

Digitale Medien

Rainer Hillrichs: *Poetics of Early YouTube: Production, Performance, Success*

Bonn: Universitäts- und Landesbibliothek Bonn 2016, 424 S.,

Onlinepublikation: <http://hss.ulb.uni-bonn.de/2016/4407/4407.pdf>

(Zugl. Dissertation an der Philosophischen Fakultät der Rheinischen Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn, 2016)

Thema der in sieben übersichtliche Kapitel gegliederten Studie ist das *Early YouTube* – ein Zeitraum, welchen Rainer Hillrichs von der Unternehmensgründung 2005 bis zum Kauf durch Google 2006 definiert. Der Forschungsgegenstand erweist sich dabei als überaus ergiebig, da die Produkte der Entstehungsphase dieses Videoportals bislang eher weniger Beachtung gefunden haben. Darüber hinaus bietet sich ein Aufarbeiten der Anfänge YouTubes zehn Jahre nach der Zäsur durch die Google-Übernahme geradezu an. Wie Hillrichs anmerkt, wurde YouTube in Gänze bislang eher als eine Praxis der Kommunikation und der sozialen Vernetzung betrachtet (vgl. S.10), etwa von Jean Burgess und Joshua Green (*YouTube: Online Video and Participatory Culture*. Cambridge/Malden: Polity, 2009) oder von Dave Harley und Geraldine Fitzpatrick („Creating a Conversational Context Through Video Blogging: A Case Study of Geriatric1927.“ In: *Computers in Human Behavior* 25 [3], 2009, S.679–689). Als Alternative hierzu soll YouTube darum nun auch in erster Linie als eine audiovisuelle Praxis ver-

standen werden. Darin liegt der hohe wissenschaftliche Wert und Innovationsfaktor von Hillrichs Studie. Die grob skizzierte Fragestellung lautet in diesem Sinne: „How was YouTube used in the early years of the service, that is, when it was relatively new?“ (S.372). Hillrichs gelingt eine konzise Analyse der Plattform sowie die Herausarbeitung der signifikanten Veränderungen seit 2006.

Von wissenschaftlichem Interesse in *Poetics of Early YouTube* ist die Beschaffenheit der Clips, was die Dimensionen von *production*, *performance* und *success* anhand der erfolgreichsten Uploads anbelangt. Jenes *video blogging* versteht Hillrichs als „cultural and, more specifically, as an audiovisual practice“ (S.370). Diese als „audiovisual artifacts“ (S.47) definierten Clips möchte Hillrichs verstanden wissen als „an object that is created through the selection, manipulation, or construction of profilmic settings, participants, and events; and through the use of audiovisual techniques, which comprises the use of tools for capturing and storing images and sounds and tools for editing and other work on the recorded

footage. An audiovisual artifact is created to be shown: to those who created it but mostly to others“ (ebd.) Sicherlich ist Hillrichs beizupflichten, dass die Erzeugnisse von YouTube im Sinne eines eigenständigen audiovisuellen Phänomens angesehen werden müssen und daher eines gesonderten Terminus bedürfen, doch gestaltet sich dabei die allgemeine Definition seines audiovisuellen Artefakts als dermaßen weit gespannt, dass sich die Frage förmlich aufdrängt, ob auf diese Weise all die Gegenstände des Korpus trennscharf erfasst werden können. Zudem vermag er auch nicht zwischen analog und digital, zwischen „capture, storage, post-production, distribution, and exhibition technologies nor between different ways of distribution and arrangements of exhibition“ (ebd.) zu differenzieren. Die Annahmen von Teresa Rizzo, welche YouTube bereits nach Tom Gunning als *New Cinema of Attractions* (In: *Journal of Media Arts Culture* 5 [1], 2008) deklarierte, hätte hier vielleicht beim Scharfstellen der Begrifflichkeit helfen können. Dennoch ist das Hervorheben der Clips auf YouTube als separates Medienprodukt in der Argumentation ein guter und äußerst wichtiger erster Schritt.

In den folgenden Kapiteln geht es dann um die Analyse dieser Artefakte. Die Überlegungen hierzu gestalten sich fruchtbar und anschlussfähig, etwa wenn dahingehend argumentiert wird, dass YouTube als Plattform eher im Sinne eines selbstbewussten Statements verstanden werden müsse, dass sich neue Beziehungen zwischen „amateurs and professionals“ (S.73), unter

Umständen sogar „new understandings of these terms“ (ebd.), ergeben. Darüber hinaus fördert Hillrichs akribisch Kennungsmerkmale zutage, wie etwa das – mittlerweile in der Praxis zum argen Klischee verkommene – Schlaf- oder Kinderzimmer als typisches Setting (vgl. S.128) beziehungsweise Aufnahmen aus dem „local or regional environment“ (S.133) der Vlogger. Im vierten Kapitel „Independent Modes of Performance“ erfahren die Formen der Selbstdarstellung eine exakte Unterteilung: in „emphatic self performances“ (S.169) und „reflexive self performances“ (S.171), was schließlich in „multiple selves“ (S.173) mündet, bevor es zum „use of audiovisual techniques“ (S.214) kommt. Diese Modi beschränken sich bei Hillrichs allerdings nur auf die Einstellungen der Kamera und den Schnitt und nicht auf die Beleuchtung oder den Ton. Dementsprechend steht YouTube in diesem Sinne einerseits für eine „cinematography of scarcity“ (S.215), wobei zu hinterfragen ist, ob *videography* hierfür nicht der bessere Begriff gewesen wäre. Andererseits steht YouTube für eine legere Auffassung von Montage. Das konsequent Amateurhafte hierbei darf jedoch nicht als negativ konnotiert verstanden werden, eher im Sinne eines spontanen und dadurch ‚ehrlichen‘ Zugriffs auf die Welt der Vlogger. Solche Formen provozieren regelrecht – und an diesen Problemfall führt uns Hillrichs sukzessive heran – eine Auseinandersetzung mit dem Authentischen. Diesem *prime concern* der Authentifizierung wird in „The cinematography of authentication“ nachgegangen. Dabei stehen die

Fakevideos von lonelygirl15 im Mittelpunkt. Hillrichs Arbeit liefert einen sehr gut recherchierten Überblick zum *Early YouTube*, seine *Poetics* sind insbesondere empfehlenswert für alle Wissenschaftler_innen der neuen Medien, und darüber hinaus sollten

auch die aktuell im Netz tätigen Vlogger ruhig einen Blick in das Werk werfen, um sich über die Ursprünge ‚ihrer‘ Plattform gründlich zu informieren.

Markus Kügler (PH Heidelberg)