

Glasba v oblakih »Reverbnation« kot poslovna priložnost v dobi digitalnih vsebin

Mag. Andrej Kociper
OŠ Cerkvenjak-Vitomarci, Slovenija

Povzetek

Članek predstavlja prednosti nove storitve v »oblaku« t. i. »Reverbnation« za glasbenike in druge, ki so del glasbene industrije in želijo imeti brezplačen oglasni portal za svoje produkte. Predstavitvi storitve v oblaku sledijo ilustrirani primeri spletnega portala »Reverbnation« in nekaj teoretičnih izhodišč o storitvah v oblaku. Članek se sklone z mislijo, da lahko glasbeniki in drugi umetniki sedaj participirajo v novo storitev v oblaku objavlanje in oglaševanje svoje glasbe in drugo avtorsko gradivo.

Ključne besede

Glasbeniki, glasbena industrija, interaktivno, storitev v oblaku, »Reverbnation«.

Abstract

The article is about the advantages of new cloud services called »Reverbnation«. That's meant for musician and others in music industry who like to have a free advertisement portal for their product. The presentation of cloud service is followed by a partial practical illustrated example inside the web portal Reverbnation and some theories about the cloud services. The article is concluded with the thought that musician and other artists can now participate at a new cloud service for publishing and advertising their music and other authorized materials.

Keywords

Musician, music industry, interactive, work in clouds, Reverbnation.

Uvod

Nobenega dvoma ni, da je svetovni splet spremenil poglede in pristope v glasbeni industriji. Masnick [1] v svojem spletnem prispevku ugotavlja, da ni nobena skrivnost, da se v zadnjem času posveča posebna skrb temu, kakšna bo glasbena industrija v prihodnosti. Konkurenca raznih ponudnikov spletne zabave v svetovnem spletu skupaj s filmi in video igrami s svojo ponudbo pritiskajo tako na glasbeno industrijo kot na uporabnike, saj jim omogočajo veliko več možnosti za njihovo zabavo glede na vložen denar.

Kot ugotavlja Werker [2], še pred desetimi leti ni bilo možno glasbenikom prodreti in uspeti na svetovnem trgu mimo velikih glasbenih založb. Tudi produkcija nosilcev glasbe so še bile v t. i. »analognih« časih privilegij. Brez pogodbe z založniki tudi ni šlo. Ta pa je bila odvisna od kvalitete izvajalca in zato velikokrat nedosegljiva. V produkcijo in v proces nastanka končnega glasbenega izdelka je bilo vključenih vedno več ljudi. Velikokrat tudi takšnih, ki so »zavrli« glasbeno kreativnost na račun komercializacije izdelka. Tako kot se kaže danes, se z razvojem IKT tehnologije drastično zmanjšuje prodaja CD zgoščenk. Vse več umetnikov/ustvarjalcev za svojo promocijo koristi svetovni splet in socialne mreže, ki postajajo vedno bolj vzporeden svet realnemu. Posel, ki se odvija v tem virtualnem svetu, pa je resničen. S pojavom raznih storitev svetovnega spleta je v zadnjem času prišlo do spremembe samega načina izvajanja poslovnih procesov, vzpostavili so se novi standardi uporabniških vmesnikov, ki omogočajo tudi nove načine poslovanja. Z nastankom elektronskega poslovnega omrežja, ki nadzira odnose med strankami in podjetjem, si slednje prizadeva za boljše upravljanje poslovnih procesov v in izven podjetja. Tako se predvsem ugotavlja, da se dobiček glasbene industrije v zadnjem času s pojavom spletnih aplikacij drastično povečuje.

S pojavom spletnih portalov za brezplačno promocijo umetnikov se je hkrati pojavila potreba po zaščiti avtorskih pravic in zaslužku ponudnikov teh storitev. Danes so v ospredju Myspace, iTunes ter drugi, ki se od preproste html kode za predvajanja glasbenih in video vsebin na domačih spletnih straneh ali Facebook profilu bistveno razlikujejo. Kaj torej ponujajo oblaki?

Kaj je storitev v oblaku?

V splošnem bi ga lahko opredelili kot spletna storitev na zahtevo uporabnika z dostopom do skupnih računalniških virov, kjer je interakcija med uporabnikom in ponudnikom storitve minimalna. Storitve v oblaku temeljijo na ekonomiji obsega, dinamičnemu dodeljevanju IT sredstev, plačevanju storitve po uporabi oz. celo brezplačno, visoka razpoložljivost ter geografsko neodvisna dostopnost z različnih naprav in platform (operacijskih sistemov). Nekatere predvidene ovire so ponudniki »oblakov« že premagali, zato smo prepričani, da ima t. i. »Cloud Computing« potencial, ki bo preoblikoval velik del IKT industrije [3]. V prvi vrsti je storitev v oblaku pojav, ki je odgovoren za spremembo naših pričakovanj glede spletne tehnologije. Pri oblakih gre torej za premik v naši interakciji z IKT napravami. Sedaj imamo na voljo naprave z zasloni na dotik, kontrolo naprave z glasom ali premikom, mobilno računalništvo, pametni telefon, tablični računalnik, mrežni prenosnik idr.

Za uresničitev inovativnih zamisli pri novih internetnih storitvah velika vlaganja v strojno opremo niso več potrebna, stroški z upravljanjem teh storitev pa so temu primerno nižji. Podjetja so pri izvajanju obsežnih paketnih opravil omejena zgolj z razširljivostjo svojih programov, saj je strošek enourne uporabe 1000 strežnikov enak strošku uporabe enega strežnika za 1000 ur [4].

Glasba v oblakih

Predhodnik vseh spletnih portalov za glasbenike je bil Myspace, ki je z novimi idejami uspel vzpostaviti povsem novo področje. Nanj si lahko naložil profil glasbene skupine, mp3 glasbene datoteke, fotografije, video posnetke v pregledno obliko za lastno promocijo. Myspace je bil torej v začetku svojega nastanka mesto brezplačnega prenosa glasbenih datotek in promocija skupine. S svojo nadgradnjo se mu je v zadnjem času kljub konkurenci izredno povečala priljubljenost. Kot zanimiva novost in alternativa omenjenim je nov spletni portal *Reverbnation*, ki poleg običajnih možnosti predvajanja

glasbenih in video datotek, koledar koncertov, digitalnih plakatov in novosti omogoča vključitev *Widgets¹ in Apps* [2].



Slika 1: Widgets in Apps

Vir: [<http://www.pomagalnik.com/slovar/kaj-je-widget/>]

Mlade glasbenike je potrebno v spletno promocijo in trgovanje že zgodaj usposobiti, saj je to zaenkrat tudi najcenejša storitev. Nekaj spodbud za spletno »funkcionalno opismenjevanje« poteka preko krožkov in delavnic, ki se izvajajo na osnovnih in srednjih šolah. Predvsem pa bi se morale mlade glasbenike spodbujati k ustvarjalnosti, inovativnosti in podjetnosti. Ob svoji prvi predstavitvi ideje/skladbe običajno ne verjamejo, da je ideja dovolj dobra za uspeh, zato na začetku svoje glasbene poti potrebujejo povratno informacijo o kvaliteti njihovega izdelka. To pa je prednost nekaterih spletnih portalov za samopromocijo glasbenikov. Za spodbujanje tovrstnega podjetništva med mladimi je pomembna skupna strategija, ki lahko obstaja tudi na evropski ravni in oblikovanje organiziranih skupin mladih podjetnikov. Izjemnega pomena pri tem je seveda tudi dostop do finančnih sredstev in kapitalnih trgov, saj je ravno finančni primanjkljaj pri mladih največji problem. Pomembno pa je, da se podjetništvo med mladimi promovira s pomočjo socialnih medijev preko zgodb o uspehu posameznikov, saj se tako mladi lažje poistovetijo in hkrati lažje verjamejo, da lahko nekaj podobnega uspe tudi njim samim.

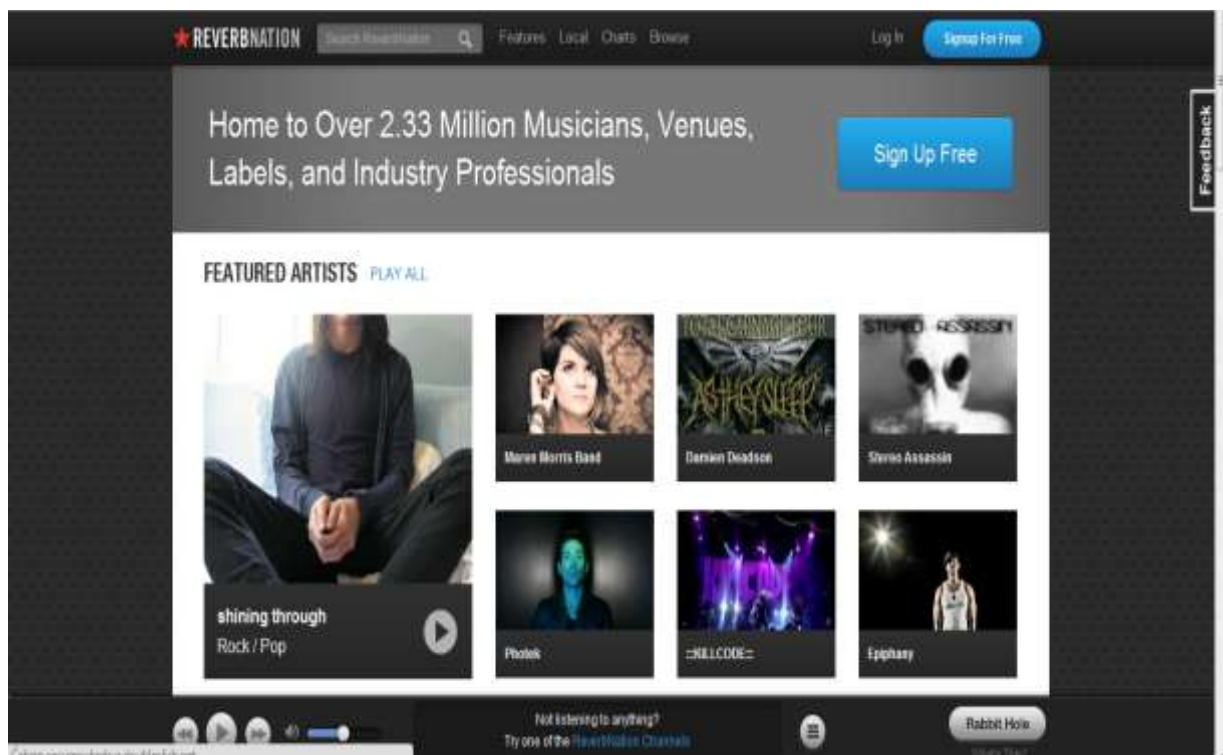
Masnik [1] v svojem poslovnem modelu ugotavlja, da obstaja veliko vprašanje o licencah. Obstaja namreč namera velikih založb, kot sta Choruss in Warner Music, da želita vpeljati najširšo obliko licenc t. i. »blanket license«. S tem se kaže, da glasbena industrija v večini primerov ne kaže pripravljenosti, da bi tovrstnim prostim spletnim portalom in podjetjem omogočilo preživetje, vse za svoj profit. Številnim inovativnim začetnikom je bil razvoj onemogočen, predvsem zaradi težko razumljivih licenčnih pogojev, s katerimi so bili svojim uporabnikom vedno manj privlačni za uporabo njihovih storitev, dokler niso prenehali s poslovanjem. Kakorkoli že, obstaja še ena rešitev. Obstaja namreč

¹ Widgets: Mala aplikacija, ki teče na namizju, spletni strani ali telefonu. Obogati delovno okolje z določenimi informacijami, funkcionalnostjo ali veliko zabave.

model, ki je že pomagal glasbenikom, da so veliko zaslužili z delitvijo svojih glasbenih datotek in izrabili to prednost, tudi ob upoštevanju licenciranja in avtorskih pravic.

»ReverbNation« – zmogljivo orodje za glasbenike

Na prvi pogled se nam morda dozdeva, da je »ReverbNation« spletna storitev podobna Myspace, ki povezuje glasbenike in njihove oboževalce, vendar je veliko več. To je namreč spletna stran narejena s strani glasbenikov za glasbenike [5]. »ReverbNation« vsebuje vsa orodja, ki rešujejo probleme realnega marketinga, promocije, distribucije, prodaje in mreženja, s katerimi se srečujejo vsi glasbeniki. Ne samo da imajo glasbeniki na razpolago orodja in *Widgets* aplikacije za splet, imajo tudi vir glasbenikov in storitev, ki jim pomagajo, da bodo slišani in povezani z oboževalci z vsega sveta.

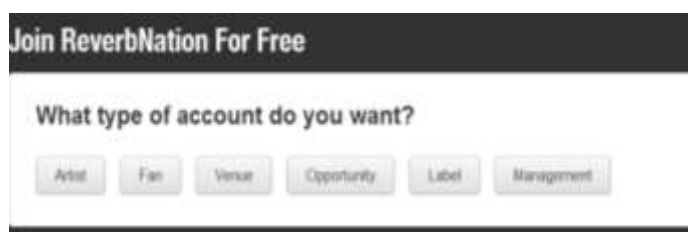


Slika 2: Vstopna slika v portal ReverbNation

Vir: [http://www.reverbNation.com/]

Registracija uporabnika

V kolikor smo glasbeniki z več Web prezentacijami, potem nam bo »ReverbNation« pomagal pri upravljanju vseh z enega mesta. Registracija je brezplačna in ima na izbiro šest možnosti.



Slika 3: Registracija računa z različnimi opcijami

Vir: [<http://www.reverbnation.com/controller/main/signup>]

Z registracijo se nam potem odprejo naslednje možnosti uporabe [5]:

1. Gostovanja glasbe, video in slike

»ReverbNation« nam omogoča, da naložimo neomejeno število glasb, video vsebin, slik in fotografij.

2. Uporabe prostega promocijskega orodja

Nam daje možnost uporabe proste promocijske *Widgets* aplikacije kot so FanReach in njihove proste »mailing« liste/novice in *stream* programe.

3. Distribucija, prodaja naše glasbe

»ReverbNation« nam bo pomagal pri prodaji in distribuciji naše glasbe ter vstopnice za naše koncerte.

4. Povezava z oboževalci

»ReverbNation« nam omogoča pisanje blogov oz. vključitev že obstoječega v naš blog, oglaševanje nastopov in upravljanje našega koledarja ter zbiranje časopisnih člankov idr.

5. Sestava »uličnega tima«

Vzpostavlja interaktivno povezavo med oboževalci in poslušalci in tako skozi »free online street team service« daje možnost, da se najbolj zvesti oboževalci povežejo v t. i. »ulični tim«.

6. Vedenja o govoricah glede nas in naši glasbi

»ReverbNation« sledi govoricam (buzz) o nas in naši glasbi (blogi, Twitter idr.)

7. Plačilo

»ReverbNation« deli 50 % vseh prihodkov s svojimi člani.

8. In še mnogo več ...



Slika 4: Integracija ReverbNation z Mobile App



Slika 5: Osebni profil posameznika ali skupine

Vir: [http://www.reverbNation.com/band-promotion/your_own_mobile_app]

Spletna storitev v oblaku nam tudi omogoča zaslužek, saj ima integriran modul za povezavo z iTunes, ki nam izplača vsakokratni pretok naše avtorske glasbe s strani iTunes uporabnikov. Druga možnost zaslužka pa je aktivacija oz. vključitev v storitev Fair Share sklada, ki z vsemi vključenimi podeli 50 % vsega zaslužka zbranega v tem skladu.

Sklep

»ReverbNation« je v primerjavi z drugimi platformami/storitvami v oblaku za samopromocijo glasbenikov in glasbenih zasedb vsesplošno orodje za enostavno pripravo dinamičnih spletnih oglaševalnih vsebin in poslovnega okolja za prodajo naše glasbe. Uporaba spletnega portala »ReverbNation« uporabnikom prinaša povsem novo dimenzijo objavljanja svojih avtorskih vsebin na svetovnem spletu. Objavljanje glasbenih prispevkov je enostavno, čigar vsebino lahko dodatno popestrimo s slikami in video vsebinami. Velika izbira dodatkov nam omogoča, da imamo spletni dnevnik, lastno spletno stran, objavljeno vsebino posameznega projekta in povezavo z glasbenimi oboževalci. Z »ReverbNation« so glasbeniki in drugi umetniški sodelavci pridobili zelo sodobno in enostavno orodje za izdelavo svoje spletne predstavitve in objavo avtorskih del z možnostjo zaslužka.

Viri in literatura

1. Masnick, M. The Future Of Music Business Models (And Those Who Are Already There). 2010.
<http://www.techdirt.com/articles/20091119/1634117011/future-music-business-models-those-who-are-already-there.shtml> (dostopno na spletu, 20.4. 2012)
2. Werker, M. K. Sound & Recording, 04/12. Ulm: MM-Musik_Media-Verlag, 64-66. 2012.
3. Armbrust, M., Fox, A. idr. Above the Clouds: A Berkeley View of Cloud Computing.
4. Anthony, D. J. A Berkeley View of Cloud Computing. V: SIRIKT 2011 – Kaj nam prinaša računalništvo v oblaku?: zbornik člankov. Ljubljana: Miška, 2011, str. 6. 2011. <http://www.eecs.berkeley.edu/Pubs/TechRpts/2009/EECS-2009-28.pdf>
5. Chertkow R. in Feehan, J. (2008). THE INDIE BAND SURVIVAL GUIDE. New York: St. Martin's Press. <http://freedownload.is/pdf/discovering-the-cloud-25390947.html> (dostopno na spletu 31. 5. 2012)
6. Burgess, S. Discovering the cloud. Nashville: Guidant partners. 2012. <http://freedownload.is/pdf/discovering-the-cloud-25390947.html> (dostopno na spletu 30. 5. 2012)