各位同學老師好我們是youtube組，組員有我蘇鴻章、陳豪毅、任永安三人。那以下開始我們的報告。

不知各為有沒有在youtube遇過看起來普通沒意義影片觀看次數卻好像不差，就想像一下把抖音的影片丟到youtube上觀看次數卻不錯的感覺。又或者是你辛苦創作了一個影片，可是觀看次數卻衝不上來，沒人想看。但不要難過，這或許不是你的問題，可能是推薦系統在整個創作大海裡面找不到你而已。那為了從這大海中脫穎而出，一定程度的曝光度是很重要的。因此我們接下來將透過youtube推薦系統分析，分析出如果想受人矚目需要哪些行為方法。

再來呢，資料集的部分，我們是從kaggle裡找一個現有的資料集，剛好這個還滿新的，距上次更新才兩個月前而已。那裡面分不少國家，那這裡我們主要以美國為主要探討的對象。Label的部分也是提供滿多的，這裡我們就挑幾個會用到的。….。

#page01

探討各類型影片之觀看次數和觀眾觸及率的關係

由右邊的圖以看出來，音樂類型的影片擁有最高觀看次數，

再來是娛樂，最後是喜劇類型的影片，

在這三者中，又以音樂類型最為突出，足足高出娛樂類兩倍，

我們推測，音樂之所以會有這麼高的觀看次數是因為大部分的觀眾會重複播放ＭＶ，

導致觀看次數異常高。

而左邊的圖顯示顯示各類型的按讚與倒讚總數，

我們可以直接發現，原本觀看次數高的影片，在觀眾的互動上並沒有和觀看次數成正比，

活動類型反而是最高，那是因為”活動“、“社會運動”本身就是需要人來參與，

所以才會有很高的參與率。除此之外，發現喜劇與娛樂類型反而比音樂還高，

這應證了觀眾主要是重複播放ＭＶ聽歌，而非“觀看”影片。

>在這些數據之中，推薦創作者往喜劇、娛樂等方向創作有幫助曝光

#page02

此曲線圖顯現出按讚、倒讚與留言數與觀看次數之關係圖，

可以看出，隨著觀眾互動數越高，觀看次數越高，

所以不論正面或是負面的互動，都對影片曝光有幫助！

但是當觀看次數高到一定次數時，觀眾互動數並沒有像之前線性成長，

我們可以推測高觀看次數可能來自重複觀看，所以互動數沒有繼續成長。

>在這些數據之中，我們找不到一部擁有高觀眾觸及率，但觀看次數低的！

>由此可知youtube的推薦系統偏好和觀眾互動多的影片。

>創作者應誘導觀眾和影片互動，讚、留言評論，不論正反面，都對影片曝光有幫助！

#page03

影片的觀看次數是否和影片的標籤數有關係？

目前可由數據圖看出來兩者沒有直接關係，所以越多標籤不代表有越高的機會曝光，

就像我們分析影片，youtube的曝光AI也會分析影片，找出適合曝光、製造收益的影片，

也許大量的標籤會導致誤導AI或這是被忽略，也許針對影片選擇適當的標籤是比較有幫助的。

>標籤多不如標籤好，創作者可以觀察其他風格似又成功的影片如何標籤，增加觀眾搜尋到的機會

#page05

影片下方詳細文字中有否YouTube的連結，有得話是否和影片觀看次數有正關係??

結果發現，大部分的影片都有含有連結，但在有連結與沒有連結的平均觀看次數比較下，

沒有連結的影片卻有非常高的平均值！

所以推測youtube希望觀眾留在youtube中，所對外連離開原站的影片被曝光的機會就低。

>建議創作者在影片下方詳細文字中盡量不要附上對外連結，反而可以增加對youtube的連結，

>讓觀眾持續留在youtube，是youtube推薦系統偏好的！

#page06

發燒影片中時間區間內是有特定幾種影片種類的！

根據圖示，容易上熱門的影片是音樂、娛樂、喜劇，和參與較高的類型(活動、運動)，

但是可以發現從3月開始到5月，有大量音樂、娛樂的影片上熱門，

這和當地活動與較知名樂手出新歌有關係！

在美國的三到五月有大量的大型音樂活動(Air+Style Festival、SXSW、Ultra、In Bloom)

且在接連幾個月知名度較高歌手出新歌有關

(Ariana Grande、BTS、Christina Aguilera、CelineDion、Taylor Swift)

>觀察時下流行趨勢，選擇適當的時機發表創作，讓youtube更有機會推薦你！

#final

為什麼youtube會推薦一些毫無內容，但對youtube演算“優化”極佳的影片？

為什麼有創意、有才華，製作出好的原創內容，卻沒有人看？

這也許不是創作者的問題，而是大家都有好點子，在這創作之海中觀眾怎麼看得見你呢？

為脫穎而出，創作者需要一定程度的曝光，透過對youtube的推薦系統分析，

針對影片優化成youtube偏好的樣式有助於增加影片的人氣！