

Carolin Lano

## Was war YouTube? – Plädoyer für die historiografische Plattformforschung

2020

<https://doi.org/10.25969/mediarep/13591>

Veröffentlichungsversion / published version  
Zeitschriftenartikel / journal article

### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Lano, Carolin: Was war YouTube? – Plädoyer für die historiografische Plattformforschung. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 37 (2020), Nr. 1, S. 8–27. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/13591>.

### Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung 3.0/ Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

### Terms of use:

This document is made available under a creative commons - Attribution 3.0/ License. For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

## Perspektiven

Carolin Lano

### Was war YouTube? – Plädoyer für die historiografische Plattformforschung

Steht uns das Ende von YouTube bevor? Wer die Kontroversen zur EU-Urheberrechtsreform verfolgt hat, hätte diesen Eindruck schnell gewinnen können. Dabei spiegelt sich in der aktuellen Auseinandersetzung lediglich das wider, was Jean Burgess und Joshua Green als Urgrund jeglicher urheberrechtlichen Reglementierungsdebatten ausgemacht haben: „What the copyright wars illustrate particularly well is the difficult dual identity that YouTube, Inc. maintains. YouTube needs to be understood as both as a business [...] and as a cultural resource co-created by its users“ (Burgess/Green 2009a, S.35). Seit seiner Gründung im Jahr 2005 ist das Videoportal YouTube zu einer der weltweit erfolgreichsten Plattformen für Webvideos avanciert.

Der Gründungslegende nach brachten drei ehemalige Paypal-Mitarbeiter die Idee auf den Markt, um einer eigenen Bedürfnislage nachzukommen: Videos, deren Datenvolumen das übliche Maß eines Mailanhangs sprengten, nutzerfreundlich teilbar zu machen. Dem Mitbegründer Jared Karim zufolge gründete der Erfolg des frühen YouTube auf vier Faktoren: „video recommendations via the ‚related videos‘ list; an email link to enable video sharing; comments (and other social

networking functionality); and embeddable video player“ (zit.n. Burgess/Green 2018, S.6). Dieses Erfolgsrezept führte schließlich etwas mehr als ein Jahr nach der Gründung von YouTube zur Übernahme durch Google für 1,65 Milliarden US-Dollar.

Seither ist YouTube zum Inbegriff der zeitgenössischen „participatory culture“ (vgl. Jenkins 2009, S.110) geworden, was sich nicht zuletzt auch in einer mittlerweile beachtlich angewachsenen Menge an Forschungsbeiträgen manifestiert. Diese stehen jedoch vor der Herausforderung, dass die Videoplattform sich seit ihrem Start rasant entwickelt hat, was selbst vergleichsweise aktuelle Auseinandersetzungen schnell antiquiert erscheinen lässt. Ganz zu schweigen davon, dass die prekäre Quellenlage einem historiografischen Zugriff erhebliche Schwierigkeiten bereitet (vgl. Burgess/Green 2018, S.59ff.). Immerhin wird nicht nur täglich eine astronomische Summe neuer Videos hochgeladen, sondern es werden auch permanent Inhalte gelöscht. So scheint sich für die Plattform das zu bestätigen, was allgemein über den „geschichtslosen Charakter“ (Mertens 2006, S.9) des Webs schon gesagt wurde: „Viel stärker noch als beim Fernsehen [...] ist

der Inhalt des WWW ein flüchtiger“ (ebd.).

Blickt man auf die nach wie vor junge YouTube-Forschung, so sind sicher die Beiträge des Amsterdamer Institute of Network Cultures als Pionierleistung in der frühen Phase hervorzuheben: Anzuführen sind hier die beiden Tagungssammelbände *Video Vortex Reader: Responses to YouTube* (Lovink/Niederer 2008) und *Video Vortex Reader II: Images beyond YouTube* (Lovink/Somers Miles 2011) sowie der 2009 von Patrick Vonderau und Pelle Snickars herausgegebene *YouTube Reader*. Im Facettenreichtum der darin enthaltenen Beiträge spiegelt sich wider, was YouTube auszumachen scheint: Gerade in der Anfangsphase schien die Plattform ein janusköpfiges Gebilde auf der Suche nach sich selbst zu sein, gleichermaßen eine Spielwiese für Amateur\_innen wie ein „lawless repository“ (Burgess/Green 2009a, S.15).

Diese Unterdeterminiertheit schien die Pluralität der wissenschaftlichen Herangehensweisen förmlich zu provozieren. Entsprechend reichen die Untersuchungsmethoden von (auto-)ethnographischen (vgl. Elsaesser 2009; Kavoori 2010; Miller 2012) bis hin zu Verfahren der *Digital Humanities* und der Computerlinguistik (vgl. Cha et.al. 2007; Benson 2017), wobei sich in neueren Forschungsbeiträgen eine Mischung aus quantitativen und qualitativen Methoden durchgesetzt zu haben scheint (vgl. z.B. Rieder et. al. 2018). Dieses Vorgehen wählten schon Burgess und Green in ihrer wegweisenden Studie von 2007, in der sie zunächst zur Erhebung von 4.320

Videos eine automatisierte Datenerfassung nutzten, um diese anschließend in Kombination mit qualitativen kulturwissenschaftlichen Methoden auszuwerten. Dabei orientierten sie sich an vier durch die Plattform selbst nahegelegte Sortierungseinheiten: „Most Viewed, Most Favorited, Most Responded, Most Discussed“ (Burgess/Green 2009a, S.38).

Für die YouTube-Forschung insgesamt dürften nicht nur die Ergebnisse dieser Studie im Einzelnen von Interesse sein, sondern vor allem auch die rückblickende Reflexion der beiden Autor\_innen. Diese kommen nicht umhin zu konstatieren, dass nach zehn Jahren der einstmals grundlegende Rahmen ihres Untersuchungskonzepts verschwunden ist, nämlich eben jene vier Kategorien (vgl. Burgess/Green 2018, S.59ff.): „There have been fundamental architectural changes to the way popularity is both constructed and shaped via the much more personalised and social algorithms for search and front page layout“ (S.65). Folglich habe die Transparenz abgenommen, was sich auch dadurch zu bestätigen scheint, dass der YouTube-Algorithmus ein gut gehütetes Geheimnis darstellt.

Tatsächlich sind fundamentale Sortier- und Funktionsprinzipien sowie das Interface von YouTube einem permanenten Wandel unterzogen. So wurde etwa 2010 die 5 Sterne-Bewertungsskala abgeschafft und durch *Like*- und *Dislike*-Buttons ersetzt. Designanpassungen wurden fortlaufend vorgenommen, unter anderem, um die mobile Anwendbarkeit zu verbessern. Eine der größeren Verände-

rungen war sicherlich die Abschaffung der Längenbegrenzung von Videos auf eine Laufzeit von 10 Minuten, die ebenfalls 2010 erfolgte. Und es gab eine Zeit, in der YouTube für Werbefreiheit stand (vgl. Strangelove 2010, S.10), was aus heutiger Sicht ebenso verblüffend erscheinen mag.<sup>1</sup> In jüngster Zeit weitet YouTube zudem beharrlich sein Bezahlsegment weiter aus; so wurde etwa 2018 YouTube Premium eingeführt, das gegen ein monatliches Entgelt Werbefreiheit sowie exklusive Serien und Filme bietet. Insofern sind nicht nur die Inhalte einem permanenten Wandel unterworfen, sondern auch die sie umgebende Nutzungs- und Angebotsstruktur.<sup>2</sup>

In der YouTube-Forschung wurden immer wieder Versuche unternommen, die zunächst sortieruntauglich erscheinende Vielfältigkeit systematisch zu erfassen. Dem diffizilen Unterfangen, YouTube eine Genreklassifikation zuzuweisen, hat sich unter anderem Anandam Kavoori gewidmet. Er beobachtete und beschrieb die wiederkehrenden Video-Typen „The Phenom[enon]“, „The Short“, „The Witness“, „The Celeb“, „The Highlight“, „The Machinima“ (2010, S.35). Eine Exploration von formal-ästhetischen und inhaltlich-thematischen Merkmalskomplexionen im Wandel der Zeit könnte sicherlich auch im Sinne einer

Genregeschichte einen Beitrag zur Historisierung von YouTube leisten. Dann müsste jedoch stärker differenziert werden zwischen Genres, die es schon vor YouTube gab, wie Musikvideos, und solchen, deren Ausprägung stärker von den Partizipations- und Zirkulationsbedingungen des Webvideos abhängen, wie Judith Ackermann am Beispiel der *Let's Play*-Videos demonstriert hat (vgl. 2017).

Angesichts des vorhandenen Formenreichtums wird die Frage, was YouTube eigentlich ist, umso virulenter: „a social network site produced by communities of practice; a chaotic archive of weird, wonderful, and trashy vernacular video; or a distribution platform for branded and Big Media entertainment“ (Burgess/Green 2018, S.113). Burgess und Green zufolge zieht sich durch die Geschichte der Plattform eine Konfliktlinie, die zwischen Amateur\_innen und professionellen Anbietenden verläuft (vgl. S.66ff.). Dabei treten Mitschnitte aus Filmen und Fernsehbeiträgen oder Tutorials von Privatpersonen neben offizielle Kanäle, beispielsweise von Sendeanstalten und Firmen der Unterhaltungsbranche.

Zwar wirbt YouTube in Selbstproklamation für sich als Forum, in dem allen eine Stimme verliehen wird<sup>3</sup>, tatsächlich ‚senden‘ jedoch die wenigsten Nutzer\_innen und die Kommerzial-

1 Mit der Einführung des so genannten Partnerprogramms ermöglichte YouTube ab 2007 erstmals die Monetarisierung hochgeladener Videos.

2 Einen Überblick liefert die Geschichte der YouTube-Seite, die auf: [Versionmuseum.com](http://versionmuseum.com) einsehbar ist.

3 Vgl. der aktuelle Text auf der ‚About Us‘-Seite, die übrigens auch einem permanenten Wandel unterworfen ist: „Our mission is to give everyone a voice and show them the world“ (YouTube.com 2019).

sierung nimmt stetig weiter zu (vgl. van Dijck 2009).

Das Neben- und Ineinander von institutioneller und privater Sphäre vollzieht sich erwartungsgemäß nicht ohne die ein oder andere Urheberrechtsverletzung und ruft in regelmäßigen Abständen kulturkritische Stimmen auf den Plan. Diese monieren entweder die endlos scheinende Banalität der erfolgreichsten Clips und einen überhasteten Rezeptionsmodus (vgl. Lovink 2008, S.10) oder führen die sich immer weniger subtil einschleichenden Werbeplatzierungen großer Konzerne auf dem Boden der Amateur\_innen an (vgl. Schumacher 2011). Andere sahen und sehen das Potential der Videoplattform als Grammatisierungswerkzeug in einer gewandelten Medienkultur (vgl. Stiegler 2009). Es zeichnet sich insofern ab, dass YouTube als „Supermedium im Spiegel der Forschung“ (Bleicher 2011, S.13) immer schon polarisiert hat, zumal allein die Bezeichnung als ‚Supermedium‘ respektive ‚Medium‘ alles andere als unstrittig sein dürfte.

Im Folgenden soll es nun weniger darum gehen zu klären, was YouTube aktuell ist, als vielmehr anhand einiger repräsentativer Annäherungsstrategien der Forschung zu eruieren, wie die Vergangenheit von YouTube rekonstruiert werden könnte. Im Anschluss wird die Geschichte *von* YouTube in Beziehung gesetzt zur Geschichte *mit* YouTube. Die Plattform stellt nämlich selbst Mittel zur Beobachtung ihrer Geschichte bereit. Ausgehend von den Grundüberlegungen einer medialen Historiographie, wie sie von Lorenz Engell und Joseph Vogl formuliert wurde, wonach

„die Medien [...] nicht nur Gegenstand historischer Betrachtung, Codierung und Darstellung“ (Engell/Vogl 2001, S.7) sind, sondern diese selbst auf jeweils spezifische Weise bedingen, wird eine Perspektive für die zukünftige Forschung über die Vergangenheit der Plattform entworfen.

## 1. YouTube im Vergleich

Auch wenn es so scheint, als könne die Forschung kaum Schritt halten mit der Entwicklungsdynamik der Videoplattform, so kann ihr zumindest keine Geschichtsvergessenheit vorgeworfen werden. Auffällig häufig scheint dabei eine medienwissenschaftlich durchaus bewährte Strategie zum Einsatz zu kommen, nämlich die des Medienvergleichs. Die Suche nach der Identität von YouTube führt dann im Modus der Vorgeschichtsschreibung über die Befragung möglicher Vorgängermedien. Insofern scheint auch auf YouTube zuzutreffen, dass das Eigene „nur in Differenz zu einem vergleichbaren Anderen, d.h. in der Regel zu einem anderen Medium, bestimmbar ist“ (Ruchatz 2002, S.139) und seine Identität „nicht allein auf einen bestimmten Wesenskern, etwa seine technische Basis“ (ebd.) zurückzuführen ist, sondern „größtenteils auf einer diskursiven Verortung im Verhältnis zu anderen Medien“ (ebd.) beruht.

Besonders naheliegend scheint ein Abgleich mit dem Medium Video, dessen Definition wiederum stark von Differenzsetzungen zu Fernsehen, Film und Computer abhängt (vgl. Spielmann

2005, S.35). Zudem wurden Videos schon immer eher mit Amateur\_innen assoziiert und standen zugleich für ein Regulativ der Subjekttechnologie im Zeichen der Disziplinarmacht (vgl. Nohr 2014, S.181ff.). Allerdings fügt die Zirkulation unter Netzbedingungen den Videos nicht nur äußerlich etwas hinzu, sondern wirkt auf diese von innen heraus transformierend (vgl. Treske 2015, S.21). Andere Untersuchungen fokussieren verstärkt ein einzelnes Genre, wie beispielsweise das Musikvideo (vgl. Vernallis 2013; Lilkenedy 2017) und versuchen aus dessen Geschichte heraus historische Entwicklungslinien nachzuzeichnen.

Weniger naheliegend erscheint zunächst ein Vergleich von YouTube mit dem Kino. Doch die entscheidenden Vergleichsaspekte liefert auch nicht der abendfüllende Erzählfilm, sondern, wie Rizzo (2008), Broeren (2009) und Grainge (2011) jeweils argumentieren, jene Phase des frühen Films, die Tom Gunning bekanntlich als *Cinema of Attractions* (2006) bezeichnete. Die Lust am Spektakel und an der exhibitionistischen Zurschaustellung prägte offenbar nicht nur die Frühphase des Kinos, sondern sie feiert in gewandelter Form als „attractational mode“ (Broeren 2009, S.155) ihre Wiederkehr auf Plattformebene. Auch bei YouTube regiert der Schauwert; das Präsentieren von Kuriosum und Sensationellem bedient die plattformeigene Aufmerksamkeitsökonomie. Dabei werden die neuen Möglichkeiten, die YouTube bietet, wie etwa die potenzielle Verfügbarkeit der Videos jederzeit und überall, selbst zur Attraktion (vgl. Rizzo 2008).

Das ultimative Vergleichsmedium aber stellt das Fernsehen dar, zumal YouTube qua Selbstbeschreibung (über den langjährigen Slogan ‚Broadcast Yourself‘) die Nachbarschaft und Differenz zum Massenmedium für die eigene Identitätskonstruktion nutzt. Lässt sich YouTube gar als Remedialisierung des Fernsehens verstehen (vgl. Bolter/Grusin 2000), und das ausgerechnet zu einer Zeit, in der die namensgebende Röhre (*Tube*) längst ausgedient hat und die Funktionen des Fernsehers in eine Vielzahl von Dispositiven diffundieren? William Uricchio möchte YouTube lediglich als transitorisches Übergangsstadium verstanden wissen, was ihn jedoch nicht davon abhält, die Plattform vor der Bezugsfolie des Fernsehens zu examinieren: „Its notion of liveness is one of simulation and ‚on demand‘; its embrace of flow is selective and user-generated; and its sense of community and connection is networked and drawn together through recommendation, annotation and prompts“ (2009, S.35). Auch José van Dijck gleicht YouTube ausgehend von Raymond Williams‘ *Television: Technology and Cultural Form* (1974) mit dem Televisuellen ab, um Differenzen zu markieren (2013). Dem massenmedialen *broadcasting* sowie dem *narrowcasting* in Spartenkanälen des Fernsehens entspreche auf Plattformebene das „homecasting“ (S.151), ein Begriff, der die Vermählung von privatem Inhalt und öffentlicher Bereitstellung anzeige (vgl. ebd.). Statt mit einem Programm habe man es bei YouTube mit „snippets“ (S.154) als neuer kultureller Form zu tun: „they are meant for recycling in

addition to storing, collecting and sharing“ (ebd.). Im Unterschied zum endlosen *flow* des Fernsehens seien diese Clips aufgrund ihrer Kürze und Kontextlosigkeit frei kombinierbar.

Das Fernsehen dient der YouTube-Forschung also mit Abstand als die bevorzugte Vergleichsfolie und gibt dabei jeweils die Konzepte vor, nach deren Äquivalenten gefahndet wird. So flächendeckend diese Medienvergleiche in der Forschungsumgebung von YouTube auch ausgeführt werden, können sie nicht darüber hinwegtäuschen, dass die basale Frage nach dem Medienstatus der Plattform virulent bleibt. Unverfänglicher scheint es allemal, von einem YouTube-Dispositiv zu sprechen, also von einer Wahrnehmungsanordnung, um den Begriff in einer Art und Weise anzuwenden, wie er wiederum von Knut Hickethier in Applikation auf das Fernsehen geprägt wurde (1995). Demnach gilt es nicht nur, sich mit den Inhalten auseinanderzusetzen, sondern auch mit dem Display beziehungsweise der Benutzungsoberfläche (vgl. Schröter 2006). Wie weiter oben bereits angedeutet, sieht man sich dabei jedoch mit einer prekären Quellenlage konfrontiert, die den historiografischen Zugang weiter erschwert. Denn in seinen Erscheinungsformen ist auch das Interface von YouTube flüchtig, so dass sich die Frage nach der Archivierbarkeit einer Wahrnehmungsanordnung stellt, der selbst oftmals eine Archivfunktion nachgesagt wird.

## 2. Quelle: YouTube.com

Ob im Nachrichtenbeitrag oder im medienwissenschaftlichen Fachvortrag: YouTube scheint als Quelle allgegenwärtig. Doch von einem herkömmlichen Archiv unterscheidet YouTube sowohl die fehlende Beständigkeit einer konservierenden Speicherung als auch die Abwesenheit einer kuratorischen Konzeption und Selektion in der Sammlung (vgl. Gehl 2009). Schon beim Kino, spätestens aber beim täglich sendenden Fernsehen, liegt eine historiografisch schwer zu bändigende Materialfülle vor, die aber immerhin noch in institutionalisierten Archiven eines Übertritts vom Speicher- in das Funktionsgedächtnis harrt (Assmann/Assmann 1994). Die Ausgangslage beim Web ist ungemein komplexer: „Platforms such as YouTube [...] bring into focus the ephemeral dimensions of the web“ (Grainge 2011, S.8).

Zwar gibt es unterschiedliche Formen der Webarchivierung; diese weisen jedoch jeweils bestimmte Restriktionen auf und beeinflussen dadurch wissenschaftliche Verwertbarkeit und Aussagekraft erheblich (vgl. Brügger 2018, S.198). Niels Brügger nennt drei Verfahren, die auch für die YouTube-Forschung von hoher Relevanz sind: „(a) screen shots [...]; (b) screen movies and downloaded video/audio; or (c) crawled web“ (S.199). Doch ganz gleich, ob es sich um nutzergenerierte Einzelaufnahmen und Bewegtbildsequenzen vom Bildschirm oder um weitgehend automatisierte Speicherungen handelt – das Ergebnis der Archivierungsprozesse liefert niemals exakte Kopien, sondern

bestenfalls rekonstruierte Versionen des vergangenen Onlinegeschehens: „the Web of the past has disappeared“ (ebd., S.198).

Immerhin gibt es beachtenswerte Initiativen wie Archive.org mit dem dazugehörigen Suchportal, der *Wayback Machine*,<sup>4</sup> wo durch *crawler*, also automatisierte Suchprogramme, eine Abfrage von historischen Artefakten der ehemaligen Webinhalte möglich ist. Die *crawler*-Software kontaktiert den jeweiligen Server, um die Daten bestimmter URLs abzurufen. So kann die Seite zu einem späteren Zeitpunkt, teilweise mitsamt ihren Verlinkungen und Einbettungen, wiederhergestellt werden. Manche Seitenelemente, wie beispielsweise Audio- und Videodateien oder Java-Codes können jedoch nicht oder nur fehlerhaft reproduziert werden, und die ursprüngliche Rezeptionserfahrung lässt sich so nur annähernd erschließen. In ihrer Gesamtheit sind viele Inhalte allein schon deswegen nicht mehr vollständig zu rekonstruieren, weil es passwortgeschützte oder durch Protokolle (wie z.B. *robots exclusion standard*) gesperrte Bereiche gibt, weil Verlinkungen nicht mehr funktionieren oder externe Einbettungen verloren gegangen sind. Gerade für die YouTube-Forschung ist diese Lage besonders misslich. Eine historische Analyse von formalästhetischen Gestaltungsmustern von einzelnen Videos etwa ist schlicht auf das Glück angewiesen, dass sich das relevante Material

noch auffinden lässt, beziehungsweise manuell gespeichert wurde. Soll hingegen die historische Entwicklung des Interfaces betrachtet werden, kann eine Konsultation der *Wayback Machine* durchaus nützlich sein (vgl. ebd., S.206f.).

Trotz der prekären Quellenlage wurde YouTube von Beginn an in der Forschung mit dem Archivbegriff in Verbindung gebracht. So spricht etwa Rick Prelinger davon, dass YouTube zumindest in der breiten Öffentlichkeit als das Standard-Online-Archiv für Bewegtbilder wahrgenommen werde (2009, S.269). Noch in der ursprünglichen Losung der Plattform, ‚Your Digital Video Repository‘, fand sich dieser Anspruch expliziert. Doch so wie Prelinger markiert auch ein Großteil der Forschungsbeiträge den Unterschied zum traditionellen Archiv, da die langfristige Bestandswahrung weder zur Praxis noch zur Philosophie YouTube zähle (vgl. ebd., S.268).

Abgeleitet vom griechischen *archeion* bezeichnet das Archiv als „paradigmatische Institution des Speichergedächtnisses“ (Assmann 2009, S.171) im Wortsinn ein Amtsgebäude. Diese Assoziation mit einem öffentlich-administrativen Kontext und einer institutionalisierten Praxis (vgl. Kessler/Schäfer, S.276) lässt sich mit YouTube als gewinnorientiertem Unternehmen nur schwerlich verbinden. Wie Jens Schröter anmerkt, verbirgt sich hinter der populären Nutzung von YouTube als Quasi-Archiv nämlich vielmehr die Speicherung von Nutzerprofilen (vgl.S. 332ff.). Sinn und Zweck sei also nicht das Archivieren an sich, sondern vielmehr die Ausschöpfung des audiovi-

4 Die Suchmaschine ist seit November 2001 allgemein zugänglich und umfasst derzeit 330 Milliarden Webseiten. Vgl.: [archive.org/web/](http://archive.org/web/)



suellen Begehrens der selektierenden Subjekte, das aus rein ökonomischen Gründen konserviert werde (vgl. ebd.).

Manche Forschungsbeiträge insistieren wiederum, dass YouTube einen Archivcharakter ganz eigener Art besitze: „YouTube is not only a repository of vintage video content, but something even more significant: a living and growing record of the popular culture of the Internet. It has evolved into a massive, heterogeneous, but for the most part accidental and disordered, and increasingly precarious, public archive“ (Burgess/Green 2018, S.136). Hier ergibt sich ein wichtiger Aspekt, der – ruft man sich die Derrida’sche Auseinandersetzung mit dem Archivbegriff in Erinnerung – nicht außer Acht gelassen werden sollte. Derrida stellt nämlich die Funktionen der „Archonten“ (Derrida 1997, S.35), also jener Hüter des Archivs, die nicht nur den räumlichen Zugang, sondern auch die interpretative Erschließung des Archivbestands kontrollieren, in den Mittelpunkt. Die Attraktivität von YouTube liegt dementsprechend nicht nur in der umstandsloseren Zugänglichkeit der Quellen. Auch die hier aufgespürten Inhalte weichen unter Umständen von den traditionellen Archivbeständen ab: Es handelt sich mithin um das, was von institutioneller Seite als nicht archivierungswürdig erachtet wird, denn was für die einen „Abfall ist“ (Assmann 2001, S.269), kann für die anderen „kostbare Information“ (ebd.) sein. Und die Konservierung von ephemeren Medieninhalten ist seit der Einführung von Speichermedien wie dem Videorekorder längst nicht mehr

nur eine Angelegenheit institutionalisierter Archive, sondern auch eine Praxis der Konsument\_innen (vgl. Grainge 2011, S.6). Auch Nicola Valeska Weber plädiert daher dafür, die „Praxis kultureller Archivtätigkeit im Internet“ (2011, S.55) gerade in Differenz zum klassischen Archiv ernst zu nehmen. Unabhängig davon, ob YouTube ein Archiv ist oder nicht, wird es nämlich als solches verstanden und genutzt.

Schließlich liegt die Idee nahe, YouTube auch als Quelle für die eigene Historisierung zu nutzen. So liefert etwa das Video „The Making of YouTube“ (YouTube 2007) vermeintlich ungestellte Einblicke in die Gründungsphase der Plattform, wobei klassische dokumentarische Authentizitätsmarker, wie eine beobachtende Handkamera sowie technische Unzulänglichkeiten, wie das Fehlen der Tonspur, den auratischen Eindruck von historischem Archivmaterial steigern. Abgesehen davon gibt es Videos, die gewisse Meilensteine der Plattformentwicklung markieren, wie etwa „A Message from Chad and Steve“ (YouTube 2006), in dem die beiden namentlich genannten Gründer der YouTube-Gemeinde den Verkauf der Firma an Google bekannt geben. Auch das erste jemals auf YouTube veröffentlichte Video ist in historischer Hinsicht aufschlussreich: Im knapp 19-sekündigen Clip „Me at the Zoo“ (javed 2005) steht Jawed Karim vor einem Elefantengehege und sinniert über typische Eigenschaften der Tiere. Das Video brachte es innerhalb kürzester Zeit – trotz oder gerade wegen seiner formlos amateurhaften und unspektakulären Gestaltung – zu gro-

ßer Berühmtheit. Das Signifikante an diesem Beispiel ist daher auch weniger die formale Stilaskese als vielmehr der unerwartete Erfolg des Videos. Durch diesen Erwartungsbruch wird dem Artefakt eine Ereignishaftigkeit zuteil, die ganz anders gelagert zu sein scheint, als die herkömmlicher Medienereignisse. Im Folgenden wird es daher darum gehen, zu fragen, wie solche plattformspezifischen Formationen von Ereignishaftigkeit für die historiografische YouTube-Forschung genutzt werden könnten.

### 3. Die ‚Mem‘-oration YouTubes

Von den drei oben genannten Videos nimmt „Me at the Zoo“ eine Sonderstellung ein. Und das nicht nur, weil es das erste auf YouTube hochgeladene Video überhaupt ist und damit einen Zugang zum frühen YouTube in Aussicht stellt. Rainer Hillrichs hat sich in seiner Dissertation von 2016 ausführlich mit der Ästhetik sowie mit den Gestaltungs- und Nutzungsweisen von Videoblogs in den ersten beiden Jahren von YouTube beschäftigt. Er bezeichnet das Video als „starting point“ (2016, S.54) für die weitere formalästhetische Entwicklung. Was „Me at the Zoo“ darüber hinaus aber auszeichnet, liegt weniger in der formalen Beschaffenheit des Videos selbst begründet als vielmehr in den zahlreichen Nachahmungen und Bearbeitungen, die es erfahren hat und noch permanent erfährt.

Die Prominenz des Videos macht aus ihm eine Wegmarke der historischen Entwicklung von YouTube. Weil es von sich reden macht und weil es

Anschlusskommunikation in Form von Teilhabegesten auf sich zieht, gewinnt es gar den Charakter eines Medienereignisses. Laut Mathias Mertens ist das Internet aufgrund seiner Unbeständigkeit und Flüchtigkeit „stärker als alle anderen Medien auf Ereignisse angewiesen“ (2006, S.10). Ohne spektakuläre, also massenwirksame Ereignisse, durch die Menschen „vom Internet erfahren haben und sich eine Vorstellung von seinem Nutzen machen konnten“ (S.11), sei dessen Geschichte nicht zu schreiben, so Mertens. Medienereignisse können erfahrungsgemäß einen „Kommunikationsanlass“ (Schneider/Bartz 2007, S.9) bilden, „um Wissen über Mediennutzung zu generieren und zu steuern“ (ebd.) und sie bieten dabei Gelegenheit zur exzessiven medialen Selbstthematization im Modus des Historischen (vgl. Engell 2008). Laut Lorenz Engell markiert die Mondlandung als fernsehhistorisches Ereignis bekanntlich „die Einführung einer Differenz von Vorher und Nachher in die Selbstbeschreibung und Selbstauffassung des Fernsehens und steht damit am Beginn seiner Selbsthistorisierung“ (ebd., S.167). Die Übertragbarkeit auf YouTube scheint fragwürdig, handelt es sich doch um eine Plattform und nicht um ein sich selbst reflektierendes Medium. Und wenn es überhaupt spezifische Medienereignisse auf YouTube gibt, so dürften diese aufgrund des in diverse Teilöffentlichkeiten zerfallenden Resonanzraums anders beschaffen sein als die Mondlandung. Dennoch möchte der vorliegende Beitrag den Ansatz von Engell versuchsweise auf YouTube applizieren.

Mertens zufolge haben Internetereignisse stets einen „akkumulativen Charakter“ (2006, S.168), sind also gekoppelt an Wiederholungsakte, die etwas schon allein durch die sich summierende Menge an Zugriffen zum Ereignis adeln. Geht man danach, dann wäre nach jetzigem Stand das Musikvideo zu *Despacito* von Luis Fonsi (2017) mit über 6,5 Milliarden Klicks als das erfolgreichste YouTube-Video auch das mit dem höchsten Grad an Ereignishaftigkeit. „Me at the Zoo“ bringt es im Vergleich gerade einmal auf 77 Millionen Aufrufe, dafür aber auf unzählbare Nachahmungen. Die Akkumulation, die solche Webphänomene zu Ereignissen macht, so meine These, basiert dann aber weniger auf den hohen Abrufzahlen des Originals, sondern besteht aus den Repetitionsakten, die das Ausgangsmaterial in unterschiedlichen Formen reproduzieren und wiederaufführen, wobei die Differenz in der Wiederholung unterschiedlich stark ausgeprägt sein kann.

Roman Marek hat sich in seiner 2013 erschienenen Dissertationsschrift unter dem Schlagwort „Automatismen der Wiederholung“ (S.310) mit solchen Phänomenen auseinandergesetzt. Anhand eines paradigmatischen Videos und seiner Verbreitung analysiert er plattformspezifische Praktiken der Videozirkulation auf YouTube. Seine Wahl fiel dabei auf den Videoclip „Leave Britney Alone“ von Chris Crocker. Er identifiziert drei Varianten der Wiederholung: scheinbar identische Videoklone, ikonoklastische Recyclingvideos und die (parodistische) Nachahmung (vgl. S.304ff.): „Klone

bestehen vollständig aus dem Material des ursprünglichen Videoclips, Recyclingvideos verwenden und modifizieren Teile des Original-Materials, und Nachahmungen bzw. Parodien verwenden nur noch Teile der Inszenierung, des Inhalts, oder der Ideen des ursprünglichen Videoclips“ (S.81). Bezeichnenderweise ist das Video von Crocker nicht mehr in der ursprünglichen Upload-Fassung aufzufinden, sondern lediglich als Reupload durch Dritte (madrinking1119, 2011). Seine plattformeneigene Verstetigung hat es über die konservierende Kraft der Zirkulation erhalten, die wiederum eine eigene Form der Aufbewahrung darstellt und mit der Integrität sowie der Identität des Originals ganz anders verfährt als herkömmliche Techniken und Praktiken des Archivierens.

Dies ist jedoch kein Defizit, sondern Ausdruck einer plattformspezifischen Bewahrungsform, die mit dem Begriff des Recyclings treffend umschrieben wird. So lässt sich allgemein mit Kay Kirchmann über den Vorgang des Bilderrecyclings sagen, dass sich das Ausgangsobjekt bis zu seiner Wiederholung in „eine[m] Unbestimmtheitszustand der fortwährenden Latenz“ befindet, „aus der es bei Bedarf oder durch bloßen Zufall wieder herausgeführt und nunmehr zu einem *wertvoll-dauerhaften* Objekt erklärt werden kann“ (Kirchmann 2006, S.505, Herv. i. Orig.).

Auch Burgess setzt sich mit vergleichbaren Phänomenen auseinander, die sie jedoch mit dem notorisch unscharfen Begriff des Viralen belegt. Ihrer Ansicht nach könnte die Beschäf-

tigung mit viralen Videos von hohem epistemischem Wert für die Ergründung einer plattformsspezifischen *participatory culture* (Burgess 2008, S.101) sein. Die Viralität entstehe dabei erst im Nachhinein durch die Wiederholung. Demnach weisen erfolgreiche virale Videos gewisse Merkmale auf, die jedoch nicht von sich aus als bezeichnend erkennbar seien, sondern erst im Nachhinein durch ihre Selektion in der Repetition: „After becoming recognizable via this process of repetition, these key signifiers are then available for ‚plugging into‘ other forms, texts and intertexts – they become part of the available cultural repertoire of vernacular video“ (S.105).

Unter dem Begriff „The Phenom“ (2010, S.35ff) identifiziert auch Kavoori ein YouTube-Genre, dessen Merkmals-eigenschaften sich mit den Beschreibungen von Burgess und Marek weitgehend decken. Es handelt sich dabei um Videos, die einem fortlaufenden Zyklus an verschiedenen Wiederholungsformen, von der Imitation bis hin zur kritischen oder reflexiven Auseinandersetzung, unterliegen. Diese Videos werden seiner Ansicht nach durch die Zyklizität ihrer Repetition zu einem Teil des kollektiven Gedächtnisses von YouTube: „In other words, the video becomes part of the ongoing narrative of YouTube as a new form of mediated experience“ (ebd., S.36). Insofern stellen diese Phänomene offenbar ein Äquivalent zum klassischen Medienereignis dar, zumindest im Hinblick auf ihre memorative und identitätsstiftende Funktion.

Im Unterschied zu Burgess, Marek und Kavoori differenziert Limor

Shifman dezidiert zwischen viralen und memetischen Videos. Während virale Videos auch als einzelne Artefakte in Erscheinung treten würden und nicht zwangsläufig auf Modifikation angewiesen seien, handle es sich bei Memen stets um eine Sammlung von Einheiten über das einzelne virale Artefakt, von dem sie ihren Ausgang nehmen, hinaus (vgl. 2014, S.40ff.). Ein einzelnes Video kann demnach kein Mem, sondern lediglich Teil eines solchen sein. Memen bildeten zwar kein webspezifisches Phänomen, jedoch würden sie aktuell eine spezifische Transformation erfahren: „Thus, memetic videos and their derivatives can be seen as sites in which historical modes of cultural production meet the new affordances of Web 2.0“ (Shifman 2011, S.200).

Memetische Videos – „popular clips that generate extensive user engagement by way of creative derivatives“ (S.187) – könnten meines Erachtens ein Schlüssel zur historiografischen Erschließung der Plattform sein. Der Begriff Mem geht auf ein Konzept zurück, das von dem Evolutionsbiologen Richard Dawkins (2007 [1976]) entwickelt wurde. Er bezeichnet damit Einheiten der kulturellen Evolution, die sich durch Kopie und Imitation replizieren und ein Äquivalent zur Biologie der Gene bilden. Die etymologischen Wurzeln des Begriffs liegen Dawkins zufolge im griechischen *mimesis*, dem lateinischen *memoria* sowie dem französischen *même* (2007, S.321). In seiner Konzeption handelt es sich bei Memen um Informationseinheiten, die in der menschlichen Kultur aus sich selbst heraus zur Überlieferung gelangen,

wie Melodien, Phrasen oder Überzeugungen. Durch Variation und Neukombination entwickeln sich Meme weiter. Dawkins zufolge sind Meme die eigentlichen Akteure, während Menschen ihnen lediglich als Vehikel dienen (vgl. ebd.). In der Memforschung, die sich an Dawkins anschloss, wurden diese Implikationen durchaus kontrovers diskutiert (vgl. Aunger 2000), und auch Shifman grenzt sich von ihnen ab (vgl. 2011, S.189). Dennoch lassen sich memetische Videos als Reflexion der „cycles of time and circuits of value“ (Grainge 2011, S.3) einer Videografie unter Netzbedingungen auffassen. Sie wären insofern als reflexive mediale Formen zu verstehen, die noch dazu zur (Selbst-)Historisierung von YouTube dienstbar gemacht werden können.

Das Video „Charlie Bit My Finger – Again!“ (HDCYT, 2007) etwa, wurde wohl auch deswegen so populär, weil es die Unentschiedenheit über das frühe YouTube paradigmatisch widerspiegelt. Dass der einjährige Charlie dem dreijährigen Bruder Harry in den Finger beißt, ist eigentlich so unspektakulär wie alltäglich. Dass aber Harry die Wiederholung regelrecht einfordert, weil er weiß, dass er vom Vater gefilmt wird, und dass dieser Vater das Video eigentlich nur hochlädt, um von England aus dem Großvater in den USA ein persönliches Video von den Enkeln zu schicken, dieses aber schließlich um die Welt geht und unzählige Male kopiert wird, – all das demonstriert den ‚attractational mode‘ des frühen YouTube. Hier schwankte die Nutzung noch voller Naivität zwischen ‚Broadcast Yourself‘ und ‚Your Digital Video

Repository‘ und war dabei an sich schon eine Attraktion in dieser frühen „Phase spektakulärer Selbstkonturierung“ (Engell 2001, S.48).

#### 4. YouTube matters

Kehren wir am Ende zur Ausgangsfrage zurück: Was war YouTube? Wie lässt sich die Geschichte der scheinbar selbst so geschichtsvergessenen Plattform angemessen schreiben? Ich schlage vor, die hier nur skizzenhaft vorgestellten Forschungsstränge unter einer integrativen Perspektive zu bündeln, ohne damit einen Anspruch auf Vollständigkeit zu erheben. Zunächst wurde die Tendenz der Forschung hervorgehoben, YouTube mit anderen Medien zu vergleichen. In einem zweiten Schritt wurde YouTube schließlich auf andere Weise als ein Äquivalent herkömmlicher Medien verstanden, nämlich als reflexionsfähiges System; nicht ohne dabei jedoch aus den Augen zu verlieren, dass es sich bei YouTube um eine Plattform handelt, die nach anderen Regeln funktioniert, als die zum Vergleich herangezogenen apparativen Medien. Daran anschließend wurde die These entwickelt, dass das memetische Video, um das auffällig viele Forschungsbeiträge kreisen, als Reflexionsfigur aufgefasst werden kann, die eben jene Elemente enthält, welche die Plattform von traditionellen Medien unterscheidet, wie etwa Zirkulation und Partizipation.

Meiner Ansicht nach könnte in Anknüpfung an die Auffassung einer „Medientheorie der Medien“ (Engell

2014) der Flüchtigkeit von YouTube als Gegenstand der Medienhistoriografie begegnet werden, indem die plattformeigenen Formen des Konservierens in den Mittelpunkt gerückt werden. Es handelt sich dabei um eine andere Logik des Konservierens, die auf permanenter Repetition und Zirkulation beruht, das vermeintlich Wertlose recycelt und die urheberrechtsverletzende Kopie nicht nur als Makel, sondern, ganz wertfrei gesprochen, als Merkmal aufweisen kann. Gerade darin drückt sich auch das Zwitterdasein von YouTube zwischen Amateur\_innendomäne und professionalisierter Unternehmensführung aus. Es liegt dabei nahe, gerade das memetische Video als reflexive Form im Sinne eines „re-entries“ (Engell 2001, S.45) zu verstehen. Es entspricht nicht nur dem im Medienvergleich ausgemachten ‚attractional mode‘, sondern spiegelt auch als genreübergreifendes Phänomen die konservierende Kraft der Zirkulation wider. Außerdem bietet das memetische Video in funktionaler Äquivalenz zu herkömmlichen Medienereignissen eine Einladung zur historischen Rückschau. Das belegt auch sein prominenter Stellenwert in den Jahresrückblicken des Unternehmens. Zugleich kann auch diese rückblickende Selbstbeschau wieder zum Ausgangspunkt einer Memetisierung werden, wie der Auftritt von Will Smith in dem von Usern ungeliebten „YouTube Rewind“ von 2018 zeigt (vgl. A vine, 2018): Der Blick des Hollywood-Mimen durch ein Fernglas wurde daraufhin in Kuleschow’scher Manier trotzig mit diversen Gegenschüssen kombiniert. Eine systematische Erschließung und

Typologisierung solcher Phänomene in ihrer Funktion für das YouTube-Gedächtnis steht indes bislang noch aus.

Dass es überhaupt einer YouTube-Forschung bedarf, dürfte dabei mittlerweile außer Frage stehen. Schon seit längerem werden die Auswirkungen von YouTube und anderen Plattformen auf die Subjektkonstitution thematisiert (vgl. Reichert 2008; Peters/Seier 2009). Mittlerweile macht die „platform society“ (van Dijck/Poell/de Waal 2018) als eine weitere Beschreibungsformel der Gesellschaft, älteren Konzepten wie der Medien- oder Informationsgesellschaft, von denen in den 1970er und 80er Jahren die Rede aufkam (vgl. Bühl 1996, S.28ff.), den Rang streitig. Sie knüpft dabei aber auch an Vorläuferentwürfe wie den der „Netzwerkgesellschaft“ (Castells 2010 [1996]) an. Insofern bestätigt sich ein weiteres Mal das, was sich ganz generell über das Verhältnis von Medien und Gesellschaft sagen lässt: „Die Gesellschaft beobachtet sich selbst in ihren Medien“ (Schneider/Bartz/Otto 2004, S.10).

Der Mediendiskurs hat dabei unlängst über die Bedeutung von Plattformen wie YouTube für die Gesellschaft entschieden. Selten wurde die Relevanz von YouTube als integraler Bestandteil der zeitgenössischen Medienkultur dabei so deutlich und eindrücklich exponiert wie in der Wahl zur „Person of the Year 2006“ des TIME Magazine. Bekanntlich zierte das Titelblatt ein Computerbildschirm mit dem Interface von YouTube, in dessen Mitte in großen Lettern das Wort „YOU“ prangt. Zur Erläuterung

liest man darunter: „You. Yes, You. You control the Information Age. Welcome to your world“ (TIME Magazine 2006/2007). Im dazugehörigen Leitartikel zelebriert Lev Grossman „a story about community and collaboration on a scale never seen before“ (2006/2007). Die überschwängliche Rhetorik dieser Laudatio sieht in Plattformen wie YouTube ein Instrument der Emanzipation und Demokratisierung, ganz im Sinne des frühen Web 2.0-Diskurses. Diese Anfangseuphorie ist mittlerweile vielfach durch kritische Stimmen konterkariert worden.

Davon unbenommen lässt sich die Frage nach den Konsequenzen einer *platformization* stellen, die sich auf viele Teilbereiche des Sozialen auswirkt: „Platformization then refers to the way in which entire societal sectors are transforming as a result of the mutual shaping of online connectors and complementors“ (van Dijck/Poell/de Waal 2018, S.19). Dass Plattformen wie YouTube alles andere als ein neutraler Boden sind (vgl. Lovink 2017, S.13), dürfte ohnehin medienwissenschaftlicher Grundkonsens sein. Die Plattformforschung erscheint jedoch noch aus einer anderen, wesentlich pragmatischeren Perspektive heraus einträglich: Eine wissenschaftliche Befassung mit Phänomenen auf Ebene der Plattformen bietet unter anderem auch allgemeinen Aufschluss über die Historie des Web: „In fact, it no longer makes sense to talk about ‚the web‘ or ‚the Internet‘, or ‚video‘ without reference to specific platforms“ (Burgess/Green 2018, S.14). Insofern es nahezu unmöglich erscheint, das Ganze in den

Blick zu nehmen, bietet sich die Plattformforschung als eine mögliche Sehhilfe an. Es macht dabei wenig Sinn, YouTube und andere Plattformen in Isolation zu betrachten. Vielmehr kommt es zu komplexen Wechselbeziehungen sowohl zwischen den unterschiedlichen Webdienstleistungen wie zwischen diesen und den ‚alten‘ Massenmedien. So geht etwa van Dijck von einer Koevolution (2013, S.150) sowie von einer ultimativen Interdependenz (S.148) zwischen YouTube und dem Fernsehen aus. Das Videoportal wird nämlich vom Fernsehen nicht nur als Konkurrenz wahrgenommen, sondern längst auch als Verbreitungsweg und Werbeplattform für die eigenen Inhalte genutzt. Viele der erfolgreichsten YouTube-Videos verdanken ihre Popularität wiederum nicht nur einem Zusammenspiel mit Twitter, sondern auch einem Verstärkungseffekt durch die televisuelle Berichterstattung (vgl. Marek 2013, S.78ff.; Kavoori 2010, S.36).

Die Unterscheidung zwischen Professionalität und Amateurhaftigkeit wurde schon seit Beginn der YouTube-Forschung immer wieder relativiert (vgl. u.a. Lange 2008/2009; Burgess/Green 2009b; Kim 2012). Die Brüchigkeit dieser Trennlinie wurde indes auf Ebene der Plattform schon wesentlich früher durch das „Medienereignis“ (Kuhn 2011, S.119) um die skandalumwitterte Produktion des Kanals lonelygirl15 (2006) manifest, der sich zunächst als authentischer Videoblog ausgab und schließlich als fiktionale Webserie sowie innovatives Erzählformat enttarnt wurde. An diesem Beispiel können auch Interdependenzen und

Verstärkungseffekte paradigmatisch nachvollzogen werden (vgl. Kuhn 2011, S.127). Damit lässt sich die Bedeutung von solchen Medienereignissen für die YouTube-Forschung nochmals unterstreichen – auch weil sie tief in der ökonomischen Auswertungslogik der Beteiligungsarchitektur von YouTube wurzeln, in der „jede Kopie und jede Modifikation [...] ihrerseits in Serie gehen oder kopiert und modifiziert werden“ (S.132) kann. Dabei wird mitunter das einem Recycling unterzogen, was von institutionalisierten Archiven

als Abfall ausgeschlossen wird. Gerade in ihrer über das einzelne Artefakt hinausweisenden Vernetzung können memetische Videos als mediale Reflexionsfiguren aufgefasst werden. Sie bilden zudem einen Teil des Funktionsgedächtnisses von YouTube, das durch Zirkulation eine plattformspezifische Verstetigung erfährt. So lässt sich die Geschichte der Plattform durch diese selbst urbar machen; die Geschichte einer Plattform, die – ungeachtet ihres prophezeiten Endes – durchaus weitere Forschung verdient hat.

## Quellen

<https://archive.org/web/> (23.10.2019).

Assmann, Aleida/Assmann, Jan: „Das Gestern im Heute: Medien und soziales Gedächtnis.“ In: Merten, Klaus/Schmidt, Siegfried J./Weischenberg, Siegfried (Hg.): *Die Wirklichkeit der Medien: Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft*. Opladen: Westdt. Verlag, 1994, S.114-140.

Assmann, Aleida: „Das Archiv und die neuen Medien des kulturellen Gedächtnisses.“ In: Stanitzek, Georg/Voßkamp, Wilhelm (Hg.): *Schnittstelle. Medien und kulturelle Kommunikation*. Köln: DuMont, 2001, S.268-281.

Assmann, Aleida: „Archivologie: Theorie des Archivs in Wissenschaft, Medien und Künsten.“ In: *Kaleidogramme* (Bd. 30). Berlin: Kadmos, 2009, S.165-175.

Aunger, Robert: „Introduction.“ In: Ders. (Hg.): *Darwinizing Culture: The Status of Memetics as a Science*. Oxford: Oxford University Press, 2000, S.1-24.

A vine: „YouTube Rewind 2018 Will Smith Memes Compilation“ (2018).  
<https://www.youtube.com/watch?v=o0na-NB8G3I> (10.01.2020).

Benson, Phil: *The Discourse of YouTube: Multimodal Text in a Global Context*. New York: Routledge, 2017.

Bleicher, Joan Kristin: „YouTube als Supermedium im Spiegel der Forschung.“ In: Schumacher, Julia/Stuhlmann, Andreas (Hg.): *Videoportale: Broadcast Yourself? Versprechen und Enttäuschung*. Hamburg: Univ. Hamburg, Inst. für Medien und Kommunikation, 2011, S.13-26.



- Bolter, Jay David/Grusin, Richard: *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge: MIT Press, 2000.
- Broeren, Joost: „Digital Attractions: Reloading Early Cinema in Online Video Collections.“ In: Snickars, Pelle/Vonderau, Patrick (Hg.): *The YouTube Reader*. Stockholm: National Library of Sweden, 2009, S.154-165.
- Brügger, Niels: „Web History and Social Media.“ In: Burgess, Jean/Marwick, Alice/Poell, Thomas (Hg.): *The SAGE Handbook of Social Media*. London u.a.: SAGE reference 2008, S.196-212.
- Bühl, Achim: *CyberSociety: Mythos und Realität der Informationsgesellschaft*. Köln: Papy-Rossa Verlag, 1996.
- Burgess, Jean: „All your Chocolate Rain Are Belong to Us?: Viral Video, YouTube and the Dynamics of Participatory Culture.“ In: Lovink, Geert/Niederer, Sabine (Hg.): *Video Vortex Reader: Responses to YouTube*. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2008, S.101-109.
- Burgess, Jean/Green, Joshua: *YouTube: Online Video and Participatory Culture*. Cambridge: Polity Press, 2009a.
- Burgess, Jean/Green, Joshua: „The Entrepreneurial Vlogger: Participatory Culture Beyond the Professional-Amateur Divide.“ In: Snickars, Pelle/Vonderau, Patrick (Hg.): *The YouTube Reader*. Stockholm: National Library of Sweden, 2009b, S.89-107.
- Burgess, Jean/Green, Joshua: *YouTube: Online Video and Participatory Culture*. Cambridge/Medford: Polity Press, 2018.
- Castells, Manuel: *The Rise of the Network Society*. Chichester u.a.: Wiley-Blackwell, 2010 [1996].
- Cha, Meeyoung et al.: „I Tube, You Tube, Everybody Tubes: Analyzing the World’s Largest User Generated Content Video System“. *Conference on Internet Measurement 2007*. <http://conferences.sigcomm.org/imc/2007/papers/imc131.pdf> (23.10.2019).
- Dawkins, Richard: *Das egoistische Gen*. Heidelberg: Springer, 2007 [1976].
- Derrida, Jacques: *Dem Archiv verschrieben: Eine Freud’sche Impression*. Berlin: Brinkmann und Bose, 1997 [1995].
- Elsaesser, Thomas: „Tales of Epiphany and Entropy: Around the Worlds in Eighty Clicks.“ In: Snickars, Pelle/Vonderau, Patrick (Hg.): *The YouTube Reader*. Stockholm: National Library of Sweden, 2009, S.166-186.
- Engell, Lorenz/Vogl, Joseph: „Editorial.“ In: diess. (Hg.): *Mediale Historiographien*. Weimar: Universitäts-Verlag, 2001, S.5-8.

- Engell, Lorenz: „Die genetische Funktion des Historischen in der Geschichte der Bildmedien.“ In: Ders./Vogl, Joseph (Hg.): *Mediale Historiographien*. Weimar: Universitäts-Verlag, 2001, S.33-56.
- Engell, Lorenz: „Das Mondprogramm: Wie das Fernsehen das größte Ereignis aller Zeiten erzeugte und wieder auflöste, um zu seiner Geschichte zu finden.“ In: Lenger, Friedrich/Nünning, Ansgar (Hg.): *Medienereignisse der Moderne*. Darmstadt: Wiss. BG, 2008, S.150-171.
- Engell, Lorenz: „Medientheorien der Medien selbst.“ In: Schröter, Jens (Hg.): *Handbuch Medienwissenschaft*. Stuttgart/Weimar: Metzler, 2014, S.207-213.
- Gehl, Robert. „YouTube as archive: Who will curate this digital Wunderkammer?“ In: *International Journal of Cultural Studies* 12.1 (2009), S.43-60.
- Grainge, Paul (Hg.): *Ephemeral Media: Transitory Culture from Television to YouTube*. London: Palgrave Macmillan, 2011.
- Grossman, Lev: „You – Yes, You – Are TIME’s Person of the Year.“ in: *TIME Magazine U.S.*, 25.12.2006. <http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1570810,00.html> (26.10.2019).
- Gunning, Tom: „The Cinema of Attraction[s]: Early Film, Its Spectator and the Avant-Garde“. In: Strauven, Wanda (Hg.): *The Cinema of Attractions Reloaded*. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2006, S.381-388.
- HDCYT: „Charlie Bit my Finger – Again!“ (2007). [https://www.youtube.com/watch?v=\\_OB1gSz8sSM](https://www.youtube.com/watch?v=_OB1gSz8sSM) (23.10.2019).
- Hickethier, Knut: „Dispositiv Fernsehen. Skizze eines Modells.“ In: *montage/av* 4 (1) 1995, S.63-83.
- Hillrichs, Rainer: *Poetics of Early YouTube. Production, Performance, Success*. Bonn: ULB 2016, online unter: <http://hss.ulb.uni-bonn.de/2016/4407/4407.pdf> (23.20.2019).
- Jawed: „Me at the Zoo.“ (2005). <https://www.youtube.com/watch?v=jNQXAC9IVRw> (23.10.2019).
- Jenkins. Henry: „What Happened before YouTube?“ In: Burgess, Jean/Green, Joshua (Hg.): *YouTube. Online Video and Participatory Culture*. Cambridge: Polity Press, 2009, S.109-125.
- Kavoori, Anandam: *Digital Media Criticism*. New York: Peter Lang, 2010.
- Kessler, Frank/Schäfer, Mirko Tobias: „Navigating YouTube: Constituting a Hybrid Information Management System.“ In: Snickars, Pelle/Vonderau, Patrick (Hg.): *The YouTube Reader*. Stockholm: National Library of Sweden, 2009, S. 275-291.

- Kim, Jin: „The Institutionalization of YouTube: From user-generated content to professionally generated content.“ In: *Media, Culture, and Society* 34 (1), 2012, S.53-67.
- Kirchmann, Kay: „Bildermüll und Wiederverwertung: Eine medientheoretische Perspektive auf Formen und Funktionen des Bilderrecyclings im Found Footage Film.“ In: Koebner, Thomas/Meder, Thomas (Hg.): *Bildtheorie und Film*. München: edition Text + Kritik, 2006, S.497-512.
- Kuhn, Markus: „YouTube als Loopingbahn: lonelygirl15 als Phänomen und Symptom der Erfolgsinitiation von YouTube.“ In: Schumacher, Julia/Stuhlmann, Andreas (Hg.): *Videoportale: Broadcast Yourself? Versprechen und Enttäuschung*. Hamburg: Univ. Hamburg, Inst. für Medien und Kommunikation, 2011, S.119-136.
- Lange, Patricia G.: „(Mis)Conceptions about YouTube.“ In: Lovink, Geert/Niederer, Sabine (Hg.): *Video Vortex Reader: Responses to YouTube*. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2008, S.87-100.
- Lange, Patricia G.: „Videos of Affinity on YouTube.“ In: Snickars, Pelle/Vonderau, Patrick (Hg.): *The YouTube Reader*. Stockholm: National Library of Sweden, 2009, S.70-88.
- Lilkendey, Martin: *100 Jahre Musikvideo: Eine Genregeschichte vom frühen Kino bis YouTube*. Bielefeld: Transcript, 2017.
- lonelygirl15: „First Blog / Dorkiness Prevails“ (2006). <https://www.youtube.com/watch?v=-goXKtd6cPo> (23.10.2019).
- Lovink, Geert/Niederer, Sabine (Hg.): *Video Vortex Reader: Responses to YouTube*. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2008.
- Lovink, Geert: „The Art of Watching Databases: Introduction to the Video Vortex Reader.“ In: ders./Niederer, Sabine (Hg.): *Video Vortex Reader: Responses to YouTube*. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2008, S.9-12.
- Lovink, Geert/Somers Miles, Rachel (Hg.): *Video Vortex Reader II. Images Beyond YouTube*. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2011.
- Lovink, Geert: *Im Bann der Plattformen: Die nächste Runde der Netzkritik*. Bielefeld: Transcript, 2017.
- Luis Fonsi: „Despacito ft. Daddy Yankee“ (2017). <https://www.youtube.com/watch?v=kJQP7kiw5Fk> (28.10.2019).
- madrinking1119: „Leave Britney Alone (Complete)“ (2011). <https://www.youtube.com/watch?v=WqSTXuJeTks> (28.10.2019).
- Marek, Roman: *Understanding YouTube. Über die Faszination eines Mediums*. Bielefeld: Transcript, 2013.

- Mertens, Mathias: *Kaffeekochen für Millionen: Die spektakulärsten Ereignisse im World Wide Web*. Frankfurt/Main: Campus, 2006.
- Miller, Kiri: *Playing Along: Digital Games, YouTube, and Virtual Performance*. New York: Oxford University Press, 2012.
- Nohr, Rolf F.: „Ich bin nackt.‘: Wie Video im Film Unmittelbarkeit erzeugt und Geständnisse provoziert.“ In: Kirchmann, Kay/Ruchatz, Jens (Hg.): *Medienreflexion im Film: Ein Handbuch*. Bielefeld: Transcript, 2014, S.173-186.
- Peters, Kathrin/Seier, Andrea: „Home Dance: Mediacy and Aesthetics of the Self on YouTube.“ In: Snickars, Pelle/Vonderau, Patrick (Hg.): *The YouTube Reader*. Stockholm: National Library of Sweden, 2009, S.187-203.
- Prelinger, Rick: „The Appearance of Archives.“ In: Snickars, Pelle/Vonderau, Patrick (Hg.): *The YouTube Reader*. Stockholm: National Library of Sweden, 2009, S.268-274.
- Reichert, Ramón: *Amateure im Netz. Selbstmanagement und Wissenstechnik im Web 2.0*. Bielefeld: Transcript, 2008.
- Rieder, Bernhard et al.: „From Ranking Algorithms to ‘Ranking Cultures’: Investigating the Modulation of Visibility in YouTube Search Results.“ In: *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* 24 (1), 2018, S.50-68.
- Rizzo, Theresa: „YouTube: The New Cinema of Attractions.“ In: *Journal of Media Arts Culture* 5 (1), 2008. [http://scan.net.au/scan/journal/display.php?journal\\_id=109](http://scan.net.au/scan/journal/display.php?journal_id=109) (23.10.2019).
- Ruchatz, Jens: „Konkurrenzen – Vergleiche: Die diskursive Konstruktion des Felds der Medien.“ In: Schneider, Irmela/Spangenberg, Peter M. (Hg.): *Medienkultur der 50er Jahre: Diskursgeschichte der Medien nach 1945* (Bd. 1). Wiesbaden: VS, 2002, S.138-153.
- Schneider, Irmela/Bartz, Christina/Otto, Isabell: „Einleitung.“ In: Dies. (Hg.): *Medienkultur der 70er Jahre: Diskursgeschichte der Medien nach 1945* (Bd. 3). Wiesbaden: VS, 2004, S.9-17.
- Schneider, Irmela/Bartz, Christina: „Einleitung.“ In: Dies. (Hg.): *Formationen der Mediennutzung I: Medienereignisse*. Bielefeld: Transcript, 2007. S.7-10.
- Schröter, Jens: „Statt einer Einleitung: Versuch zur Differenz zwischen dem Medialen und dem Display.“ In: *Navigationen. Zeitschrift für Medien- und Kulturwissenschaften* 6 (2), 2006, S.7-12.
- Schröter, Jens: „On the Logic of the Digital Archive.“ In: Snickars, Pelle/Vonderau, Patrick (Hg.): *The YouTube Reader*. Stockholm: National Library of Sweden, 2009, S.330-345.

- Schumacher, Julia: „Das Reale am Web 2.0.: Amateurvideoproduktion mit professionellem Selbstanspruch.“ In: dies./Andreas Stuhlmann (Hg.): *Videoportale: Broadcast Yourself? Versprechen und Enttäuschung*. Hamburg: Univ. Hamburg, Inst. für Medien und Kommunikation, 2011, S.153-169.
- Shifman, Limor: „An anatomy of a YouTube meme.“ In: *New Media & Society* 14 (2), 2011, S.187-203.
- Shifman, Limor: *Memes in Digital Culture*. Cambridge: MIT Press, 2014.
- Spielmann, Yvonne: *Video: Das reflexive Medium*. Frankfurt: Suhrkamp, 2005.
- Strangelove, Michael: *Watching YouTube: Extraordinary Videos by Ordinary People*. Toronto: University of Toronto Press, 2010.
- Treske, Andreas: *Video Theory: Online Video Aesthetics or the Afterlife of Video*. Bielefeld: Transcript, 2015.
- Van Dijck, José: „Users like you: Theorizing agency in user-generated content.“ In: *Media, Culture, and Society* 31 (1), 2009, S.41-58.
- Van Dijck, José: „YouTube Beyond Technology and Cultural Form.“ In: Marijcke de Valck/Jan Teuerlings (Hg.): *After the Break: Television Theory Today*. Amsterdam: Amsterdam Univ. Press, 2013, S.147-159.
- Van Dijck, José/Poell, Thomas/De Waal, Martijn: *The Platform Society: Public Values in a Connective World*. New York: Oxford University Press, 2018.
- Vernallis, Carol: *Unruly Media: YouTube, Music Video, and the New Digital Cinema*. Oxford: Oxford University Press, 2013.
- Versionmuseum.com: *Design History of YouTube.com*. <https://www.versionmuseum.com/history-of/youtube-website> (23.10.2019).
- Weber, Nicola Valeska: „Broadcast (Stock-)Footage. Überlegungen zum Archiv-Charakter von YouTube.“ In: Schumacher, Julia/Stuhlmann, Andreas (Hg.): *Videoportale: Broadcast Yourself? Versprechen und Enttäuschung*. Hamburg: Univ. Hamburg, Inst. für Medien und Kommunikation, 2011, S.43-57.
- Williams, Raymond: *Television. Technology and Cultural Form*. Hanover: University Press of New England, 1974.
- YouTube.com: *About*. <https://www.youtube.com/intl/us/about/> (23.10.2019).
- YouTube: „The Making of YouTube.“ (2007). [https://www.youtube.com/watch?v=X2N\\_V2dfS1U](https://www.youtube.com/watch?v=X2N_V2dfS1U) (23.10.2019).
- YouTube: „A Message From Chad and Steve.“ (2006). [https://www.youtube.com/watch?v=QCVxQ\\_3Ejkg](https://www.youtube.com/watch?v=QCVxQ_3Ejkg) (23.10.2019).