

Jean Burgess & Joshua Green:  
"YouTube: Online video and participatory culture".  
Cambridge: Polity Press. 2009.

YouTube er på kort tid blevet en af de mest besøgte internetsider overhovedet (pr. september 2009 verdens fjerde mest besøgte hjemmeside), og efter blot at have eksisteret siden 2005 har sitet opnået en etableret status i mediebilledet som en fremtrædende eksponent for web 2.0-kulturen – ikke mindst blandt internetaviser og nyhedsprogrammer, der jævnligt citerer og henviser til sitet. Men hvad er YouTube helt konkret? Dette spørgsmål er udgangspunktet for Jean Burgess og Joshua Greens nye bog om YouTube-kulturen, *YouTube – Online video and participatory culture*. Bogen synes dog selv at give svaret, når den i sin undertitel henviser til Henry Jenkins' ofte benyttede term "participatory culture" som et udtryk for YouTube, hvilket da også er Burgess og Greens ufravigelige overbevisning igennem hele bogen. Lad mig starte med at sige, at *YouTube – Online video and participatory culture* er en omfattende analyse og registrering af YouTube, der først og fremmest giver en fyldestgørende beskrivelse af den diversitet, der karakteriserer sitet. Og så gøres det i et letfordøjeligt sprog. Bogens metodiske tilgang er desuden et interessant afsæt imellem en "Cultural Study" og en etnografisk tilgang i kraft af kombinationen af en empirisk database på 4.320 videoer og en intention om kvalitativt at betragte YouTube ud fra et mikroperspektiv.

Indledningsvis betragtes YouTube som et mangfoldigt fænomen, kendetegnet ved både at være et populærkulturelt informationsarkiv, et socialt netværk og en omfattende kommerciel broadcast-platform. YouTube er således et komplekst system af modsatrettede interesser, der videre er udspændt mellem en kommercielt distribueret mainstreamkultur, hvor en "top-down"-struktur og økonomiske interesser kontrollerer sitet og fastholder det som et underholdningssite, og en kreativ innovationskultur kendetegnet ved en "bottom-up"-struktur, hvor brugere og amatører konstituerer indholdet. En af bogens vigtigste pointer er desuden, at YouTube og ikke mindst dens kulturelle og sociale værdi er funderet i "co-creativity" (p. 67) skabt af brugerne, hvormed sitet kan betragtes som et udtryk for deltagerkulturen. Dette bestræber de to forfattere sig igennem hele bogen på at bevise, hvilket afføder mange interessante betragtninger, men desværre udelader det også en del. Eksempelvis fokuserer bogen ikke, som man måske kunne have ønsket, på YouTubes placering og indvirkning i forhold til "gamle" medier, selv om den ganske vist bruger et kapitel på massemediernes misforståede opfattelse af YouTube som en kommerciel platform. Massemediernes entydige dækning af YouTube falder ifølge Burgess og Green sammen med de rettighedsproblemer, der klirrer til YouTube. Her viser bogen udmærket YouTubes diversitet, hvor der ofte er forskellige opfattelser af det samme materiale, idet mange af de brugergenererede videoer (UGV) består af klip fra allerede eksisterende materiale, som fx musikvideoer, tv-serier og film (p. 35).

Bogen fortsætter med en kort metodisk gennemgang af sit omfattende materiale. Den skal først og fremmest illustrere, at deltagerne på YouTube er aktive i en ny form for publicering, der ikke blot gør dem til aktive forbrugere, men til "medskabere" af en sociokulturel institution. Denne institu-

tion kendetegnes af "value creation" (p. 48) frem for "top-down"-strukturen, hvor forbrugeren blot var en destination.

Videre argumenterer bogen for, at denne "forbrugertransformation" udligner linjerne mellem den kommercielle industri og de kreative amatører, hvorfor YouTube bør betragtes som ét kulturelt system med "a coherent cultural logic", hvor alle er en del af deltagerkulturen (p. 57). Logikken på YouTube er funderet i, hvad der henkastet kaldes for "YouTube-ness" og "a structure of feeling" (p. 51), hvilket bogen ikke definerer nærmere, og som derfor forbliver et løst begreb. Selv om man kan give forfatterne ret i, at YouTube som institution kan karakteriseres som ét kulturelt system, synes der at mangle en nuancering af, at der findes forskellige grader af deltagelse. Brugere på YouTube er jo langt fra lige aktive. Jeg er ikke en del af noget YouTube-samfund eller en deltagerkultur, blot fordi jeg klikker mig ind på en tilfældig video.

En spændende betragtning er dog, at denne kulturelle kohærens danner baggrund for at karakterisere YouTube som et socialt netværk, der er i stand til at etablere en kreativ kapital. Problemet er bare, mener Burgess og Green (i bogens mest interessante del, kap. 4 & 5), at YouTubes design og interface trækker de sociale netværk og den kreative kapital i baggrunden, fordi YouTube i kraft af sin hierarkiske brugerflade primært inviterer til individuel deltagelse frem for kollektiv deltagelse. Dette design står i kontrast til den kreativitet, som bogen fastholder skabes af et kollektivt netværkssamfund på YouTube, hvor "co-creativity" er den vigtigste faktor. Et eksempel er Vlogging, der netop repræsenterer det sociale fællesskab, men bogen dykker desværre aldrig dybere ned i enkelte cases, hvilket man gennemgående mangler i *YouTube – Online video and participatory culture*, når nu bogen tilsigter kvalitative analyser.

I bogens femte kapitel diskuteres YouTube som kulturpolitisk organisation, og bogen kommer med en række interessante perspektiver på, hvordan sitet er konstitueret som en del af den kulturelle offentlighed. Herunder bliver man som deltager på YouTube også indlemmet i et moderne medborgerskab, der ikke blot drejer sig om basale rettigheder, men endvidere omfatter, hvordan man som individ deltager i sociale praksisser og bliver integreret i et netværk i form af sociale og tekniske kompetencer (p. 81). Igen synes der dog at mangle en problematisering af, at man først bliver "borger", såfremt man deltager og bidrager i YouTubes sociale netværk.

Burgess og Green forholder sig afslutningsvis til YouTubes usikre fremtid ud fra den betragtning, at Google Inc's dominans som firma og institution bag YouTube ikke gavner YouTubes kreative rum, men snarere flytter YouTube mod det kommercielle marked. Dette er tydeligvis blevet til virkelighed, hvorfor det i sidste ende er op til os, brugerne, at involvere os og skabe kreativitet. Med denne moralske formaning om ikke at lade globale virksomheder dominere den digitale offentlighed afsluttes bogen for Burgess og Greens vedkommende på side 108, og man må bladde forgæves efter en konklusion eller svar på, hvad der blev af de 4.320 videoer. I stedet får vi to artikler af Henry Jenkins og John Hartley, der fungerer som konkluderende kapitler.

Ikke overraskende følger Jenkins' artikel, "What happened before YouTube", Burgess og Greens præmis (eller omvendt) om, at deltagerkulturen er grobunden for kreative innovationer og samtidig konstituerer sociale færdigheder blandt brugerne. Jenkins udbygger argumentationen ved at ind-

drage innovative og brugergenererede subkulturelle bevægelser, der lå forud for YouTube, og som har forgreninger tilbage til 1920'erne og udbygges op gennem 1960'erne. Jenkins' argument er, at disse netop bevidner behovet for diversitet og udfoldelsen af subkulturer og minoriteter, som han mener YouTubes platform og struktur ikke i tilstrækkelig grad indbyder til. Men er det netop ikke, fordi disse tidligere DIY-samfund, som Jenkins nævner, aldrig har eksisteret i nogen bred offentlighed og derfor heller ikke er blevet konfronteret med en overstrømmende opmærksomhed, der forplumrer deres hensigt og præmis, som Jenkins mener er YouTubes begrænsning? Sammenligningen med YouTube synes i hvert fald ikke at forholde sig til, at YouTube netop ikke er defineret som en ideologisk subkultur i det aktuelle mediebillede, og at YouTubes progressivitet også er funderet i interaktion med den kommercielle industri.

Mere interessant er Hartleys artikel, "Uses of YouTube – Digital Literacy and the Growth of knowledge". Overordnet mener Hartley, at YouTube er repræsenteret ved en social teknologi, der muliggør kreativ vidensudveksling blandt brugere. Denne vidensudveksling sker i interaktionen mellem professionelle producenter og de såkaldte "amatører", hvorigennem der skabes mening på YouTube. Således følger Hartley også Jenkins' teori og inddrager det, han kalder den "bardiske" funktion, hvor han understreger, at alle historierne på YouTube er myriader af små fortællinger, der følger universelle fortælle mønstre (Propp) og er med til at organisere YouTube som en institution, der er konstituerende for selvet. Således repræsenterer YouTube et system, der er meningsdannende i kraft af individets interaktion med andre brugere, hvor vi gennem historiefortællinger skaber mening og udvikler digitale kompetencer.

Gennemgående er *YouTube – Online video and participatory culture* indsigtfuld læsning, der bidrager med en fornyet tilgang til YouTube, men bogen er også til tider ensporet og ukritisk i sin insistens på udelukkende at betragte YouTube som et udtryk for en deltagerkultur. Dele af sitet passer udmærket på billedet af en deltagerkultur, men YouTubes diversitet synes jo netop at illustrere behovet for at nuancere forestillingen om én omfattende deltagerkultur. Til trods for en del eksempler savner man også dybdegående kvalitative analyseeksempler, der forholder sig til andre aspekter omkring YouTube som fx autenticitet, performativitet eller anerkendelsesprincippet.

Mest frustrerende er dog den manglende konklusion, som giver en ustruktureret læseoplevelse. Man efterlades uden opfølgning på empirien eller på, hvad bogen satte sig for at undersøge. Det lugter af et redaktionelt salg fremstød, når den manglende konklusion erstattes med Jenkins' og Hartleys artikler, som ikke forholder sig til Burgess og Greens konkrete undersøgelse. Bogen ender derfor med at fremstå som et velskrevet, men noget amputeret værk om YouTube, der ikke synes at give plads til det omfattende arbejde, som de to forfattere trods alt har lagt for dagen.

*YouTube – Online video and participatory culture* er en del af *Digital Media and Society Series* fra Polity Press. Der er hidtil udgivet 8 bøger i serien.

Thomas Mosebo, ph.d.-stipendiat  
Institut for kommunikation, Aalborg Universitet