

Kaarina Nikunen

YOUTUBE

– kierrätyskultuurin ytimessä

Eräänä torstaiaamuna viime syksynä kuuntelin keskusradiosta kantautuvaa seurakunnan aamunavausta paikallisessa lukiossa. Olin pitämässä media-analyysituntia maahanmuuttajataustaisille oppilaille. Seurakunnan aamunavausta särki luokan tietokoneelta tuleva englanninkielinen puhe. Osa oppilaista kuunteli YouTubesta oppineen muslimin näkemyksiä islamista. YouTuben video toimi vaihtoehtoisena aamunavauksena riitauttaessaan kaiuttimista kuuluvan seurakunnan puheen. Esimerkki kertoo siitä, miten moninaisia mediatekstejä YouTube sisältää ja kuinka eri tavoin, eri konteksteissa YouTubea voi käyttää. YouTube ei sisällä vain muokattua populaariviihdettä tai noloja kömmähdyksiä, vaan myös vakavia puheita ja poliittisia performansseja.

YouTube kertoo monia tarinoita, joista yksi kytkeytyy mediakulttuurin yleisökäytännöissä tapahtuneeseen muutokseen: kulutuksen ja tuotannon rajat hämärtyvät kun yhä useammin kuluttajat tekevät, muokkaavat ja kierrättävät mediatekstejä. Tämä yleisön kasvava rooli tekijöinä on herättänyt niin toiveita mediatuotannon demokratisoitumisesta kuin pelkoja hallitsemattoman median vallasta.

Viime syksynä YouTubesta keskusteltiin Suomessa varsin synkeissä tunnelmissa. Jokelan koulusurmien yhteydessä. Pekka-Eric Auvisen YouTube-videoita kierrätettiin uutisissa ja katseltiin kouluissa, kodeissa ja työpaikoilla. Jokelan tapauksessa keskustelua sävytti huoli nuorten mediankäytöstä. Internet nähtiin keskusteluissa usein uhkaavana paikkana, jossa nuoret kohtaavat arveluttavaa seuraa ja joutuvat alttiiksi väkivaltaisen kulttuurin vaikutuksille. Puheenvuoroissa kuultiin kuitenkin muitakin näkökantoja, kuten se, ettei Internet yksin tuota väkivaltaa. Nuoret osaavat luovia netissä usein vanhempiaan paremmin ja kenties huoli kertoo juuri vanhempien epävarmuudesta uuden mediakulttuurin äärellä.

YouTubesta on puhuttu julkisuudessa varsin kapeasti, lähinnä huolipuheen sävyttämänä. Tämän *Lähikuvan* teemanumeron tavoitteena on paitsi avartaa näkökulmia YouTubesta ja sen moninaisista merkityksistä myös tarjota käsitteitä ilmiön tarkasteluun. YouTubeen

rajautuvaa tutkimusta on tehty melko vähän niin kansallisella kuin kansainväliselläkin tasolla, mutta YouTubeen oleellisesti kytkeytyvästä internetin vertaisverkoista ja Web 2.0:sta sitäkin enemmän. Myös tässä numerossa tarkastellaan vertaisverkkoja ja erityisesti niiden kurittomuutta. Lehden puheenvuorot ovat Tampereen yliopistossa järjestetyn mediakulttuurin kevätseminaarin antia.

Vertaisverkostot herättävät keskustelua paitsi tuottajuuden ja kuluttajuuden hämärtyvistä rajoista myös mediakentän pirstoutumisesta ja hallitsemattomuudesta sekä tekijänoikeuksista. Vertaisverkostot ovat herättäneet huolta siitä, että ne toimivat ikään kuin keskitetyn median ulkopuolella. Huoli siitä, että kaikkien kansalaisten toiminta ei ole valvottavissa, on itsessään oireellinen, kuten Susanna Paasonen osuvasti totesi Tampereen seminaarissa. Vertaisverkon käsite nivoutuu oleellisesti Henry Jenkinsin jo ennen internet-aikakautta lanseeraamaan osallistuvan kulttuurin käsitteeseen (participatory culture) (Jenkins 1992). Osallistuvalla kulttuurilla Jenkins viittaa yleisöjen pyrkimykseen muokata, muunnella, kehitellä ja laajentaa populaareja mediatekstejä. Jenkins on sittemmin kehitellyt käsitettä suhteessa mediateknologian muutokseen ja konvergenssikehitykseen (Jenkins 2006). Jenkins näkee, että mediateknologian kehitys palvelee osallistuvaa kulttuuria – ei päinvastoin. Vertaisverkot ovat tämän osallistuvan kulttuurin kukoistuksen tulosta. Näitä Jenkins kuvaa verkostoina, jotka mahdollistavat uudentyypin alhaalta ylöspäin suuntautuvan vallan. Tämä tapahtuu, kun erilaiset ihmiset kokoavat asiantuntijuutensa yhteen ja selvittävät monimutkaisia ongelmia, joihin heidän omat kykynsä yksin eivät riittäisi. Media tarjoaa mahdollisuuden rakentaa hetkelisiä sosiaalisia yhteisöjä, jotka toimivat vain niin kauan kuin on tarpeen. Esimerkkeinä tällaisista verkostoituneista kulttuureista Jenkins mainitsee YouTubea ja Wikipedian kaltaiset sivustot. Verkostot ovat olemassa vain tietyn aikaa – niin kauan kun ne vastaavat jäsentensä toiveisiin ja tarpeisiin.

Vertaisverkostoja voi tarkastella myös vaihtoehtoisena julkisuuden muotona. Vaihtoehtoinen julkisuus ymmärretään luonteeltaan epäkauppalliseksi ja siinä korostuvat sosiaalinen vastuu tai luova ilmaisu. Chris Attonin (2002) hahmottelemassa vaihtoehtoisesta ja radikaalin median typologiassa oleellista on tuotantoprosessin poikkeavuus valtamediasta ja nojautuminen vapaaehtoiseen amatööri-toimintaan. Jakelu ja tuotanto toimivat kopioinnin ja kierrätyksen periaatteella ja nojautuvat erilaisiin verkostoihin.

Jenkinsin näkemys vertaisverkostoista on varsin optimistinen ja kiinnittää turhan vähän huomiota niihin erilaisiin poliittisiin ja kaupallisiin hallinnan ja sääntelyn mekanismeihin, jotka myös koskevat vertaisverkkoja. Toisin sanoen vertaisverkostot eivät ole hallinnan ulottumattomissa. Niiden kautta hankitaan monenlaista tietoa kulutuskäyttäytymisen jäljittämistä poliittisiin näkemyksiin. Itse asiassa internetin käyttömahdollisuuksien lisääntyminen on merkinnyt myös yksityisten yritysten entistä voimakkaampaa nettiytymistä. Kuten kulttiyleisöjä tutkinut Mark Jancovich (2002) muistuttaa, media tuottaa ne nimenomaiset mekanismit, paikat ja järjestelmät joiden kautta yhteisön on mahdollista rakentua. Jenkinsläisen osallistuvan kulttuurin juhlimisen sijaan voisi pohtia myös aktiivisuuden rajoja ja kaavoja sekä

siihen pakottavia käytänteitä. Missä määrin teknologia tuottaa rajoja ja rutiineja toisteisten toimintamallien muodossa?

Toisaalta internetin vertaisverkoissa on tunnistettavissa fanikulttuureista tuttua kaupallisuuden ja epäkaupallisuuden rinnakkaiseloja. Kaupallisten sivustojen ytimessä kierrätyskulttuuri kukoistaa: mediatekstejä muokataan, lainataan ja kopioidaan. Näin toimitaan yhtä aikaa sekä kaupallisuuden ehdoilla että sitä vastaan.

Verkkokulttuureille on nähty erityisenä juuri erilaisten elementtien yhdistely, jota Mark Deuze käsittelee bricolagen käsitteellä ja hieman saman tapaan Hartley redaktion käsitteellä. Tässä numerossa Mikko Hautakangas pohtii näiden teoretisointien kautta kuinka YouTube yhdistää perinteisen broadcast-kulttuurin ja ruohonjuuritason osallistumisen. Seija Ridell ja Veikko Pietilä puolestaan tarkastelevat millaisia toimintamahdollisuuksia YouTube tarjoaa käyttäjilleen pohtien samalla yleisöyden merkitystä eri toimintamuodoissa. Alfred Schütz in toiminnan teoriaan soveltaen Ridell ja Pietilä hahmottelevat yleisöyden toimintamuotona, joka edistää videotuottajuuden arvostusta ja vastaavasti tuottajuus rakentuu keinona julkisena toimimiselle.

Vertaisverkkoja ja YouTubea luonnehtiva fragmentaarisuus nähdään ongelmaksi, kun huomio kääntyy yhteisössä sisäänpäin, jolloin keskittyyään henkilökohtaisiin mieltymyksiin ja kokemuksiin (ks. Downey & Fenton 2003). Moninaisten verkostojen pelätään nakertavan yhteisen yhteiskunnallisen keskustelupohjan. Näissä huolissa on kaikuja idealistisesta julkisuuskäsityksestä, jossa keskeiseksi nousee rationaalinen keskustelu, ei suinkaan itsen performointi tai viihde. Kuitenkin poliittisuus kietoutuu vertaisverkkoihin ja verkkokulttuuriin moninaisin tavoin. Esimerkiksi Kirsi Pauliina Kallio tarkastelee puheenvuorossaan verkkoroilupelien arkipoliittisuutta. Kallio pohtii fluidin tilan käsitteen kautta sitä, kuinka lapsen arkiympäristöt limittyvät toisiinsa, jolloin lapsen eri konteksteissa, esimerkiksi pelimaailmoissa, saavuttamat kompetenssit siirtyvät muihin arjen konteksteihin.

YouTube rakentaa ja muovaa uudenlaisia katselukäytäntöjä, alakulttuureja ja audiovisuaalisen kerronnan muotoja. YouTube menestystarinat perustuvat usein parodiaan tai niitä leimaa tietty camp-henkisyys. YouTube kohdalla intertekstuaalisuus ja intermediaalisuus näyttäisivät olevan merkittäviä tekstejä määrittäviä elementtejä. Vertaisiin kohdistuva fanius on erityisen sensitiivinen kulttuurisille makuhierarkioille. Sellaisille 'menestystarinoille' kuten Markku from Finland ja Kola-Olli näyttäisi olevan yhteistä intertekstuaalisuus, alakulttuurinen pääoma ja genretietoisuus. Kuten Jenkins osuvasti toteaa, verkostoituneen kulttuurin nuoret tuottajat repivät kulttuurinsa hajalleen ja remiksaavat sen. YouTube tuottaa näin ollen myös uudenlaisia "vertaisjulkikkia" (ks. Hautakangas 2004), joiden julkisuutta leimaa leikittelevä tai reflektiivinen suhde julkiskulttuuriin.

Sarah Thornton (1996, 122) kuvaa klubikulttuuria koskevassa tutkimuksessaan, kuinka valtamedian huomio voi tuhota alakulttuurin tuottamalla sille liian tunnetun, suositun tai kaupallisen leiman. Ilmiö voidaan tulkita toisen kulttitekstin jäljitelmänä, liian tuotettuna, laskelmoituna tai markkinoituna, jolloin se ei saavuta erityisyyden asemaa. Ulkoiset markkinointistrategiat ja media uhkaavat näin ollen

ilmiön kulttistatusta samaan aikaan kun ne auttavat tämän statuksen toteutumista (Hills 2002, 136). Kulttuuriselle statukselle on relevanttia, minkälaisessa mediassa faniuden kohteet ovat esillä. YouTube on tässäkin suhteessa mielenkiintoinen. Se on erikoinen sekoitelma valta- ja alakulttuuria, ja näyttäytyy aina erilaisena käyttäjästä riippuen. Esimerkiksi kahdeksanvuotias tyttärenti etsii YouTubesta erilaisia lasten musiikkivideoita sekä Harry Potter -mukaelmia muiden lasten toteuttamina. Hänelle YouTube merkitsee lastenohjelmien verisointia ja musiikkituokioita.

Yhtenä merkittävänä yhteisönä YouTubessa toimivat koululuokat, jotka tuottavat omia videoita sivustoille: YouTube toimii näin myös mediakasvatuksen alustana kuten tässäkin numerossa Leena Rantalan puheenvuorosta käy ilmi.

YouTuben sisällöt on usein tuotettu lähinnä huviksi, nautinnoksi ja viihteeksi. Väitänkin, että mediatekstien tuunailu ja intertekstuaalisten viittausten tunnistaminen ovat keskeisimpiä YouTuben kaltaisen sivuston tuottamia nautintoja. Toisaalta YouTube sisältää paljon erilaista vakavampihenkistä todistusaineistoa: omaan identiteettiin liittyviä tunnustuksia, poliittisia tekoja ja rajanylityksiä.

YouTube on myös melkoinen audiovisuaalinen arkisto. Se sisältää mainoksia, tv-sarjoja, amatöörivideoita ja jopa historiallisia aineistoja vanhoista televisiosarjoista, jotka ilmentävät nostalgista mediasuhdetta ja kertovat tv-sukupolvesta netin äärellä. Heidi Keinonen pohtii puheenvuorossaan tämän aineiston merkitystä mediahistorian tutkimukselle erityisesti televisiotutkijan näkökulmasta: yhtäältä millaisia aarteita YouTubesta voikaan löytää ja toisaalta kuinka suhteutua tähän sattumanvaraiseen ja fragmentaariseen aineistoon.

YouTube ilmentää populaarin lumovoimaa: se kertoo populaarien kuvastojen voimauttavista hetkistä ja nautinnoista. Tätä korostavat videoiden alle kirjoitettavat kommentit, joissa otetaan kantaa nähtyyn. Samaa aikaan YouTube kertoo myös toisenlaisia tarinoita populaarien mediakuvastojen vallasta. Videotarjonnasta voi löytää rasistisia, vihamielisiä kuvastoja ja kommentointia. Myös sensuurin kieltämä materiaali löytää katsojansa: *The New York Timesin* (28.4. 2008) mukaan YouTubessa oli 11 rasistisesti loukkaavaa Warner Brothersin piirrettyä, joita ei ole näytetty niiden ensiesityksen vuoden 1968 jälkeen. Tyypillisesti tämä aineisto tulee ylläpitäjien tietoon vasta silloin, kun sen on jo joku nähnyt ja katsonut aiheelliseksi tehdä ilmoituksen. Ruohonjuurikulttuuri ei ole vain nokkelaa, edistyksestä ja mukavalla tavalla radikaalia – se on myös matalamielistä ja syrjivää.

YouTube on jatkuvasti muotoutuva paikka, joka muuttuu käyttäjänsä mukaan. Näin ollen se on monimutkainen mediailmiö, joka tarjoaa tutkijalle rikkaan mutta haastavan näkymän verkkomaailmaan. Toivottavasti tämä numero antaa uusia näkökulmia ja käsitteitä ilmiön tarkasteluun. Antoisia hetkiä YouTube-numeron parissa!

11.6. 2008

Junamatkalla Helsingin ja Tampereen välillä

Kaarina Nikunen

Kirjallisuus

Atton, Chris (2002), *Alternative Media*. London: Sage.

Downey, John & Fenton, Natalie (2003), New Media, Counter Publicity and the Public Sphere. *New Media & Society*. 5(2): 185-202.

Hautakangas, Mikko (2004), Juuri oikeanlaista kemiaa – romantiikka ja parisuhdeihanteet vertaismelodraamoissa. Unelmien poikamies ja Escort. Pro gradu -tutkielma, Tampereen yliopisto.

Hills, Matt (2002), *Fan Cultures*. London & New York: Routledge.

Jankovich, Mark (2002), Cult Fictions: cult movies, subcultural capital and the production of cultural distinctions. *Cultural Studies*. 16(2):306-321.

Jenkins, Henry (1992), *Textual Poachers. Television fans and Participatory Culture*. London & New York: Routledge.

Jenkins, Henry (2006), *Convergence Culture: Where old and New Media Collide*. New York: New York University Press.

Jenkins, Henry (2007), From You Tube to You Niversity. *Chronicle of Higher Education*. 53(24):9-10.

Thornton, Sarah (1996), *Club Cultures. Music, Media and Subcultural Capital*. Cambridge: Polity Press.