Trek via YouTube de aandacht als uitgever

08-05-2012 08:57

YouTube's populariteit steeg enorm dankzij clipjes van TV-uitzending dat door gebruikers op de site werd gezet. Uitgevers verboden YouTube destijds om filmmateriaal online te zetten. Dit verbod vergrootte de bekendheid van YouTube alleen maar. YouTube stelt in de algemene voorwaarden dat content waarop copyright berust van anderen, niet is toegestaan, maar inmiddels is gebleken dat dit soort filmpjes maar moeilijk van het internet af te krijgen zijn. Daarnaast werkt het voor veel artiesten in de muziek of cabaret ook als een gratis marketingtool.
Een van de maatregelen die YouTube moest nemen van uitgevers in de film- en TV-industrie is de tijdslimiet. Standaard mogen filmpjes niet langer zijn dan vijftien minuten, zodat je niet meer complete afleveringen van een serie of film kunt uploaden. Als uitgever of contenteigenaar kun je je registeren waardoor langere films mogelijk zijn. Bijvoorbeeld in de vorm van e-trainingen. Je kunt natuurlijk ook kiezen om YouTube te gebruiken voor een vijftien minuten durende teaser om daarna vervolgens een DVD te verkopen, 't is maar een idee.

Let wel even op bij de licentiekeuze die je kunt maken bij het uploaden. Met Creative Commons-licenties kunnen uitgevers anderen toestemming geven hun werk te gebruiken. YouTube staat gebruikers toe hun video's te markeren met een Creative Commons-licentie van het type CC BY [hergebruik toegestaan met naamsvermelding]. Naamsvermelding wordt bij de CC BY-licentie automatisch ingesteld, wat inhoudt dat video's die je met Creative Commons-inhoud maakt, automatisch de titels van de bronvideo's onder de videospeler weergeven. Je behoudt je auteursrecht en andere gebruikers kunnen je werk opnieuw gebruiken in overeenstemming met de voorwaarden van de licentie. Als je je originele video met een Creative Commons-licentie markeert, geef je de volledige YouTube-community het recht de video te bewerken en opnieuw te gebruiken.
Wil je dat niet, selecteer dan de standaard YouTube-licentie. Hierbij wordt alleen aan YouTube het recht verleend om de geüploade content te verspreiden, over welk medium dan ook.

YouTube heeft een reeks geavanceerde hulpprogramma's opgezet voor het beheer van auteursrecht- en inhoudbeleid, zodat eigenaren van rechten de controle over hun eigen content behouden! Kijk maar eens op: http://bit.ly/IelnTf
Film op internet is in uitgeeftermen goed te gebruiken om content een extra dimensie en marketing een boost te geven. Je wint het vertrouwen van klanten en je geeft meer beleving aan een onderwerp of medium. Educatieve uitgevers zouden inmiddels moeten beschikken over immense hoeveelheden interessante filmpjes, of op zijn minst verwijzingen daarnaar (zie ook mijn column Metadata zijn geld waard) om het onderwijs te ondersteunen. Uitgevers van vakinformatie met toelichtende instructievideo's, rondetafelgesprekken en voorbeeldmateriaal dat aanvullend is op artikelen of boeken. Korte duidelijke filmpjes die direct een antwoord geven op een vraag. Een lange elektronische rolprent wordt vanachter de computer niet goed bekeken, de standaard van maximaal vijftien minuten is dus niet eens zo gek en vaak voldoende.

In mijn e-book heb ik enkele tips opgenomen over film-content maken.
Kortom, met video creëer je heel veel nieuwe informatieblokjes in de vorm van filmsnippets, bedoeld voor marketing of voor inhoudelijke publicatiedoeleinden. Welke traditionele uitgever maakt een nieuwe uitgave met een combinatie van deze filmsnippets en creëert hiermee een waardevolle DVD of misschien wel een TV-uitzending? De beleving blijft belangrijk!

Edwin de Kuiper
www.Nieuw-Initiatief.nl

David Huijzer