

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Uroš Prosen

Zgodovina na spletu: YouTube kot spletni arhiv

Diplomsko delo

Ljubljana, 2012

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Uroš Prosen

Mentorica: doc. dr. Maruša Pušnik

Zgodovina na spletu: YouTube kot spletni arhiv

Diplomsko delo

Ljubljana, 2012

ZAHVALA

Zahvaljujem se mentorici za pomoč in spodbudo pri pisanju diplomske naloge.

Hvala tudi staršem, bratu, Niki, Petru in Žigi za vso podporo in inspiracijo.

Zgodovina na spletu: YouTube kot spletni arhiv

Kolektivni spomin označuje reprezentacijo preteklosti, ki si jo med seboj delijo člani določene skupine in je tako utelešen v živečih družbah ter podvržen večnemu procesu spreminjanja in evolucije. Kot ostali aspekti človekovega védenja predstavlja tudi sam kraj diskurzivnega boja, pri čemer v današnji družbi kot njegovim okvirim nastopajo mediji, ki neprestano vodijo in usmerjajo rekonstrukcije preteklosti. Skozi proces mediatizacije spomin postaja vse posrednejši, hkrati pa s popularizacijo historičnih reprezentacij prek množičnih medijev tudi vse močnejše nastopa kot instrument za doseganje političnih in ekonomskih ciljev. S sodobnim spletom se, na drugi strani, spomin eksternalizira in deli na globalni ravni, pri čemer je v vse večji meri proizvod aktivnega delovanja običajnih uporabnikov in ne ozkih skupin profesionalcev; obenem pa je splet kot tak še vedno vpet v širše institucionalne okvire in v mnogih pogledih reproducira kapitalistično logiko proizvodnje vrednosti. V tej luči avtor obravnava političnoekonomsko problematiko spletne strani za deljenje videov YouTube, ki ga razume kot arhiv preteklosti, in odgovarja na vprašanje, ali je ta demokratičen digitalen arhiv, kjer sleherniki ustvarjajo, shranjujejo in delijo spomine, ali pa, po drugi strani, vpliv velikih medijskih, profitno naravnanih akterjev zasenčuje njegov demokratični potencial za spominjanje.

Ključne besede: kolektivni spomin, mediatizacija, digitalizacija, YouTube, spletni arhiv.

History on the Web: YouTube as a Web Archive

Collective memory refers to a representation of the past shared by members of a group and is embodied in living societies and subject to a continuous process of change and evolution. As is the case with other areas of human knowledge, it is a site of discursive struggle where in modern society the media, constantly shaping and directing the reconstruction of the past, operate as its framework. Through the process of mediatization collective memory is becoming more and more indirect and is at the same time, with the popularization of historical representations through the mass media, increasingly being used as a tool for the achievement of political and economic goals. With the web on the other hand, collective memory is externalized and shared on a global scale, increasingly becoming the product of the active participation of everyday users and not just the domain of chosen professional groups. At the same time, the web remains embedded in a wider institutional framework and in many aspects reproduces the capitalist logic of the production of value. In this sense, the author considers the political-economic aspect of the YouTube video sharing website, which he understands as an archive of the past, and attempts to answer the question of whether it is a democratic digital archive where users create, store and share memories, or if on the other hand, the influence of profit oriented entities overshadows its potential as a democratic repository for collective memory.

Keywords: collective memory, mediatisation, digitalisation, YouTube, web archive.

KAZALO

1 UVOD	6
2 KOLEKTIVNI SPOMIN V SODOBNEM SVETU	8
2.1 Socialna konstrukcija, pogojenost in relativnost kolektivnega spomina	8
2.2 Mediatizacija spomina, njeni vzroki in posledice	11
2.3 Novi mediji, splet in digitalizacija spomina – obljube in politična ekonomija.....	14
3 YOUTUBE KOT SPLETNI ARHIV	18
4 DEMOKRATIČNOST YOUTUBOVEGA ARHIVIRANJA: ŠTUDIJA PRIMERA	21
4.1 Metodologija in potek analize	22
4.2 Dobljeni rezultati.....	25
4.3 Uresničevanje YouTubovega demokratičnega potenciala: interpretacija rezultatov.....	28
5 ZAKLJUČEK	30
6 LITERATURA.....	33

1 UVOD

»Zgodovina se ne ponavlja. Zgodovinarji ponavljajo drug za drugim.«

Max Beerbohm

Vsak človek, vsaka skupina, vsak narod in tudi človeštvo kot celota imajo svojo preteklost, ki se skozi čas ohranja v bolj ali manj formalnih oblikah, ter tako ponuja širino perspektive, možnosti refleksije in skozi vzpostavljanje odnosa med sedanostjo in preteklimi dogodki pomaga pri osmišljanju in razumevanju trenutne stvarnosti. Razmišljujoč o ohranjanju preteklosti pogosto najprej pomislim na Zgodovino, z veliko začetnico, ki kot plod neutrudnega dela bistrih učenjakov polni police knjižnic in knjigarn ter se kdaj pa kdaj v kakšnem večernem programu javne televizije s posodobljenim izrazom pokaže tudi na malem zaslonu. Ob nadaljnji refleksiji vendarle hitro ugotovim, da se preteklost pravzaprav ne prične pojavljati tam, kjer se za mnoge konča razvedrilo, temveč prežema sleherni del mojega vsakdana, ter ga pogosto tudi vodi in usmerja.

Razumevanje, da je preteklost v izhodišču vsakdanja in življenjska, ne hladna in monolitna, da je slednja v mnogih pogledih zgolj njen potencialni končni stadij, me bo vodilo pri pisanju dotičnega besedila, v katerem se bom naslanjal na koncept kolektivnega spomina, kot proizvoda v družbi krožečih in spreminjajočih se reprezentacij preteklosti (Pušnik 2005, 408). S tem bom razkril socialno konstrukcijo, relativnost in pogojenost našega védenja o preteklosti, katere v luči sodobnega tehnološkega napredka postajajo vse kompleksnejše in odpirajo vse več vprašanj. Dinamika kolektivnega spomina je namreč dandanes tako neposredno kot tudi posredno vključena v delovanje s tovrstnim napredkom pogojenih medijev in v marsičem odseva družbene odnose in prakse, v okviru katerih le-ti delujejo in jih reproducirajo, ter njihovo specifično naravo in obliko. S sodobnim spletom, kot enim izmed tako imenovanih »novih medijev«, postaja omenjeno še zlasti pomembno, saj se v njegovem okolju vse bolj briše meja med tehnološkim in človeškim; njegov obstoj in razvoj pa sta v vselej rastoči meri posledica aktivnosti običajnih uporabnikov in ne tako ali drugače izbrane peščice profesionalcev. Hkrati je splet vpet v širše institucionalne okvirje in kot element kapitalistične ekonomije ne uide logiki ustvarjanja oziroma ekstrahiranja vrednosti, kar v povezavi s prej napisanim na spletu ustvarjen, shranjen in deljen spomin zaznamuje na načine, ki so potrebni razjasnjenja.

V pričujočem besedilu bom v tej luči obravnaval spletno stran za deljenje videov YouTube kot arhiv preteklosti in se ukvarjal z vlogo običajnih uporabnikov na eni in zaznamovanostjo z

ekonomskimi interesi velikih, profitno naravnanih akterjev na drugi strani. Slednje v veliki meri predstavljajo tradicionalni množični mediji, ki vse bolj odkrivajo potencialno dobičkonosnost YouTubea ter z njegovo uporabo odpirajo problematiko vse večje formalizacije in neposredne komercialne usmerjenosti YouTubeovega delovanja. Tako se postavlja vprašanje »*Ali je YouTube, ko pride do reprezentacij oziroma védenja o preteklosti, demokratičen digitalen arhiv, kjer sleherniki ustvarjajo, shranjujejo in delijo spomine, ali pa, po drugi strani, vpliv velikih medijskih, profitno naravnanih akterjev zasenčuje njegov demokratični potencial za spominjanje?*« V iskanju odgovora na zastavljeno raziskovalno vprašanje bom v študiji primera proučil konkretne spomine, v YouTubeovem kontekstu nastopajoče v obliki videov, in sicer prilagojeno kvantitativno analizo, ki bo pokazala, v kolikšni meri je njihova prisotnost v arhivu produkt delovanja običajnih uporabnikov, njihove lastne volje in presoje.

Zaradi svoje specifičnosti, kompleksnosti in prostranosti se YouTube izmika tako trdnim opredelitvam kot tudi konkretnemu raziskovanju, zaradi česar se mora vsakršen njegov poskus zavedati lastnih omejitev in vpliva, ki ga izvaja s posegom v njegovo fluidno in konvergentno naravo, značilno za sodoben splet nasploh. Upošteva se omenjeno pa se mora raziskovanje, če želi pridobiti vpogled, ki ne ostaja zgolj na deklarativni ravni, kar se da približati vsakdanji rabi proučevanega, saj ga ta ustvarja in ohranja. V študiji primera se bom tako približal konkretni uporabniški izkušnji z izbiranjem vzorca po poti, ki se ponuja uporabniku med iskanjem oziroma brskanjem po arhivu, pridobljene rezultate analize pa bom nato razdelal in interpretiral z upoštevanjem širšega družbenega in tehnološkega konteksta ter mogočih zadržkov in omejitev.

Pot do načrtanega cilja bom v pričujočem besedilu pričel s teoretičnim sklopom družboslovnih pristopov k proučevanju kolektivnega spomina ter njegove pojavnosti in problematike v okviru sodobne družbe in medijev, v katerem bom opredelil in razdelal temeljne koncepte kolektivnega spomina, mediatizacije spomina, novih medijev, spleta in digitalizacije spomina. Zatem bom predstavil YouTube, njegovo naravo in funkcije ter zožil pogled nanj kot na digitalni arhiv, kjer bom izpostavil političnoekonomsko problematiko njegovega tovrstnega delovanja. V sledečem, empiričnem delu bom predstavil študijo primera, torej njeno metodologijo, fokus in potek izvedbe, opisal bom dobljene rezultate in jih interpretiral. V zaključku bom skupaj z odgovorom na raziskovalno vprašanje povzel pridobljen vpogled in predlagal možne smeri raziskovanja v prihodnje.

2 KOLEKTIVNI SPOMIN V SODOBNEM SVETU

2.1 Socialna konstrukcija, pogojenost in relativnost kolektivnega spomina

Kolektivni spomin je družbeni fenomen, ki v znanstvenem in tudi splošnejših diskurzih ne nastopa kot fiksni oziroma statični pojem. Nasprotno, njegova pojmovanja so heterogena in v veliki meri odvisna od kontekstov, v katerih nastopa, oziroma od gledišč, s katerih je proučevan. Težko torej podam univerzalno definicijo, ki bi bila popolnoma neproblematična in bi hkrati zajela mnogovrstno pojavnost kolektivnega spomina, vseeno pa ga lahko osnovno opredelim kot reprezentacijo preteklosti, ki si jo med seboj delijo člani neke skupine, kot je na primer generacija ali pa narod (Wertsch 2008, 120).

Temelje za proučevanje kolektivnega spomina je postavil francoski sociolog in Durkheimov učenec Maurice Halbwachs (1877–1945) z delom, naslovljenim *Kolektivni spomin*, ki je izšlo posthumno, leta 1950. V tem delu je jasno pokazal, da proučevanje spomina, če želi biti relevantno in se približati dejanskosti, nujno vodi stran od proučevanja lastnosti posameznega uma k proučevanju načinov, s katerimi različni umi delujejo skupaj v družbenem okolju, oziroma kako njihovo delovanje strukturirajo družbeni dogovori. Ljudje namreč spomine pridobivajo v družbi in jih v njej tudi priklicujejo, prepoznavajo in lokalizirajo (Olick 2008, 8).

Po Halbwachsu (2001, 23–55) je tako sicer mogoče razlikovati med individualnim in kolektivnim spominom, a je koherentno in konsistentno spominjanje posameznika izven skupinskega konteksta nemogoče. Skupine, katerih član je, so namreč tiste, ki ga oskrbujejo s surovinami za izgradnjo spominov in ga spodbujajo da se spominja določenih stvari, na druge pa pozabi. Individualni spomin se torej vpenja in naslanja na kolektivnega, ki ga, nazaj, okrepi in v takšni ali drugačni meri tudi modificira. Soodvisnost ter dinamiko individualnega in kolektivnega lepo opiše z naslednjimi besedami:

Kolektivni spomin sicer črpa svojo moč in svoje trajanje iz tega, da je njen nosilec skupek ljudi, vendar se kljub temu spominjajo posamezniki kot člani skupine. Iz te gmote skupnih spominov, ki se opirajo drug na drugega, se slehernemu izmed članov ne prikazujejo z isto intenzivnostjo isti spomini. Prav radi bi dejali, da je sleherni individualni spomin en pogled na kolektivni spomin, da se ta pogled spreminja glede na mesto, ki ga zasedam v njem, in da se samo to mesto spreminja glede na razmerja, ki jih vzdržujem z drugimi okolji (Halbwachs 2001, 52).

Izpostaviti je mogoče tri ključne točke Halbwachsovega pojmovanja kolektivnega spomina (Pentzold 2009, 258):

1. *Socialno konstrukcijo* – spomini se konstruirajo, ohranjajo in živijo skozi komunikacijo z drugimi pripadniki socialnih konstelacij; delujejo kot parametri družbenega reda, kot okviri, v katere posameznik polaga svoje misli, tako sodeluje v kolektivnem spominu in se lahko spominja.
2. *Socialno relativnost* – kolektivni spomin je tudi nujno vezan na določeno, v prostoru in času razmejeno, skupino, pri čemer je kolektivnih spominov toliko, kolikor je skupin.
3. *Socialno pogojenost* – konstrukcijo preteklosti bistveno oblikujejo zadeve v sedanjosti: spomin deluje v skladu z dominantnimi diskurzi in se rekonstruira v odnosu do funkcij, ki jih opravlja v socialnem kontekstu.

Tudi Nora (1996, 3) poudarja, da je spomin fenomen sedanjosti, utelešen v živečih družbah in tako v večnem procesu evolucije. Spomin je po njegovo ranljiv, dovzeten za prisvojitve in manipulacijo, v dialektiki spominjanja in pozabe pa se ne zaveda popačitev, ki jih je deležen. Zgodovina, pripadajoča vsem in nikomur, ter zato univerzalna, je zanj v mnogih pogledih diametralno nasprotje spomina, oziroma se z njim že izključuje. Podobno tudi Halbwachs (2001, 85–86) pravi, da se zgodovina prične tam, kjer se konča izročilo, oziroma takrat, ko se razkroji ali ugasne kolektivni spomin. Zgodovina, dodaja, preiskuje skupine od zunaj in pri tem zajema dolga časovna obdobja, medtem ko je kolektivni spomin »skupina, videna od znotraj in v obdobju, ki ne presega povprečnega trajanja človeškega življenja« (Halbwachs 2001, 94).

S samo strukturo in dinamično naravo kolektivnega spomina se ukvarja Haye (2012, 26), ki govori o »dejanjih kolektivnega spomina«, razdeljenih na tri korake mikrogeneze. V prvem koraku gre za kreacijo strukture znanja za reprezentacijo pretekle situacije, kot je podoba v kakršni koli modalnosti oziroma beseda v kakršnem koli formatu, izrečena ali zamolčana. Drugi korak predstavlja konstrukcijo odnosa do omenjene situacije, kakor je predstavljena; tretji pa razumevanje socialnega konteksta oziroma socialnega polja, znotraj katerega sta struktura znanja in odnos do nje kontekstualizirana. Socialna polja so po njegovo »kolektivni okviri, posredujoči mikrogenezo spomina v vsaki interakciji, ter dinamični vmesnik med individualnimi mikrogenetičnimi in sociogenetičnimi procesi« (Haye 2012, 29).

Po avtorju lahko izpostavim štiri aspekte dejanj kolektivnega spomina (Haye 2012, 27– 8):

1. *Ideološkost* – socialni spomini so trditve o (ne)pravičnem, oziroma (ne)pravilnem načinu interpretacije dejstev glede na dostojanstvo ali druge vrednote; posedujejo ideološko vrednost, saj vsebujejo resničnostne sodbe z etičnimi in političnimi implikacijami za sedanje in prihodnje življenje v dani skupnosti spomina.
2. *Dialoškost* – dejanje spomina se ne zgodi se v socialni izolaciji, vselej je odgovor na in intervencija v permanentnem dialogu: subjekt se vsakokrat vključuje v mnogokratna argumentativna srečanja z glasovi drugih, različnimi ideološkimi pozicijami, žanri spomina ter percipiranimi ali zamišljenimi, pa tudi lastnimi preteklimi dejanji spomina; tako vprašanje pomena spominov »ni v tem, ali prilagodljivo reprezentirajo dani pretekli dogodek, temveč iz katere pozicije in pred kom – prisotnim ali odsotnim –« (Haye 2012, 28).
3. *Retoričnost* – spomini ne predstavljajo deskriptivnih resničnostnih sodb, ampak poskuse pokazati resničnost enega izmed nasprotujočih si vrednostno nabitih interpretativnih okvirov, vselej naslovljenih na druge, brez katerih tovrstni poskusi ne bi bili mogoči; celovito dejanje spomina zatorej v samem bistvu vključuje retorično pozicioniranje.
4. *Diskurzivnost* – dejanja kolektivnega spomina niso zgolj produkt individualnih subjektov, temveč so hkrati tudi socialna produkcija spominov, ki se tičejo kolektivitete; retorične resničnostne sodbe glede skupne preteklosti so temeljne komponente dejanj spomina, ki pa morajo imeti simbolična sredstva reprezentacije in izražanja deklarativnega pomena, pri čemer samo dejanje ni nujno zgolj takšno ali drugačno konkretno izražanje, ampak vključuje kakršne koli semiotične spremembe, tako v mišljenju kot tudi v izražanju.

Anderson (2001, 22–23) poudarja zadnjo točko, ko pravi, da lahko spomin, tako kot zgodovino, najbolje razumemo kot kraj diskurzivnega boja. Pri tem so diskurzi »načini nanašanja in konstruiranja vednosti o določenih področjih prakse. Gre za formacijo idej, podob in praks, ki tvorijo in omogočajo načine govorjenja, oblikovanja vednosti in uravnavanje obnašanj, ki so povezana z objektom ali področjem, na katerega se diskurz nanaša« (Hrženjak 2002, 161–162). Omenjene »diskurzivne formacije« določajo, kaj je in kaj ni ustrezno v odnosu do določenega objekta oziroma družbene prakse, katere vrste vednosti so, glede na kontekst, »resnične«, »koristne« in »relevantne« ter v katerih subjektih se te lastnosti utelešajo. Ne glede na materialno, dejansko existenco stvari v svetu, je edina vednost, ki jo o njih posameznik lahko ima, vednost, ki

se proizvaja skozi diskurz (Hrženjak 2002, 162), iz česar sledi, da je tudi kakršna koli vednost o preteklosti nujno proizvod diskurza.

Diskurz pa se oblikuje »v hegemonskih bojih, ki želijo prek artikulacije pomenov in identitet vzpostaviti moralno, intelektualno in politično vodstvo« (Vezovnik 2009, 72), pri čemer hegemonija po besedah Williamsa (1988, 145) označuje politično nadmoč v odnosih med družbenimi razredi. Le-ta se ne nanaša zgolj na neposredno politično kontrolo, temveč gre za širšo nadmoč, vključujočo določen način percepcije sveta, človeške narave in odnosov. Za razliko od ideologije, se ne zanaša le na takšno ali drugačno izražanje interesov vladajočega razreda, ampak tudi na njihovo sprejemanje kot normalnih oziroma zdravorazumskih s strani podrejenih. Omejena torej ni le na politične ter ekonomske institucije in odnose, temveč obstaja tudi skozi aktivne oblike doživljanja in zavesti. Ker je torej hegemonija, kot pravi Vezovnikova (2009, 72–73), tip političnega razmerja, katerega lastnost je ustvarjalna artikulacija in lahko zato vznikata samo v polju artikulacijskih praks, lahko tudi spomin razumem kot »kraj boja za hegemonsko interpretacijo preteklosti, ki pomeni moralno, kulturno, intelektualno in, zatorej, politično vodstvo določene interpretacije preteklosti, ki bi nato zasedla centralno pozicijo v kolektivnem spominu« (Pušnik 2006, 97).

Na tej točki je pomembno izpostaviti, da se diskurz materializira skozi tekste in druge simbolične artefakte, ki tako oblikujejo materialno podlago za spominjanje (Pentzold 2009, 260); njihova narava in oblika pa se s tehnološkim napredkom spreminjata, s čimer se spomin in hegemonski boj, ki ga karakterizira, manifestirata na nove, drugačne in vselej kompleksnejše načine.

2.2 Mediatizacija spomina, njeni vzroki in posledice

Ključnega pomena za razumevanje kolektivnega spomina, kakršen se kaže danes, je upoštevanje vloge, ki jo pri njegovi (re)konstrukciji in cirkulaciji igrajo mediji. Kot pravi Pušnikova (2006, 90), je v družbah enaindvajsetega stoletja poznavanje preteklosti vse manj odvisno od formalne izobrazbe ali pripovedovanja starejših generacij, vse bolj pa ga determinirajo mediji in druge popularne oblike zgodovinskih reprezentacij. Z drugimi besedami, spomin postaja mediatiziran, pri čemer sam pojem mediatizacije označuje globok vpliv medijev na proces družbenih sprememb, zaradi vse večje vpetosti vsakdanjega življenja v medijsko krajino (Hoskins 2009, 31).

V samem kontekstu spomina mediatizacija izpostavlja dejstvo, da so načini, na katere je zgodovina zabeležena (oziroma ni zabeležena) in arhivirana, ter načini, na katere se do nje dostopa in jo reprezentira, prepleteni z nadzorom nad tehnologijami, mediji in institucijami ter z njihovimi oblikami in naravo (Hoskins 2009, 27). Mediji dandanes delujejo kot Halbwachsovi okviri kolektivnega spomina, ki z nadvlado nad sedanostjo neprestano vodijo rekonstrukcijo preteklosti. Popačenje le-te je neizbežno že pri dinamiki in evoluciji kolektivnega spomina samega, v procesu mediatiziranega spominjanja pa je še intenzivnejše, saj medijsko konstruirani okviri spomina ne bazirajo nujno na preteklostih družbenih skupin (Hoskins 2004, 110).

Popularnost historičnih žanrov in reprezentacij je v zadnjem času je izredno narasla – zlasti v medijih, pa tudi v politiki in celo znanosti, kroži neskončno število človeških zgodb, pričevanj, osebnih spomenic in travmatičnih spominov (Pušnik 2006, 98). Razloge za mrzlično obračanje k preteklosti Huyssen (2003, 15–27) išče v izgubi stabilnosti v postmodernem univerzumu, zaznamovanim z vse večjo nestabilnostjo časa in razdrobljenostjo prostora ter informacijskimi in zaznavnimi preobremenitvami, ki jih človeški čuti in psiha niso več zmožni prenašati. Pravi namreč, da »bolj ko sedanost potrošnega kapitalizma prevlada nad preteklostjo in prihodnostjo, vsrkavajoč obe v razširjen sinhroni prostor, šibkeje se oprijema same sebe in manj stabilnosti oziroma identitete zagotavlja sodobnim subjektom« (Huyssen 2003, 23). Pri tem izpostavi tudi paradoksalno situacijo, v kateri so mediji in nove informacijske tehnologije, prinašajoč eksplozijo informacij in komodifikacijo spomina, percipirani kot povzročitelji rastočega strahu pred izginotjem in pozabo, a so hkrati tudi tisti, v katere polagamo zaupanje, da do omenjenih ne bi prišlo. Četudi tu kavzalnost na prvi pogled ni jasno razvidna, avtor poudarja, da nam mediji sicer omogočajo hranjenje in priklicevanje več spominov kot kadarkoli poprej, da pa so ti množično trženi spomini v veliki meri »zamišljeni« in ne »živeti spomini« ter so zato tako lažje pozabljivi (Huyssen 2003, 17–18).

Podobno Nora (1996, 8) piše, da je potreba spomina po eksternih rekvizitih oziroma otipljivih opomnikih na tisto, kar več ne obstaja, vse večja, in sicer zato, ker ga vse manj doživljamo od znotraj. Tako govori o »modernem spominu«, namreč spominu, ki se v celoti zanaša na »specifičnost sledu, materialnost preostanka, konkretnost posnetka, vidnost podobe« (Nora 1996, 8), in ki ga zaznamujeta sodobna bojazen in strah zaradi občutka neizbežnega izginotja vsega, nejasnosti pomena sedanosti in negotove prihodnosti. Proces transformacije, skozi katerega je spomin postal v prvi vrsti arhivski, se je po njegovo pričel s pisanjem in doživel vrhunec z visokoločljivostnimi posnetki.

Prav s pisanjem, točneje s pojavom zgodovinskega romana, se je tudi začela kazati Huysseanova dihotomija živelih in zamišljenih spominov, saj je, kot poudarja Morris-Suzukijeva (2005, 70), omenjena literarna vrsta pričela postopno zabrisovati meje med realnostjo in fikcijo. Ustvarila je namreč novo obliko empatične povezave med preteklostjo in sedanjostjo, med zamišljeno podobo družbe v preteklosti in trenutnimi življenji bralcev, ki so jo doživljali. Na začetku je bila sicer omejena na razmeroma ozek krog občinstva, pretežno na pripadnike srednjega razreda z dovolj časa in izobrazbe za branje fikcije; z nastopom novih, zlasti vizualnih tehnologij in tako novih tehnik reprezentiranja preteklosti pa so tovrstne demografske in tudi geografske omejitve postajale vse manj relevantne.

Rastoča dosegljivost in popularnost historičnih reprezentacij ter hkratno zabrisovanje meja med realnostjo in fikcijo so problematični zlasti zato, ker so omenjene reprezentacije vpete v ekonomiko kulturne produkcije in tako podvržene logiki povečevanja profita. Posledično se v popularni kulturi vedno znova pojavljajo določeni dogodki in podobe, s čimer nekateri deli zgodovine postanejo poznani in živi, drugi pa oddaljeni in neznani (Morris-Suzuki 2005, 17–70). Poleg ekonomsko omejenega repertoarja historičnih dogodkov pa predvidena dobičkonosnost vodi tudi načine, na katere so ti reprezentirani. Tu avtorica izpostavlja, da ekstremnost in kontroverznost kulturnega produkta povečujeta verjetnost njegovega ekonomskega uspeha – nezaslišano enostranska in žaljiva rekonstrukcija nekega dogodka bo na primer bolj verjetno privabila množično občinstvo kot pa previdna in historično korektna (Morris-Suzuki 2005, 203).

Moderni spomin pa postane še bolj problematičen, ko upoštevamo politični vidik popularizacije preteklosti. Kot pravi Edkinsova (2003, 18), je sodobna kultura prežeta z mrzlično potrebo po zbiranju pričevanj, skorajda že medtem, ko se pomenljivi dogodki še odvijajo; posledična obkroženost z neštetimi rekonstrukcijami preteklosti pa pogosto vodi v otopelost in pasivno opazovanje ponavljajočih se grozodejstev. Travmatična preteklost se, kot pravi, prek spominjanja in memoralizacije vedno znova vpisuje v vsakdan, na te procese pa ima lahko velik vpliv politična oblast. Hegemonska moč lahko nadzoruje in si podredi spomin oziroma v njega vtisne dominantne poglede, kar pogosto dosega s praksami depolitizacije spominov vpletenih v travmatične dogodke. Spomin je v tem pogledu centralnega pomena v odnosih moči in samo spominjanje izrazito politično – del boja za politične spremembe je tako tudi boj za spomin (Edkins 2003, 9–54).

Skozi napisano se kaže slika modernega spomina kot vse bolj posrednega in nedoločljivega ter hkrati vse močnejše zaznamovanega s politično in ekonomsko močjo, ki enosmerno, od zgoraj navzdol, izvaja svoj vpliv na védenje o preteklosti. To lahko v največji meri pripišem dejstvu, da se obravnavani avtorji ukvarjajo pretežno s spominom, mediatiziranim prek tradicionalnih množičnih medijev, za katere je v veliki meri značilen enosmeren tok komunikacije. Sodobno spominjanje pa ni vpeto zgolj v delovanje omenjenih, temveč se vse bolj odvija v okviru tako imenovanih »novih medijev«, ki prinašajo povsem drugačne paradigme komuniciranja in družbenega delovanja.

2.3 Novi mediji, splet in digitalizacija spomina – obljube in politična ekonomija

Z izrazom »novi mediji« se označuje informacijske in komunikacijske tehnologije ter z njimi povezane socialne kontekste oziroma točneje: naprave in artefakte, ki omogočajo in povečujejo človekove zmožnosti komuniciranja; prakse oziroma komunikacijske aktivnosti, skozi katere se prej omenjene uporabljajo in razvijajo; ter organizacije in družbene dogovore, ki se formirajo okrog naprav in praks (Lievrouw in Livigstone 2002, 7).

Upošteva dejstvo, da so novi mediji tako sredstvo kot tudi posledica socialnega oblikovanja, Lievrouw in Livigstone (2002, 8–9) začrtata njihove 4 glavne aspekte:

1. *Rekombinantnost* – novi medijski sistemi nastajajo kot produkti nenehne hibridizacije inovacij in obstoječih tehnologij; njihov razvoj je nepretrgan in v veliki meri odvisen od človeških odločitev in dejanj.
2. *Mrežnost* – nove medijske tehnologije ter z njimi povezani vzorci družbeni odnosi, organizacije in institucionalne formacije delujejo v široki in mnogostranski medsebojni povezavi, v katero je vpetih nešteto točk (oseb, skupin, organizacij, zbirk informacij, naprav), ki se lahko glede na potrebe medsebojno povezujejo, brez omejitev lokacije ali smeri komunikacije.
3. *Vseprisotnost* – nove medijske tehnologije vplivajo na vse člane družbe, v kateri so uporebljane, saj se na njih zanaša širok spekter človeških dejavnosti (od razvedrila, prek dela, do delovanja institucij ipd.).
4. *Interaktivnost* – novi mediji svojim uporabnikom omogočajo selektivno ustvarjanje, iskanje in deljenje vsebin ter jim nudijo možnosti interakcije z drugimi v obsegu, ki pri tradicionalnih množičnih medijih ni bil praktičen ali dosegljiv

V luči »starih« oziroma tradicionalnih množičnih medijev je mogoče nove medije konceptualizirati tudi skozi razumevanje digitalizacije kot »remediacije« oziroma procesa digitalnega reformatiranja, recikliranja, vračanja in tudi spominjanja na stare medije (Garde-Hansen, Hoskins in Reading 2009, 14). Proces digitalizacije v osnovi izhaja iz srečanja oziroma konvergence računalnika in do tedaj obstoječih medijev, pri čemer se slednji prevedejo v numerične podatke, dostopne prvemu, ki pa tako ni »nič več zgolj kalkulator, mehanizem za upravljanje, ali naprava za komunikacijo,« pravi Manovich (2001, 25–26), temveč »postane medijski procesor«. Novi, digitalni mediji se po avtorjevo od starih razlikujejo v petih glavnih načelih, ki so (Manovich 2001, 27-48):

Numerična reprezentacija – vsi novi medijski objekti sestojijo iz digitalne kode, kar pomeni, da jih lahko opišemo s pomočjo matematične funkcije in z njimi algoritmično manipuliramo oziroma jih (re)programiramo; novi mediji zato vodijo logiko individualne prilagoditve namesto množične standardizacije.

Modularnost – medijski elementi vselej ohranjajo svojo ločeno identiteto, tudi če so združeni in povezani v večje in širše medijske objekte, zato je do njih mogoče dostopati, jih spreminjati, brisati, zamenjevati itn., neposredno in neodvisno od celote medijskega objekta.

Avtomatizacija – zgoraj navedeni načeli omogočata, da se lahko človeška intencionalnost, vsaj delno, umakne iz kreativnega procesa; računalnik oziroma programska oprema lahko avtomatično popravi, prilagodi, modificira ali pa ustvari določeno vsebino.

Variabilnost – medijski objekti niso nekaj večno fiksnega, ampak lahko obstajajo v potencialno nešteti, pogosto delno avtomatično ustvarjenih, različicah; isti elementi se lahko povežejo v nešteto različnih objektov, v različnih formatih, tako ali drugače prilagojenih uporabnikom.

Transkodiranje – mediji se prevajajo v nove medije ter tako postajajo vse bolj računalniško in vse manj kulturno kodirani; ker so ustvarjeni, shranjeni, distribuirani in arhivirani s pomočjo računalnikov, računalnikova ontologija, epistemologija in pragmatika, vse bolj vplivajo na kulturno plast medijev, njihove organizacije, vsebin in nastajajočih žanrov.

Omenjena načela oziroma fraktalno strukturo lahko reproduciram na višji dimenziji med računalniki samimi. Računalniki se medsebojno povezujejo v mreže, na globalnem nivoju pa povezave več mrež, javnih ali zasebnih, s pomočjo javne izmenjave podatkov ustvarjajo to, čemur pravimo internet (Burnett in Marshall 2003, 206). Slednji predstavlja informacijsko-komunikacijsko tehnologijo, ki omogoča obstoj svetovnemu spletu (World Wide Web), najbolj dominantni in najbolj pomembni komponenti interneta: vanj se kot v enoten format, do katerega je

moč dostopati s pomočjo spletnega brskalnika, staplja vse več nekdanj samostojnih internetnih storitev in vsebin (Oblak in Petrič 2005, 14).

S stapljanjem in konvergenco prihaja do evolucije, ki se je v zadnjem času izkristalizirala v izrazu »splet 2.0«, označujočem kvalitativen preskok v praksi in pojmovanju spleta. Namreč spletne vsebine, ki so bile dolgo časa statične, primerne »samo za branje«, postajajo vse bolj odprte in podvržene spremembam, prilagoditvam in (ra)združevanjem glede na kontekstualne potrebe uporabnikov. Pogosto označene kot druga generacija spletnih interakcij, aplikacij in skupnosti sodobne spletne vsebine in storitve odkrivajo dimenzije socialnega in idejnega mreženja, kjer se uporabniki pogajajo za pomene in povezave, izmenjujejo drobce vsebin, le-te na novo ustvarjajo in med seboj sodelujejo na vselej nove in drugačne načine. Nepremične spletne strani torej potiskajo v ozadje programske storitve, ki spodbujajo lastno objavo, participacijo in kolaboracijo (Duffy 2008, 120–121).

Izhajajoč iz napisanega sam obstoj sodobnega spleta zahteva aktivno človeško participacijo oziroma se z njo staplja. Prihaja do konvergence človeškega in računalniškega, organskega in anorganskega: načelo, ki ga je v okviru novih medijev pomembno izpostaviti zavoljo razumevanja dinamike »remediatiziranega« oziroma digitaliziranega (kolektivnega) spomina. To storijo Garde-Hansen, Hoskins in Reading (2009, 11), ko pravijo da imajo »digitalni spomini« poseben ontološki status zaradi intimne povezave z nevrološkim ter kombinacije organske participacije in tehnološkega aparata, ki omogoča njihov obstoj in nastajanje. Notranji procesi, misli, občutja in spomini se tako prek digitalnih medijev eksternalizirajo in hkrati delijo na globalni ravni. Avtorji se tu naslanjajo na Landsbergovo (2003, 149) in njen koncept prostetičnega spomina kot spomina, ki izvira iz vpletenosti z mediatiziranimi reprezentacijami; ki je občuten in tako »nošen na telesu«; ki ga je mogoče izmenjevati in zamenjevati z drugimi tovrstnimi spomini; in ki je uporaben, ker je po občutju resničen ter lahko zato usmerja percepcijo sveta in odigra ključno vlogo pri ustvarjanju empatije in etičnega odnosa do drugih. Digitalni mediji prostetičnemu spominu dodajo novo dimenzijo, kot pravijo Garde-Hansen, Hoskins in Reading (2009, 11), saj njegovi subjekti niso več gledalci, temveč uporabniki. Dogodki, na katere se nanaša, niso ločeni zgolj časovno, temveč tudi prostorsko, prek različnih spletnih mest, poleg tega pa niso fiksirani v preteklosti, temveč z dejavnostjo uporabnikov ves čas (p)ostajajo prisotni v sedanjosti. Tudi sami spomini niso konzumirani ali zgolj deljeni in pripovedovani, ampak ustvarjeni s strani uporabnikov in kreativno konstruirani.

Tovrsten pogled na digitalizirani spomin namiguje na njegov emancipatorični potencial, saj poudarja vse večjo aktivno participacijo uporabnikov spleta pri ustvarjanju in pogajanju za reprezentacije preteklosti. Landsbergova (2003, 157–158) v tej smeri izpostavlja, da lahko možnosti, ki jih nudi splet za kreiranje in cirkulacijo prostetičnega spomina, pomembno vplivajo na porast ljudskega političnega aktivizma in ozaveščanja ljudi. Kljub edinstveni moči prostetičnega spomina, da globoko vpliva na ljudi, tako intelektualno kot tudi emocionalno, in bi lahko navsezadnje spremenil njihova razmišljanja in delovanja, pa po avtoričinem mnenju v njem ni nič *inherentno* dobrega oziroma progresivnega. Namreč, tudi splet kot polje, kjer vznikne prostetični spomin, »ni ne inherentno zatiralski, ne avtomatično emancipatoričen; je teren tekmujočih filozofij in politik« (Warf in Grimes 1997, 259).

Četudi poseduje neizmeren potencial za povezovanje in mobilizacijo, spleta ne smem izvzeti iz širših institucionalnih kontekstov, v katere je, tudi v svojih najbolj interaktivnih različicah (splet 2.0), vpeta, pravi Tatarchevskyjeva (2011, 298). Avtorica tako obravnava splet kot element kapitalistične ekonomije, kar lahko razberemo tudi iz pisanja Warfa in Grimesa (1997, 260), ki opozarjata na njegovo komercialno aplikacijo kot hegemonsko rabo spleta. Avtorja dodajata, da velik del delovanja spletnih akterjev ohranja oziroma krepi ideologijo individualizma in samodefinicije skozi potrošnjo; večina uporabnikov pa sebe in svojo uporabo spleta percipira kot apolitično, zaradi česar se hegemonski diskurzi reproducirajo nenamerno.

Terranova (2000, 33) prav tako izpostavlja političnoekonomsko problematiko spleta, ki mu, kot pravi, življenje neprenehoma vdihuje kulturno in tehnično delo, predstavljajoče nenehno proizvodnjo vrednosti, bistveno za tokove današnje (o)mrežne družbe. Aktivnosti in delovanje uporabnikov v tej luči razume kot obliko zastonjske delovne sile, ki je istočasno prostovoljna in neplačana, v kateri se uživa in je hkrati izkoriščana, s čimer se strinja Tatarchevskyjevo (2011, 299), za katero je »delo ljudi, ki sodelujejo v elektronskih dopisnih listah, odprtokodnem programiranju, ustvarjanju spletnih dnevnikov, objavljanju videov na Youtubu, preverjanju e-pošte itn., nevidno, a hkrati skozi ohranjanje spletnih strani zelo otipljivo – na primer v količini dobička, ki ga tako delo generira, ko je uspešno.« Koncept spleta 2.0 tako postaja vse bolj problematičen, saj rast aktivnosti uporabnikov predstavlja tudi rast možnosti za njihovo izkoriščanje oziroma ekstrahiranje vrednosti iz njihovega delovanja.

Sodoben splet torej zaznamuje konfrontacija med uporabniško participacijo in sodelovanjem na eni ter profitno usmerjenim izkoriščanjem in proizvajanjem vrednosti na drugi strani, kar se v

skladu z osnovnimi načeli mediatizacije tako zrcali tudi v dinamiko s tem medijem posredovanega spominjanja. To spoznanje, četudi ključno, pa ostaja zgolj na ravni logične dedukcije, dokler ne proučim, kako se manifestira skozi vsakdanje prakse ustvarjanja in deljenja spominov. V ta namen bom v pričujočem besedilu fokus usmeril na spletno stran YouTube kot eno bolj prepoznavnih in popularnih predstavnic spleta 2.0.

3 YOUTUBE KOT SPLETNI ARHIV

YouTube, ustanovljen s strani treh bivših uslužbencev spletne strani PayPal, je bil uradno zagnan junija 2005 kot ena izmed številnih tekmujočih spletnih storitev, ki so si prizadevale omogočiti množično deljenje videov na spletu. V ta namen je svojim uporabnikom priskrbel zelo enostaven integriran vmesnik, ki jim je omogočal nalaganje, objavljanje in ogled videov znotraj tehnoloških omejitev standardnih spletnih brskalnikov, brez potrebe po naprednem tehničnem znanju. Uporabniki niso bili omejeni s številom naloženih videov, temveč le z njihovo časovno dolžino, omogočene so jim bile osnovne funkcije medsebojnega povezovanja; s pomočjo URL naslovov in HTML kod pa so lahko videe vpeli tudi v druge spletne strani, kar je prišlo do izraza zlasti s popularizacijo blogov oziroma spletnih dnevnikov. V roku nekaj let je YouTube doživel izreden uspeh, ki se nadaljuje še danes in okrog katerega se je zvrstilo mnogo mitov, pretežno fokusirajočih se na vizionarstvo ustanoviteljev, njihove tehnološke inovacije ter na vlogo drugih uveljavljenih (možičnih) medijev, ki so YouTube opazili in o njem poročali ali pa ga uspešno uporabili za doseganje določenih občinstev. Tako kot so se spreminjale zgodbe okrog njega, se je spreminjalo, glede na korporativne prakse in rabo občinstva, tudi njegovo navedeno poslanstvo, ki je od ideje o nekakšnem osebni skladišču videovsebin prešlo k danes prevladujoči ideji o platformi za samoizražanje, zgoščeni v YouTubovem motu »Oddajaj se« (»Broadcast Yourself«) (Burgess in Green 2009, 1–4).

Posel YouTube, kot pravita Burgess in Green (2009, 4–5), dejansko ni videoprodukcija, temveč oskrba uporabnikov s priročno in uporabno platformo za spletno deljenje videov. Uporabniki priskrbijo vsebine, le-te pa s seboj prinesejo nove udeležence in občinstva. Tako sta eni glavnih poslovnih teženj YouTube podpora velikega števila obiskovalcev in niza različnih občinstev ter osredotočanje na samo deljenje vsebin, bolj kot na ponujanje visokokvalitetnih videov. Kot kaže statistika (YouTube) je spletna stran pri tem zelo uspešna, saj je vanjo vsako minuto prenesenih 60 ur in vsak dan ogledanih 4 milijarde videoposnetkov, mesečno pa jo obiše več kot 800 milijonov različnih uporabnikov.

Za pričujoče besedilo je ključno dejstvo, da se videi, ki jih uporabniki YouTube vanj prenašajo, hranijo prek več osrednjih strežnikov in da spletna stran deluje tudi kot arhiv. Pri tem je potrebno poudariti, da nizi oziroma skupki podatkov sami po sebi še niso arhivi. Po besedah Gehla (2011, 1241) lahko govorim o arhivu šele takrat, ko je zbirka materiala ustvarjena na organiziran način, ki dovoljuje *post hoc* konstrukcijo znanja; ustvarjena mora biti v pričakovanju prihodnje rekonstrukcije zbranega materiala. Pri tem so arhivi mesta, »kjer so informacije namenoma ločene od uporabne ali menjalne vrednosti, kar prinaša možnosti različnih izmenjav« (Gehl 2009, 26). Informacije, shranjene v arhivu, ne predstavljajo dejstev, pravi Gehl (2011, 1241) temveč fragmente oziroma razdružene klasifikacije, ki jih lahko po volji ponovno združujemo in iz njih ustvarjamo »dejstva«.

V tej luči Gehl (2009, 46–48) YouTube razume kot arhiv, kjer se hranijo medijski objekti kot prostetični spomini, in kjer delo kuratorjev, v smislu iskanja, izbiranja in klasificiranja njegove vsebine, opravljajo uporabniki sami. Slednji namreč po lastni presoji v spletno stran prenašajo medijske objekte, ki se jim zdijo pomembni, pri čemer z izjemo časovne dolžine skorajda niso omejeni¹. Videi oziroma medijski objekti, ki v spletno stran niso preneseni, torej niso sprejeti kot dovolj pomembni, obenem pa so tudi že arhivirani videi lahko po želji odstranjeni s strani uporabnikov, ki so jih v stran prenesli. Slednji videe tudi klasificirajo in kategorizirajo – vsak video na YouTubeu ima svoj naslov, opis in skupek na vsebino navezujočih se ključnih besed (»tagov«), ki jih zagotovi uporabnik, ko video prenese. Omenjene kategorije, v celoti vezane na izbiro uporabnikov in ne na vnaprej določen vokabular, so ključnega pomena, saj YouTubeovi algoritmi iskanja prvenstveno na njihovi osnovi prikazujejo videe glede na iskalne nize.

Tudi Mckee (2011) obravnava YouTube kot digitalni spletni arhiv, ki ga ustvarjajo »navadnik« uporabniki kot amaterski kuratorji. Poleg večje dostopnosti, zanesljivosti katalogiziranja in intuitivnosti metapodatkov v primerjavi s tradicionalnimi institucionaliziranimi arhivi, avtor poudarja, da gre pri YouTubeu ravno zaradi prvenstvene vloge njegovih uporabnikov za demokratičen arhiv. Razstavljanje oziroma prikazovanje (izbranih) vsebin, ki je še ena glavnih nalog kuratorjev, v svojem delu razume v smislu individualnega brskanja po YouTubeu, Gehl

¹ V nadaljevanju besedila bom izpostavil problematiko avtorskih pravic, kot pomembno omejitev, ki pa je, kot pravi avtor (Gehl 2009, 47), uporabniki pogosto ne upoštevajo in se morajo zato z odstranjevanjem videov ukvarjati YouTubeovi programerji in administratorji. Pri tem še dodaja, da se odstranjeni videi pogosto zopet pojavijo na spletni strani, s čimer poudarja prvenstveno vlogo njenih uporabnikov pri zavračanju ali sprejemanju videov v arhiv.

(2009, 48) pa po drugi strani ravno na tej točki vidi prelomnico med demokratičnim arhiviranjem in nedemokratičnim oziroma profitno naravnanim prikazovanjem arhiviranih vsebin. YouTube namreč omogoča množično prikazovanje in razstavljanje medijskih objektov zunaj arhiva, kar s pridom izkoriščajo mnogi akterji oziroma kuratorji prikazovanja, kot so različni blogi, novičarske strani, veliki mediji, oglaševalci itn. Po avtorju ti z izbiranjem ter aranžiranjem in kontekstualizacijo do tedaj dekontekstualiziranih in izravnanih medijskih objektov ustvarjajo nove pomene oziroma nova dejstva, zanašajoč se na delo, ki ga praktično brez zaslužka opravljajo uporabniki.

Omenjen pogled problematizira politično-ekonomsko dimenzijo prikazovanja YouTubovih videov zunaj same spletne strani; arhiv kot tak pa je razumljen dokaj neproblematično, in sicer kot nevtralen hranitelj dekontekstualiziranih medijskih objektov, vseh z enako težo oziroma pomembnostjo, ki ga brez omejitev in ostalih vplivov po lastni volji in presoji ustvarjajo med seboj enaki uporabniki. Za pričujoče besedilo je, nasprotno, ključnega pomena vpliv, ki ga imajo veliki profitno naravnani akterji že na samo nastajanje in delovanje arhiva, njihova vloga in moč v samem arhivu. Le-tega tudi ne morem razumeti kot povsem nevtralnega, medijskih objektov pa ne kot med seboj popolnoma enakih, kar v veliki meri izvira iz dejstva, da je YouTube podjetje, vključeno v delovanje ekonomskega trga in kot tako stremi k maksimizaciji profita, ter da različni ekonomski interesi prepoznavajo in izkoriščajo učinkovitost spletne strani za lastno doseganje le-te.

Napisano se v praksi začne kazati že v povezavi z zadnje čase zelo aktualnim vprašanjem avtorskih pravic. Videi uporabnikov, ki se nahajajo v proučevanem arhivu, so v veliki meri eklektične narave, vključujoč širok spekter žanrov, ustvarjalnih pristopov in virov. V mnogih primerih njihova vsebina ni v celoti avtorsko delo uporabnikov, temveč črpa iz že ustvarjenih medijskih objektov, pogosto s strani tradicionalnih medijev, zlasti televizije (Burgess in Green, 43–49). Po nakupu YouTube s strani podjetja Google v letu 2006 in vse večjih pritiskih medijskih podjetij je začela spletna stran zato razvijati in lastnikom avtorskih pravic ponujati možnosti prepoznavanja videovsebin, ki so z letom 2011 nastopile v obliki orodja *Content ID*. To orodje predstavlja napredno tehnologijo prepoznavanja tako video kot tudi avdio vsebin, ki lastnikom avtorskih pravic pomaga najti videe, ki te pravice kršijo, lastniki pa lahko nato videe odstranijo ali pa skozi partnerstvo z YouTubeom z njimi služijo, tako da vanje umestijo oglasna sporočila. Mnogim akterjem iz medijske industrije tudi to orodje ne zadostuje, zato se pritiski na YouTube, tudi v obliki tožb, vztrajno stopnjujejo (Kim 2012, 55–56).

Od Googlovega nakupa YouTubea dalje in z njegovo rastočo popularnostjo, postaja spletna stran tudi vse močnejše zaznamovana z različnimi oblikami oglaševanja – od oglasnih pasic, ki se prikazujejo med ogledovanjem videov, prek prve, domače strani YouTubea, kjer podjetja zakupujejo prostor za videe, pa vse do promoviranih predlaganih videov, ki se glede na ključne besede prikazujejo ob rezultatih iskanja. Na brskanje oziroma iskanje po arhivu tako vse bolj vplivajo ekonomski interesi, ki poskušajo usmerjati uporabnikov proces ustvarjanja pomena oziroma védenja o svetu, kar pa postane najbolj izrazito z vse večjo prisotnostjo velikih medijskih podjetij in mrež v samem arhivu. Le-ti so namreč razmeroma kmalu prepoznali uporabnost spletne strani kot hitre distribucijske poti in jo pričeli uporabljati zlasti za promocijo in ponovno oddajanje lastnih programov ter doseganje izgubljenih občinstev. Pri tem z vodstvom YouTubea pogosto sklepajo različne pogodbe in partnerstva, ki jim omogočajo učinkovito integracijo spektra oglaševalskih funkcij in lastnih vsebin, brez tehničnih omejitev, s katerimi se srečujejo navadni uporabniki (npr. omejitve trajanja in kvalitete videov) (Kim 2012, 57–58).

Ko seštejem vse napisano, se pokaže drugačna slika arhiva, kjer različni ekonomski interesi postajajo sestavni del in v določenem obsegu tudi gonilna sila njegovega nastajanja in razvoja. Po pisanju Kima (2012, 56–59) profesionalno ustvarjene vsebine velikih medijskih akterjev zasedajo ne le vse več prostora, temveč tudi vse bolj privilegirana mesta v tem arhivu, medtem ko se, ustvarjene s strani navadnih uporabnikov, srečujejo z vse več preprekami, zlasti v obliki odstranjevanja videov zaradi kršenja avtorskih pravic. YouTube, pravi, postaja vedno bolj velikim akterjem in oglaševanju naklonjen arhiv, ki se posledično vse bolj formalizira; brskanje po njem pa se bliža komercialno prekinjeni kulturi gledanja, značilni za televizijo.

4 DEMOKRATIČNOST YOUTUBOVEGA ARHIVIRANJA: ŠTUDIJA PRIMERA

Je potemtakem YouTube, ko pride do reprezentacij oziroma védenja o preteklosti, demokratičen digitalen arhiv, kjer sleherniki ustvarjajo in delijo prostetične spomine, ali pa, po drugi strani, vpliv velikih medijskih, profitno naravnanih akterjev zasenčuje njegov demokratični potencial za spominjanje? V sledečem besedilu bom predstavil študijo primera, ki sem jo izvedel v iskanju odgovora na omenjeno raziskovalno vprašanje. V prejšnjem delu besedila predstavljeno politično-ekonomsko problematiko YouTubea sem pri tem omejil na hegemonsko, profitno usmerjeno uporabo tega arhiva s strani tradicionalnih medijskih hiš in mrež. Kot je očitno iz prej napisanega, me ni zanimal sam demokratični potencial YouTubea za spominjanje, temveč njegovo praktično

udejanjanje, ki ga razumem v smislu stopnje, do katere je prisotnost dejanskih spominov v arhivu plod lastne volje in presoje posameznikov.

4.1 Metodologija in potek raziskave

Dejansko uresničevanje demokratičnega potenciala YouTubea sem v luči razumevanja medijskih objektov kot prostetičnih spominov proučeval s pomočjo merjenja zaznamovanosti arhiva z običajnimi uporabniki oziroma njihovimi medijskimi objekti na eni, ter velikimi akterji medijske industrije oziroma njihovimi medijskimi objekti na drugi strani. V ta namen sem izhajal iz metode Burgessa in Greena (2009, 38–57) in videe kodiral glede na identiteto uporabnikov, ki so jih na spletno stran prenesli, ter glede na njihovo produkcijsko poreklo².

Glede na identiteto uporabnikov sem videe razporedil v tri skupine:

1. Tradicionalno medijsko podjetje – različne medijske hiše in mreže.
2. Običajni uporabnik – posamezni, neprofitno usmerjeni uporabniki.
3. Ostali – vsi, ki ne spadajo v omenjeni skupini³.

Glede na produkcijsko poreklo sem videe razporedil v dve skupini:

1. Tradicionalni medijski – profesionalno ustvarjene, tradicionalne množičnomedijske vsebine.
2. Uporabniški – amaterske vsebine ali ustvarjene z znanjem profesionalca, vendar izven uveljavljene medijske industrije.

Dogodek oziroma dogajanje, ki mi je v pričujoči študiji služilo kot fokus za izbiranje videov, je še vztrajajoča globalna gospodarska kriza, ki je izbruhnila marca leta 2008 v Združenih državah Amerike ter se postopoma razširila na Evropo in naprej v druge dežele sveta. S seboj je prinesla

² Metodo avtorjev, ki sta se osredotočala na YouTubovo »popularno kulturo« in ne na političnoekonomsko problematiko arhiviranja, sem nekoliko modificiral in prilagodil konkretnim potrebam pričujočega besedila. V raziskavi omenjenih so bili videi kodirani glede na *očitno* identiteto uporabnikov in *očitno* produkcijsko poreklo, saj se je kodiranje v celoti zanašalo na pasivno percepcijo obiskovalca, vzorec pa so predstavljali videi z YouTubovih lestvic popularnosti. V pričujoči študiji primera se je po drugi strani kodiranje v prvi vrsti zanašalo na aktivno zbrane podatke (ki jih sicer še vedno pridobil in interpretiral obiskovalec), vzorec pa je bil izbran glede na specifičen iskalni niz in YouTubeve predloge za nadaljnji ogled. Tudi prvotno številčnejše kategorije videov glede na identiteto uporabnikov so bile zreducirane na ključne za osvetlitev obravnavane problematike.

³ Pri tej kategoriji gre za akterje, pri katerih je prisotnost ekonomskih interesov težko določljiva in diskutabilna, kar presega okvire študije, ki se ukvarja z dihotomijo med očitno profitno in očitno neprofitno naravnanimi akterji.

močno recesijo, zaznamovano z valovi mednarodnih ekonomskih turbulenc, ki prinašajo verižne posledice, kot so nepredvidljivi izidi ekonomskih potez, gospodarska negotovost, rastoča nezaposlenost in revščina. Zlomu nepremičninskega trga, s katerim se je kriza pričela, je sledil val bančnih zlomov, ter nato vrsta dolžniških kriz in ponavljajočih se padcev v recesijo. Po zlomu nekaterih izmed vodilnih svetovnih bank, kot so Lehman Brothers, Washington Mutual in Wachovia ter največje zavarovalne agencije na svetu, AIG, ki so jim sledile še številne evropske banke, so vlade držav z največjimi gospodarstvi izvedle masiven intervencijski ukrep, brez historičnega precedensa, ki je dobil ime »The Great Bailout« – države so skupaj zbrale in kot paket pomoči propadajočim finančnim institucijam namenile okrog 20 bilijonov ameriških dolarjev (Markantonatou 2012, 1–6). Praksa reševanja finančnih institucij in kmalu tudi celotnih držav je nedolgo po omenjenem ukrepu postala stalnica v globalnem gospodarstvu in v angleško govorečem svetu sta se zanjo kot plavajoča označevalca uveljavili imeni »bank bailout« in »economic bailout«. Slednje sem v študiji uporabil kot iskalni niz, s čimer sem nekoliko omejil sicer zelo številčne in raznorodne rezultate iskanja na temo gospodarske krize⁴.

S pridobivanjem vzorca videov sem simuliral uporabniško izkušnjo brskanja po arhivu in se zato posluževal dveh YouTubovih orodij – iskalnika ter »povezanih in predlaganih videov« (related & recommended videos), ki se prikazujejo ob strani trenutno ogledovanega videa. V privzetih nastavitvah, ki sem jih uporabil, iskalnik prikazuje in razvršča rezultate iskanja po stopnji ustreznosti glede na iskalni niz, pri čemer se po besedah Gehla (2009, 48) v prvi vrsti nanaša na naslov, opis in ključne besede posameznih videov. Povezani in predlagani videi pa po besedah YouTubovih razvijalcev (Creators: The Official YouTube Partners & Creators Blog) predstavljajo njihovo najboljšo napoved videov, ki naj bi si jih uporabnik želel ogledati za trenutnim. Podrobnosti algoritma, tako kot pri iskalniku, ni moč ugotoviti zanesljivo in dokončno, vendar pa razvijalci poudarjajo, da pomembno vlogo pri izbiri videov igra število njihovih ogledov, vse bolj pa tudi angažiranost uporabnikov, ki jo merijo kot čas gledanja posameznega videa.

Vzorec, obsegajoč 100 videov, sem tako izbral na sledeč način – v YouTubov iskalnik sem vnesel iskalni niz »economic bailout«, za katerim se je odprla prva stran zadetkov, z dvajsetimi od skupno 371 ustrežajočih videov. Trije izmed teh se vsebinsko niso nanašali na izbrano tematiko,

⁴ Pri izbiri iskalnega niza sem opravil predhodno testno iskanje, upošteva predloge, ki jih servira iskalnik med pisanjem iskalnega niza. Niza »global financial crisis« in »economic crisis« sta tudi ob uporabi dobesednega navedka, ki ukazuje iskalniku, naj išče glede na celoten skupek besed, prinesla več deset tisoč zadetkov, niz »The Great Bailout« pa je rezultate omejil na zgolj deset videov. Tako sem izbral niz »economic bailout« s 371 zadetki.

zato sem jih izpustil, v vzorec pa sem vključil sledeče tri z naslednje strani zadetkov. Za vsakega izmed dvajsetih videov sem nato izvedel naslednji postopek – po ogledu in kodiranju videa sem za kodiranje izbral prvega (gledano od zgoraj navzdol) od povezanih in predlaganih videov, ki je ustrezal naslednjim kriterijem⁵:

- v naslovu, opisu ali sami vsebini se je moral nanašati na prvotni iskalni niz oziroma širše na izbrano dogajanje;
- vsaj v eni izmed zgoraj omenjenih kategorij se je moral razlikovati od trenutno ogledovanega;
- uporabnik, ki je video prenesel, je moral biti različen od uporabnika, ki je prenesel trenutno ogledovanega;
- video v celotnem poteku študije ni smel biti že kodiran.

Po kodiranju ustreznega videa sem postopek ponovil še dvakrat, vselej izbirajoč naslednji video za kodiranje iz nabora povezanih in predlaganih videov, ki so se prikazovali ob trenutno ogledovanem. Postopek sem za vsakega izmed dvajsetih s pomočjo iskalnika izbranih videov tako ponovil štirikrat, prinašajoč skupno 100 kodiranih videov.

Kodiranje vsakega posameznega videa sem pričel z njegovim ogledom in določitvijo njegovega produkcijskega porekla. Pri ugotavljanju, ali gre za tradicionalne medijske ali pa uporabniške videe, sem pozornost posvetil vsem prisotnim in razpoznavnim avdio-vizualnim ključem, kot so na primer: uvodne in zaključne špice; logotipi in druge vizualne reprezentacije avtorstva; (ne)enovitost ter (ne)koherentnost avdio in video sledi; tehnična avdio-vizualna kakovost; stopnja uporabe in dovršenosti ustaljenih filmskih oziroma televizijskih kodov; stopnja podrejanja zakonitostim ustaljenih filmskih oziroma televizijskih žanrov itn. Kodiranju videa glede na produkcijsko poreklo je sledilo kodiranje glede na identiteto uporabnika, ki ga je v YouTube prenesel. V ta namen sem s klikom na njegovo uporabniško ime obiskal in pregledal njegov uporabniški profil oziroma »kanal«. Tu sem pozornost namenil vsem prisotnim in razpoznavnim ključem, ki razkrivajo identiteto uporabnika, kot so na primer: samo uporabniško ime oziroma njegova formulacija; opis kanala oziroma uporabnika; razkrita lastno ime uporabnika (ki sem ga

⁵ Z uporabo teh kriterijev sem preprečil ponavljanje posameznih videov v celotnem vzorcu ter sicer pogosto ponavljanje uporabnikov v posameznih verigah povezanih in predlaganih videov; zagotovil pa sem tudi tematsko ustreznost izbranih videov.

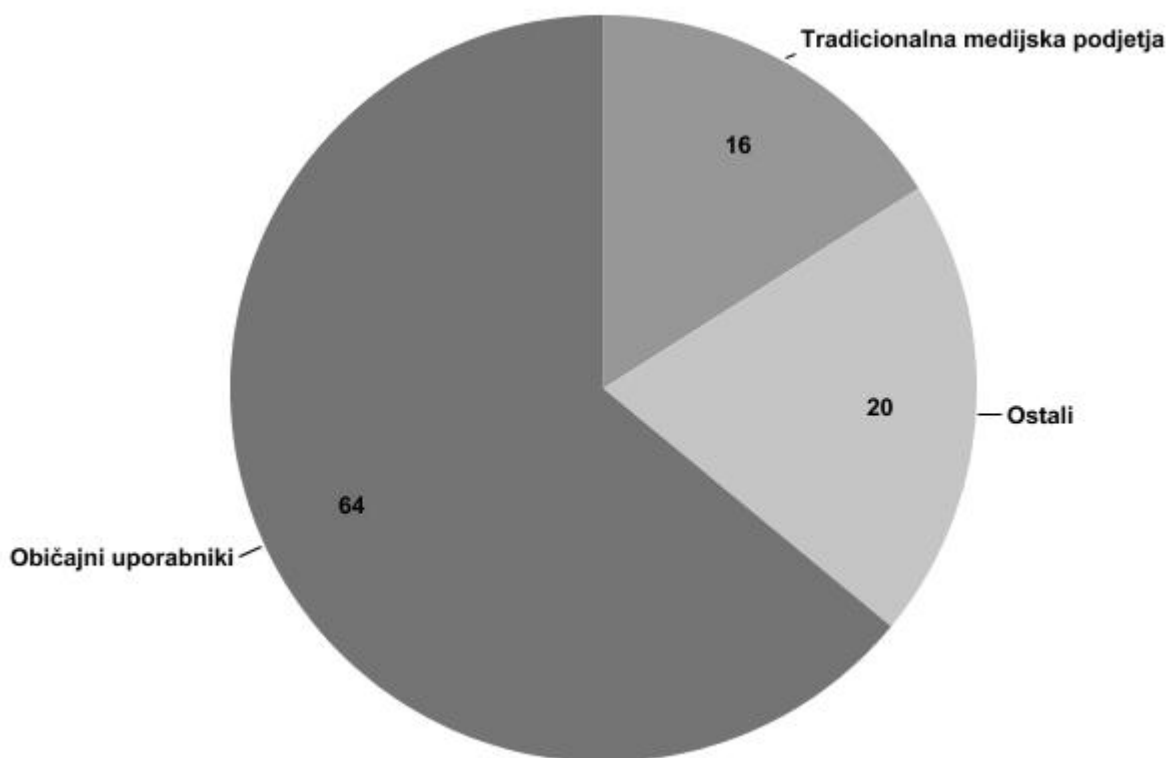
vnesel v spletni iskalnik Google in proučil): povezava na uporabnikovo domačo stran (ki sem jo obiskal in proučil); lastna celostna grafična podoba kanala itn.

4.2 Dobljeni rezultati

V nadaljevanju bom predstavil dobljene rezultate kodiranja, ki mi bodo pomagali določiti, v kolikšni meri je prisotnost obravnavanih prostetičnih spominov v arhivu plod lastne volje in presoje običajnih uporabnikov oziroma v kolikšni meri se YouTubov demokratični potencial praktično uresničuje.

Deleži videov izbranega vzorca glede na identiteto uporabnikov, ki so jih na YouTube prenesli, so bili v pričujoči študiji sledeči:

Slika 4.1: Deleži glede na identiteto uporabnikov, ki so videe prenesli.

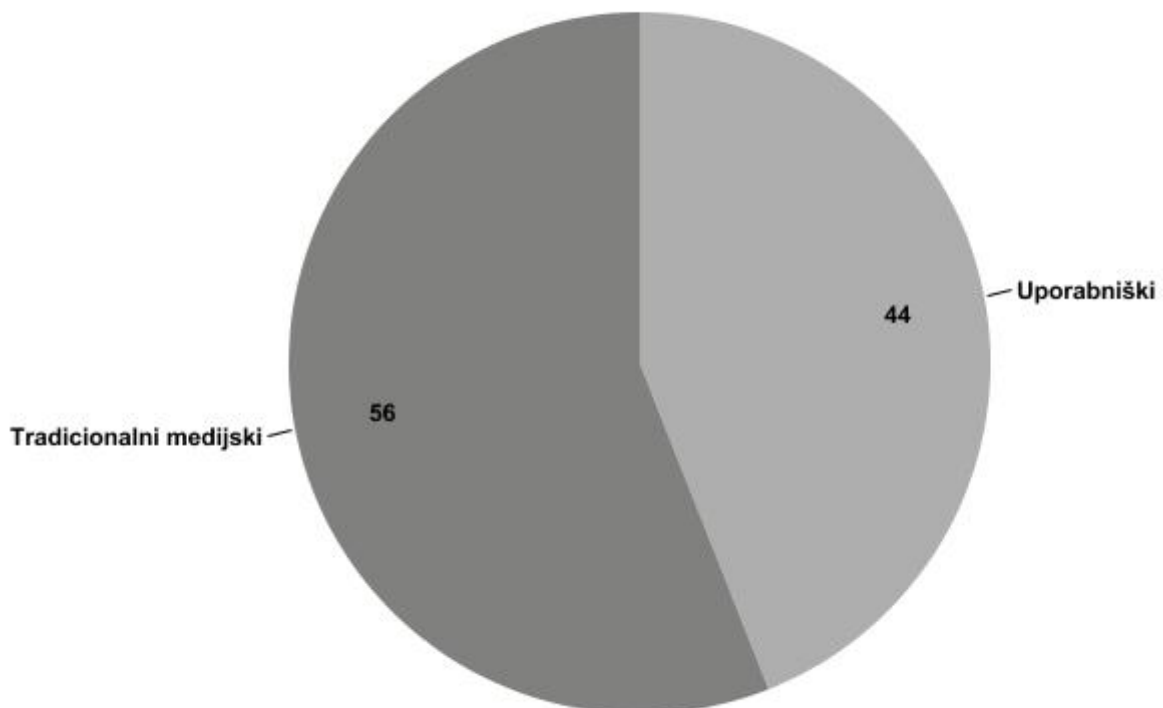


Velika večina, 64 od 100, videov je bila v YouTube prenesena s strani običajnih uporabnikov, torej posameznih uporabnikov brez očitnih ekonomskih interesov oziroma motivov. 16 od 100 videov

so prenesla tradicionalna medijska podjetja, od tega 10 videov televizijske hiše in mreže (npr. *CBS*), 5 videov tiskovne agencije (npr. *Associated Press*) ter enega časopis (*New York Times*). Videi ostalih uporabnikov, torej tistih, ki ne spadajo med posamezne uporabnike brez očitnih ekonomskih interesov ter hkrati tudi ne med tradicionalna medijska podjetja, pa predstavljajo 20 od 100 videov v izbranem vzorcu. Uporabniki v tej kategoriji so zelo raznorodni – 8 videov so prenesle neodvisne novičarsko-aktivistične spletne strani (npr. *govathome.com*), 3 videe glasbeniki oziroma zabavljači (npr. *Rhett in Link*), 2 videa finančno investicijska podjetja (npr. *Jyske Global Asset Management*) ter po enega amaterski finančni medij (*Financial News Network*), mednarodni inštitut (*Institute for New Economic Thinking*), radijska osebnost (*Peter Schiff*), spletni portal (*msn.com*), nevladna organizacija (*Chatam House*), gibanje političnega aktivista (*Lyndon LaRouche* oziroma *gibanje LaRouche*) in poslanska skupina politične stranke v evropskem parlamentu (*UK Independence Party MEPs*).

Deleža videov izbranega vzorca glede na njihovo produkcijsko poreklo sta bila v pričujoči študiji sledeča:

Slika 4.2: Deleža glede na produkcijsko poreklo videov.



Večino, 56 od 100, videov v izbranem vzorcu so predstavljali tradicionalni medijski videi, torej profesionalne vsebine, ustvarjene znotraj uveljavljene medijske industrije. Od teh je bilo 41 dnevnoinformativnih vsebin (pretežno novinarski prispevki in posnetki pogovorov z gostujočimi v osrednjih novičarskih oddajah), 6 dokumentarnih filmov, 6 delnih prenosov parlamentarnih sej, kongresov in tiskovnih konferenc ter 3 pogovorne oddaje, pri čemer sta bili dve humoristični. 44 od 100 videov pa so predstavljali uporabniški videi, torej amaterske vsebine ali vsebine ustvarjene z znanjem profesionalca, vendar izven uveljavljene medijske industrije. Le-te so bile zelo raznovrstne in po večini težko opredeljive; tistih, ki bi jih lahko široko opredelili kot informativne (kratki informativni videi, vlogi, amaterski video posnetki, ipd.), je bilo v pričujočem deležu 32, široko opredeljenih kot zabavnih (skeči, videospoti, animacije ipd.) pa 12. Pri slednjih so prevladovale satirične, parodične in ironične vsebine, zlasti v obliki skladb z igranimi, animiranimi ali iz statičnih podob in teksta sestavljenimi videospoti; pri prvih pa sta prednjačila dva tipa videov: 15 informativnih videov je spominjalo na PowerPoint⁶ predstavitve, saj so bili sestavljeni iz zaporedja statičnih podob in teksta, ki jih je spremljalo govorno oziroma brano besedilo, h kateremu je bila pogosto dodana tudi glasbena spremljava, 10 videov pa lahko poimenujem »medijski kolaži«, saj so bili sestavljeni iz krajših odlomkov spektra televizijskih informativnih vsebin iz različnih medijev, ki jim je bil v nekaj primerih dodan tudi uporabnikov tekst.

Pri deležih videov glede na produkcijo poreklo gre izpostaviti, da je bilo več kot pol tradicionalnih medijskih videov, točneje 29, v YouTube prenesenih s strani običajnih uporabnikov⁷. Upošteva dejstvo, da so tudi prej navedeni uporabniški »medijski kolaži« pretežno ali pa v celoti sestavljeni iz tradicionalnih medijskih videov, je potrebno poudariti, da sem ločnico postavil glede na stopnjo uporabnikove intervencije oziroma poseganja v samo vsebino videa – videi, ki so bili zgolj izvzeti oziroma prekopirani iz tradicionalnih medijev, ohranjena pa je bila njihova vsebinska celovitost, so bili kodirani kot tradicionalni medijski; kot uporabniški pa so bili kodirani tisti, pri katerih je bila prvotna vsebinska celovitost z montažo, krajšanjem, dodajanjem drugih vsebin in ostalimi posegi kompromitirana.

⁶ Oziroma kateri koli drugi program, ki omogoča multimedijske predstavitve na diapozitivih; PowerPoint je tu omenjen, ker je izmed tovrstnih programov najbolj prepoznan oziroma se v te namene uporablja najpogosteje.

⁷ Tradicionalna medijska podjetja so naložila zgolj tradicionalne medijske videe, torej skupno 16, tretja kategorija – ostali uporabniki pa preostalih 11.

4.3 Uresničevanje YouTubovega demokratičnega potenciala: interpretacija rezultatov

V pričujoči študiji primera so moje védenje o globalni ekonomski krizi neposredno najmočneje zaznamovali običajni uporabniki, ki so v arhiv vnesli skoraj dve tretjini celotnega števila prostetičnih spominov, tradicionalni medijski akterji z manj kot šestino le-teh pa so na moj pogled na omenjeno dogajanje neposredno vplivali v razmeroma majhnem obsegu. Je pa iz njihovega produkcijskega konteksta izviralo več kot pol spominov, s katerimi sem se srečal med brskanjem po YouTubu, zaradi česar je na mestu vprašanje njihovega posrednega vpliva. Le-ta ni povsem enoznačen, če upoštevam, da so bili omenjeni spomini v največji meri preneseni s strani običajnih uporabnikov in ne tradicionalnih medijev samih.

Prostetični spomini, v študiji kodirani kot tradicionalni medijski videj, a preneseni s strani običajnih uporabnikov, so bili prvotno mediatizirani skozi produkcijsko kolesje tradicionalnih množičnih medijev, z vstopom v arhiv pa so bili digitalizirani oziroma remediatizirani. Velik delež tovrstnih spominov v izbranem vzorcu lahko pripišem dejstvu, da je njihova prisotnost v arhivu posledica izbire YouTubovih amaterskih kuratorjev, ki spomine vanj prenašajo, ker se jim zdijo pomembni in ki ob tem živijo v mediatizirani družbi, kjer je njihov vsakdan prežet z vsebinami tradicionalnih množičnih medijev. Prekrivanje obeh dimenzij, ki v praktičnem smislu pomeni, da se nekatere izmed omenjenih vsebin YouTubovim uporabnikom zdijo pomembne in njegova posledica, torej, da le-te v stran prenesejo, sta tako praktično neizogibna in razumljiva.

Dihotomija med majhno neposredno in zelo znatno posredno prisotnostjo v arhivu tako izvira iz sodobne mediatizacije človekove vsakdanjosti, tudi spomina, ter rekombinantne, z remediacijo zaznamovane narave novih medijev. Na tej točki je pomembno izpostaviti, da so tako remediatizirani spomini izvzeti iz prvotnega konteksta množičnih medijev in umeščeni v specifično YouTubovo ekologijo, s čimer so podvrženi logiki delovanja običajnih uporabnikov, ki se ne podreja nujno dominantnim diskurzom njihovih prvotnih ustvarjalcev. Z opisanimi načini kuratorskega delovanja ter deljenja, ogledovanja in medsebojnega povezovanja, v okviru specifičnih zakonitosti orodij in možnosti, ki jih ponuja YouTube, njegovi uporabniki ustvarjajo okolje, znotraj katerega posamezni spomini na našo vednost o preteklosti ne morejo vplivati na enak način in z enako intenzivnostjo kot bi na primer v kontekstu večernih poročil ali drugih ustaljenih formatov tradicionalnih množičnih medijev.

Prav specifičnost YouTubove ekologije oziroma njena kompleksnost in večplastnost pa predstavlja tudi največjo omejitev pri poskusu generalizacije pridobljenih rezultatov in hkrati problematizira vsakršen pristop k njegovemu proučevanju. Kakršno koli konkretno proučevanje namreč že v samem izhodišču časovno zasidra sicer večno dinamičen in rastoč YouTube, zaradi česar so pridobljeni rezultati aktualni in točni zelo kratek čas, če sploh kdaj so. Poleg tega tudi že obisk in brskanje po arhivu, ki se jima pri tem ni mogoče izogniti, vsaj v manjši meri vplivata na njegovo specifično sestavo oziroma razporeditev arhiviranih medijskih objektov (na primer na vidnost posameznih videov v vrstici povezanih in predlaganih videov, kjer vsak ogled, tudi moj, šteje), kar spodkopava koncepta raziskovalne distance in nepristranskosti. Vsako proučevanje pa je tudi po nujnosti redukcionistično, saj nikakor ne more hkrati upoštevati vseh mikro in makro kompleksnosti različnih funkcij, orodij, (delovanj) uporabnikov in samih videov ter vseh mogočih povezav med naštetimi, ki se ne končajo z YouTubom, temveč se nadaljujejo skozi celoten splet. Splet 2.0 sem tako primoran zreducirati in zamrzniti v splet 1.0, kar me *a priori* odmika od prakse.

Kljub napisanemu je bil moj namen v pričujoči študiji kar se da približati se praksi, zaradi česar sem izbral pot zbiranja vzorca, ki se ponuja posamezniku, željnemu védenja o specifičnem preteklem dogajanju. Omenjena pot je nadomestila metodo naključnega vzorca, ki je sicer ustaljena pri kvantitativnih oblikah raziskovanja, a bi bila v dotičnem primeru kontraproduktivna, rezultati pa daleč stran od konkretnega konteksta vsakdanje uporabe arhiva, saj gre pri njem za ogromno celotno število videov, mnogih izmed njih z vprašljivo relevantnostjo ali popolnoma nerelevantnih, katerih vidnost je pogojena z delovanjem uporabnikov in obiskovalcev. V študiji sem tako upošteval intencionalnost in aktivnost posameznika, skupaj z dejstvom, da v praksi iskanja in brskanja po YouTubu vsi medijski objekti niso povsem izenačeni oziroma enakovredni.

Upoštevanje navedene glavne omejitve lahko zaključim, da je v pričujoči študiji neposredna lastna volja in presoja slehernikov, njihovo ustvarjanje, shranjevanje in deljenje spominov znatno prevladalo nad hegemonskimi praksami ozkih ekonomskih interesov tradicionalnih množičnih medijev. YouTube se je tako pokazal kot v praksi prvenstveno demokratičen arhiv.

Proizvod te demokratičnosti pa niso enoznačno opredeljivi prostetični spomini, saj so v veliki meri remediatizirani in zrcalijo širšo problematiko vpetosti vsakdana v medijsko krajino, zaznamovano s politično-ekonomsko dinamiko hegemonskih bojev za nadvlado v vseh njenih preoblikah. Kaj točno v tako zaznamovane spomine vnaša intencionalnost običajnih uporabnikov in specifično okolje, ki ga ti s svojim delovanjem ustvarjajo, je vprašanje, ki bi lahko vodilo v nadaljnjo

osvetlitev njihove vloge pri sodobnem spominjanju in razumevanje dejanske stopnje emancipatoričnosti tovrstnih prostetičnih spominov, ki je tu ostala pretežno na ravni implicitnega in nedorečenega.

Tudi sama demokratičnost YouTubea nikakor ni samoumevna. Kot kažejo rezultati in namigujejo njegove teoretske opredelitve, ga lahko najbolje razumem kot mesto, kjer se odvija boj za spomin oziroma kjer se neprestano soočajo različni akterji, ki poskušajo voditi našo interpretacijo in védenje o preteklosti. Prvenstvena vloga običajnih uporabnikov tako ni fiksna, temveč je odvisna od različnih dejavnikov, izmed katerih je najpomembnejša kapitalistična stvarnost, v okviru katere operira YouTube. Ker gre za podjetje, ki je v širšem kontekstu vpeto v delovanje trga, je trenutna razporeditev moči v omenjenem boju izhodiščno pogojena s poslovnimi odločitvami YouTubeovega vodstva. Običajni uporabniki torej vodijo tudi zato, ker jim je to omogočeno, saj podjetju prinaša dobiček. Njihov položaj se lahko zato kaj hitro spremeni, če predvidena večja dobičkonosnost spletno stran usmeri kam drugam, kar se, glede na opisane trende, v določeni meri že dogaja.

5 ZAKLJUČEK

V pričujočem besedilu sem proučeval YouTube kot digitalni arhiv preteklosti oziroma arhiv, v katerem se hranijo digitalizirani prostetični spomini kot posrednejša, eksternalizirana, iz sodobne mediatizacije izvirajoča oblika kolektivnega spomina. V luči dejstva, da so načini (ne)beleženja, arhiviranja, dostopanja in reprezentiranja preteklosti dandanes prepleteni z obliko, naravo in nadzorom nad mediji, pri čemer so ti v svojih najnovejših digitalnih različicah demokratično obetavni, a še vedno zaznamovani s hegemonsko logiko kapitalističnega delovanja, sem raziskoval praktično uresničevanje demokratičnega potenciala YouTubea. Analiza izbranega vzorca prostetičnih spominov je pokazala, da je le-ta prvenstveno demokratičen spletni arhiv, oziroma da je prisotnost reprezentacij preteklosti v tem arhivu v prvi vrsti proizvod delovanja običajnih uporabnikov brez očitnih ekonomskih interesov, ki spomine ustvarjajo, shranjujejo in delijo skladno z lastno voljo in presojo.

Demokratičnost YouTubea ni absolutna, temveč je relativna in opisuje trenutno razmerje moči v procesu ohranjanja preteklosti, zato je bolj na mestu pogled nanj kot na kraj nenehnega boja za spomin, ki se odvija na več nivojih hkrati. Najbolj neposredno in najpomembnejše se izraža skozi samo aktivnost arhiviranja, kjer se soočata uporabniška logika delovanja v skladu z lastno presojo

o pomembnosti informacij, ter logika povečevanja profita s širjenjem občinstva in oglaševalsko dejavnostjo, ki jo izkazujejo ozki ekonomski interesi velikih, zlasti medijskih akterjev. Ti pri svojem finančno podkrepjenem delovanju uživajo privilegiran položaj, ki pa, kot kaže, do sedaj v tej konfrontaciji še ni prevesil tehtnice v njihovo korist. Nekoliko bolj posredno se omenjeni boj odvija širše, skozi proces remediatizacije, kjer so spomini izvzeti iz prvotnega institucionaliziranega okolja množičnih medijev in vključeni v specifično, z uporabniškimi praksami zaznamovano diskurzivno polje dotičnega spletnega arhiva. Posledice te dinamike so brez dvoma kompleksne, a vredne proučevanja.

Pričujoče besedilo potrjuje, da kolektivnega spomina v sodobnem svetu ni mogoče izvzeti iz širšega konteksta medijev, tako tradicionalnih kot tudi novih. Slednji, prinašajoči nove, bolj množične in aktivne oblike človeške participacije, hkrati pa tudi nove, učinkovitejše in subtilnejše načine profitnega delovanja, kažejo na to, da v praktični vsakdanjosti niso povsem novi, niso pa tudi zgolj nadaljevanje tradicionalnih medijev. To drži tudi za digitalizirani spomin – v določeni meri je posodobljena manifestacija prvotno (množično) mediatiziranega spomina, hkrati pa je, v dotičnem primeru pretežno, tudi sodobna oblika spominjanja običajnih ljudi, ki je z vidika svojih subjektov morda bliže Halbwachsovem kolektivnemu spominu.. Spomin tudi ostaja, v kakršni koli obliki že, kraj diskurzivnega boja, pri čemer se izražanje le-tega spreminja, bistvo pa vselej ostaja isto. Boj za hegemonsko interpretacijo preteklosti se je v dotičnem besedilu pokazal zlasti v svoji političnoekonomski preobleki skozi samo nastajanje in razvoj spletnega arhiva in njuno širšo ekonomsko pogojenost, nikakor pa se na tej točki ne konča.

Kljub nujnemu redukcionizmu, bolj ali manj časovno omejeni relevantnosti in ponovljivosti, ter nezmožnosti popolnega distanciranja konkretnega raziskovanja YouTube bi tako razumevanje dinamike, narave in političnih implikacij prostetičnih spominov najbolje razširili in nadgradili pristopi k proučevanju in analizi njihove mikrogeneze in obnašanja v okviru specifične ekologije obravnavane spletne strani. Osvetlitev procesa materializacije diskurzivnih formacij oziroma védenja bi morala ob širšem razumevanju ustvarjalne artikulacije upoštevati procese ustvarjanja medijskih objektov, preden ti vstopijo v arhiv, in tako vključevati posebnosti in diskurzivne prakse njihovih izvornih okolij, zlasti množičnih medijev, spleta in računalnikov kot sodobnih medijskih procesorjev. Dalje, upoštevati bi morala delovanje in zakonitosti diskurzivnega polja, ki ga predstavlja YouTube in proučiti načine interakcije med le-tem in posameznimi, vanj umeščenimi medijskimi objekti. Tudi sam YouTube bi lahko bil, oziroma bi za dosego prej omenjenega skorajda moral biti, proučevan z vidika možnosti in funkcij, ki jih ponuja za povezovanje in

interakcijo med posameznimi uporabniki ter njihove praktične uporabe. Tudi tako vpliva na procese arhiviranja, pri čemer bi bilo smotrno raziskovanje izpeljati skozi dejansko uporabniško izkušnjo oziroma aktivno participacijo. Vpliv tega spletnega arhiva na posameznikovo in širše védenje o preteklosti pa bi bilo zanimivo analizirati tudi v luči, za vsakdanjo uporabo značilnega, povezovanja posameznih medijskih objektov v verige, na katerega je mogoče gledati tudi kot na kreacijo s širšim uporabniškim delovanjem in posameznikovimi interesi oblikovanih narativnih struktur.

Širše raziskovanje politične ekonomije spleta 2.0 bi prav tako odgovorilo na mnoga vprašanja, ki se zastavljajo pri obravnavanju YouTube in novih medijev nasploh. Kot sem pokazal, je ugotovljena prvenstvena demokratičnost ustvarjanja proučevanega spletnega arhiva v veliki meri pogojena z ekonomskimi dejavniki; vključena je v njihovo dinamiko ter od njih odvisna. YouTube lahko tako problematiziram tudi kot aspekt »kulture spomina«, koncepta, ki ga je v luči sodobne obsedenosti s spominom razvil Huyssen (2003, 15) in ki v kontekstu zahodne družbe označuje predvsem vse uspešnejše komercialno trženje spomina s strani zahodnjaške kulturne industrije. YouTube bi tako postal še bolj problematičen, saj se zanaša na aktivno ustvarjanje neplačanih uporabnikov in torej v tem pogledu trži proizvode izpod rok zastonjske delovne sile.

Kje vse napisano pusti sodobni kolektivni spomin, preteklost, zgodovino? Kompleksna dinamika, paradoksalnost in fluidnost postmoderne univerzuma ne omogočajo enoznačnih in dokončnih odgovorov, četudi zagotovitve, da so ti sploh kdaj bili mogoči, ni. V dobi, ko je vse, kar je, zdaj, tako ali drugače nenehno sinhrono in prisotno, sta časovna in prostorska distanca, ki se zdita potrebni za dosego oprijemljivih, trdnih in zanesljivih sklepov, edini, ki ju v razširjeni sinhronosti ni najti. Kakšna je zgodovina na spletu, bo tako morda mogoče dokončno izvedeti šele takrat, ko bo splet sam postal zgodovina.

»Zgodovina se ne ponavlja, se pa rima.«

Mark Twain

6 LITERATURA

1. Anderson, Steve. 2001. History TV and Popular Memory. V *Television Histories*, ur. Gary R. Edgerton in Peter C. Rollins, 19–36. Lexington: The University Press of Kentucky.
2. Burgess, Jean in Joshua Green. 2009. *Youtube: Online Video and Participatory Culture*. Cambridge: Polity Press.
3. Burnett, Robert in P. David Marshall. 2003. *Web Theory: An Introduction*. New York: Routledge.
4. Creators: The Official YouTube Partners & Creators Blog. 2012. *Changes to Related and Recommended Videos (9. marec)*. Dostopno prek: <http://youtubecreator.blogspot.com/2012/03/changes-to-related-and-recommended.html> (10. avgust 2012).
5. Duffy, Peter. 2008. Engaging the YouTube Google-Eyed Generation: Strategies for Using Web 2.0 in Teaching and Learning. *Electronic Journal of e-Learning* 6 (2): 119–130.
6. Edkins, Jenny. 2003. *Trauma and the Memory of Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
7. Garde-Hansen, Joanne, Andrew Hoskins in Anna Reading. 2009. Introduction. V *Save as... Digital Memories*, ur. Joanne Garde-Hansen, Andrew Hoskins in Anna Reading, 1–26. Basingstoke; New York: Palgrave Macmillan.
8. Gehl, Robert. 2009. YouTube as archive: Who will curate this digital Wunderkammer?. *International Journal of Cultural Studies* 12 (1): 43–60.
9. --- 2011. The archive and the processor: The internal logic of Web 2.0. *New Media & Society* 13 (8): 1228–1244.
10. Halbwachs, Maurice. 2001. *Kolektivni spomin*. Ljubljana: Studia Humanitatis.
11. Haye, Andrés. 2012. Continuing Commentary: Beyond Recollection: Toward a dialogical psychology of collective memory. *Culture & Psychology* 18 (1): 23–33.
12. Hoskins, Andrew. 2004. Television and the Collapse of Memory. *Time & Society* 13 (1): 109–127.
13. --- 2009. The Mediatisation of Memory. V *Save as... Digital Memories*, ur. Joanne Garde-Hansen, Andrew Hoskins in Anna Reading, 27–43. Basingstoke; New York: Palgrave Macmillan.

14. Hrženjak, Majda. 2002. *Simbolno: izbrana poglavja iz francoskega strukturalizma*. Ljubljana: Scripta.
15. Huyssen, Andreas. 2003. *Present Pasts: Urban Palimpsests and the Politics of Memory*. Stanford: Stanford University Press.
16. Kim, Jin. 2012. The institutionalization of YouTube: From user-generated content to professionally generated content. *Media, Culture & Society* 34 (1): 53–67.
17. Landsberg, Alison. 2003. Prosthetic memory: the ethics and politics of memory in an age of mass culture. V *Memory and popular film*, ur. Paul Grainge, 144–161. Manchester: Manchester University Press.
18. Lievrouw, Leah A. in Sonia Livingstone. 2002. Introduction to the First Edition (2002): The Social Shaping and Consequences of ICTs. V *Handbook of New Media: Social Shaping and Consequences of ICTs*, ur. Leah A. Lievrouw in Sonia Livingstone, 15–32. London: Thousand Oaks.
19. Manovich, Lev. 2001. *The Language of New Media*. Cambridge: MIT Press.
20. McKee, Alan. 2011. YouTube versus the National Film and Sound Archive: Which Is the More Useful Resource for Historians of Australian Television? *Television & New Media* 12 (2): 154–173.
21. Morris-Suzuki, Tessa. 2005. *The Past Within Us: Media, Memory, History*. London: Verso.
22. Nora, Pierre. 1996. General Introduction: Between Memory and History. V *Realms of Memory: The Construction of the French Past*, ur. Pierre Nora, 1–20. New York: Columbia University Press.
23. Oblak, Tanja in Gregor Petrič. 2005. *Splet kot medij in mediji na spletu*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
24. Olick, Jeffrey K. 2008. Collective Memory. V *International Encyclopedia of the Social Sciences*, ur. William A. Darity, 7–8. Detroit: Macmillan Reference USA.
25. Pentzold, Christian. 2009. Fixing the floating gap: The online encyclopaedia Wikipedia as a global memory place. *Memory Studies* 2 (2): 255–272.
26. Pušnik, Maruša. 2005. Fotografija v muzeju kot arhiv kolektivnega spomina: ljubezen do zgodovine. *Teorija in praksa* 42 (2/3): 408–429.

27. --- 2006. Review Essay: Collective Memory in a Multimedia Age. *Javnost/The Public* 1 (13): 89–12.
28. Tatarchevsky, Tatiana. 2011. The 'popular' culture of internet activism. *New Media & Society* 13 (2): 297–313.
29. Terranova, Tiziana. 2000. Free labor: producing culture for the digital economy. *Social text* 18 (2): 33–58.
30. Vezovnik, Andreja. 2009. *Diskurz*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
31. Warf, Barney in John Grimes. 1997. Counterhegemonic Discourses and the Internet. *Geographical Review* 87 (2): 259–274.
32. Wertsch, James V. 2008. The Narrative Organization of Collective Memory. *Journal of the Society for Psychological Anthropology* 36 (1): 120–135.
33. Williams, Raymond. 1988. *Keywords: A vocabulary of culture and society*. London: Fontana Press.
34. Youtube. 2012. *Statistični podatki (20. avgust)*. Dostopno prek: http://www.youtube.com/t/press_statistics (20. avgust 2012).