez pénzzé konvertálható. Mivel a rivális Facebook nem tűnik lassítani, a Google-nél is életbevágó, hogy egyre komolyabb tömeget tudjanak felmutatni. A kerek számoknak különös varázsa van (és jól mutatnak a címlapokon), így nem csoda, hogy egy makacsul ellenálló szint eléréséről széles mosollyal rohant a sajtót értesíteni *Susan Wojcicki*, a YouTube vezetője.

Megvan végre

A nagyság átka, hogy egy idő után nagyon nehéz a tempót fokozni. Így járt a YouTube is: egy évvel ezelőtt már 1,8 milliárdnál is több havonta aktív videózó felhasználóról számolhatott be, ám a Google CEO-ja, még idén februárban is csak azt tudta közölni, hogy majdnem 2 milliárdan nézik rendszeresen a hálózat anyagait.

Wojcicki viszont tegnap már a mérföldkő eléréséről számolhatott be. A 2 milliárd havi felhasználói tábor a kifejezetten videókra koncentráló szolgáltatásnál elképesztően nagy teljesítmény. Összehasonlításképpen: a jóval szélesebb aktivitást biztosító Facebook legutóbbi jelentésekor 2,4 milliárdos közösségről beszélt.

A bejelentés időzítését dicséri, hogy azt éppen a YouTube reklámozóinak tartott eseménysorozaton sikerült prezentálni. Itt Wojcicki arról is beszélt, hogy hatalmasat nőtt a tévéképernyős használata a hálózatnak. Szűk egy évvel ezelőtt ugyanis 180 millió órát youtube-oztak a tévéken keresztül, ma már viszont 250 millióra nőtt ez a mennyiség.

A tévéket is akarják

A hagyományos tévés piac összezuhanása óriási lehetőséget jelent az új típusú szolgáltatóknak. A hirdetői piac ugyanis ha nem is azonnal, de leköveti a felhasználói szokásokat. Ennek megfelelően komoly bajban vannak a tradicionális tévés csatornák és kábelszolgáltatók, hiszen az USA-ban például már tavaly nyáron a Netflix volt a leginkább nézett szolgáltató.

Az internetkapcsolatok elterjedése és minőségének javulása, valamint az okostévék, konzolok és egyéb streamelést lehetővé eszközök (mint például a Google Chromecastja) elszaporodása kedvező környezetet teremt a Google számára is. Nem csoda, hogy pár hónapja már kifejezetten a tévéképernyőkre szabva is indíthatnak hirdetési kampányokat az ügyfelek.

Kell is az új bevételi forrás, hiszen a Facebook a YouTube „saját terepén” támad. Az interneten nézett videókban rejlt óriási potenciált, ennek érdekében évek óta folyamatosan fejleszt az arsenálját. Az újabb és újabb funkciókkal pedig egyre komolyabb ellenfele lesz a legnagyobb játékosoknak. Információk szerint az elkövetkező egy év során 1–2 milliárd dollárt is költhet a Facebook arra, hogy megfelelő mennyiségű és minőségű egyedi tartalmat tudjon felvonultatni saját csatornáján.

A nagyság átka

Az irdatlan mennyiségben feltöltött és nézett videók ugyanakkor nem csak bevételi forrást jelentenek, de megoldandó problémákat is támasztanak a szolgáltatóknak. Legutóbb ennek szomorú példáját hozta a christchurch-i mézárulás, ahol a Facebookon élőben közvetített borzalmas képsorokat lassan és hiábavalóan próbálták meg eltüntetni a közösségi hálózatok üzemeltetői.

Az erőfeszítéseket demonstrálандó a Google a héten azt is bejelentette, hogy az év első három hónapjában több mint egymillió, esetlegesen terrorizmussal kapcsolatos felvételt néztek át munkatársai (tehát emberek, és nem a sok esetben elég-

telen munkát végző automatikus algoritmusok). A munka eredménye nagyjából 90 ezer káros tartalmat hordozó anyag eltávolítása volt. Az amerikai törvényhozás képviselőivel megosztott információkból az is kiderült, hogy a Google több mint 10 ezer munkatársa foglalkozik ilyen jellegű feladatokkal, a tartalomszűrés költsége pedig éves szinten több száz millió dollárt emészt fel. Utóbbi azért nem okoz fizetési nehézségeket a cégnek, mivel a másik oldalon százmilliárdokra tehető a bevétel.

Forrás: <https://bitport.hu/multimilliardos-szorakozas-lett-a-youtube>

Válogatta: Fonyó Istvánné