



de amateur als beeldbepaler

BEELD EN GELUID



Let's YouTube

YouTube is niet het enige online videokanaal, maar is wel verreweg het grootst. Het kanaal staat symbool voor de grootste verschuiving in het moderne medialandschap: iedereen kan mediamaker worden. Hoe dat gebeurt en wat deze professionalisering van de amateur betekent voor het Nederlandse medialandschap, onderzoekt het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid in Let's YouTube: een combinatie van tentoonstelling, masterclasses, debat en events vanaf 7 oktober 2016 tot en met 9 juli 2017. Het is wereldwijd de eerste tentoonstelling met en over YouTube.

Impact van YouTube

Snel een vakantiefilmpje delen met vrienden. Online een vlog posten over de nieuwste make-up. Een ooggetuigenverslag van een demonstrant terwijl de opstand nog gaande is: een wereld zonder online videoplatforms zoals YouTube is niet meer voor te stellen.

Toch bestaat het kanaal pas sinds 2005. Het begon allemaal met een schokkerig filmpje van een van de oprichters in de dierentuin. Inmiddels is YouTube de knulligheid van de hele vroege filmpjes ontgroeid. Content Creators zijn veelal professionele videomakers. Jonge vloggers met een eigen kanaal, zijn de idolen van nu. Ze geven op persoonlijke wijze inkijkjes in dagelijkse belevenissen en leveren commentaar op de wereld van vandaag. Voortdurend is de YouTuber in contact met het eigen publiek dat in de comments en likes van zich laat horen: dezelfde jonge - commercieel interessante- kijkers waar televisiemakers altijd op hopen.

Is YouTube de vervanging van het dagboek, de leraar, de televisie, de entertainer, de journalist? Is 'YouTuber' een nieuw beroep misschien? Wat zijn de consequenties als je alles online kan delen? De dynamiek van dit onderwerp is te groot voor alleen een tentoonstelling. Daarom wisselen tentoonstelling en programmering iedere maand van thema: variërend van games, beauty en muziek tot journalistiek en een blik op de toekomst. Elk thema heeft een ambassadeur: bekende YouTubers en andere mediapersoonlijkheden laten de bezoeker hun eigen online wereld zien. Via challenges in een interactieve game kan de bezoeker zijn kennis testen, terwijl hij in de YouTube Rooms zelf video's kan maken en uploaden, of tips & tricks krijgen.

De Creator

Broadcast Yourself was destijds de slogan van YouTube. En dat is precies wat er gebeurt. Door YouTube is iedereen journalist, verslaggever, reisvlogger. Iedereen is in potentie expert: of het nou op het gebied is van beauty, muziek, games of voeding. Expert ook in het eigen leven: het publiek wordt deelgenoot van ziekbed of flauwe *prank*.

De techniek is daarbij nauwelijks nog een barrière om te filmen, monteren en filmpjes te posten: een smartphone met camera, een webcam met eventueel een microfoontje, een montageprogramma is alles wat je nodig hebt. En internetverbinding uiteraard.

De Kijker

We zenden niet alleen; we kijken ook massaal naar online video. Nederlandse YouTubers trekken al snel honderdduizenden views van voornamelijk jonge kijkers. Jongeren tussen de 13 en 19 jaar besteden 21% van hun kijktijd aan het streamen of downloaden van online video's. Ze halen hun nieuws uit andere bronnen dan televisiekijkers doen. Ze zien ongefilterde ooggetuigenverslagen, waardoor het nieuws van de televisiejournals niet meer automatisch als waarheid wordt omarmd.

Televisie en YouTube

Natuurlijk staat YouTube niet alleen in deze multimediale aardverschuiving. Het kanaal kwam, net als Vimeo of het Nederlandse Dumpert, op het juiste moment. De opkomst van de online kanalen heeft wel gevolgen voor de werkwijze van programmamakers: zowel inhoudelijk als in beeldtaal groeien online en tv steeds meer naar elkaar toe.

Televisiemakers kijken inmiddels goed naar de vorm waarin YouTubers filmpjes maken en hoe en wanneer hun kijkers die filmpjes consumeren. Ze nemen populaire YouTubers graag in hun programma's op en opvallende YouTube-filmpjes worden volop in televisie-uitzendingen gebruikt.

Omgekeerd scholen de YouTubers zich bij in het maken van video. Vloggers zijn meer en meer getrainde professionals, die – onder de hoede van YouTube zelf of multi-channel networks (MCN's) – precies weten welke formats werken en waar hun doelgroep op aanslaat. Sommige YouTubers posten nieuwe vlogs zelfs op vaste momenten zodat hun publiek weer 'ouderwets' lineair verse afleveringen voorgeschoteld krijgt.

Beeld en Geluid: onderzoeken en bewaren

Van de 8- en 16mm filmcollectie met prachtig (amateur)filmmateriaal uit voormalig Nederlands-Indië tot de vroege computergames: het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid kijkt van oudsher al verder dan uitzendingen op radio en televisie. De internetcultuur in de vorm van games en vlogs is inmiddels vanzelfsprekend onderdeel van het medialandschap. De wisselwerking tussen media, mens en technologie wordt alleen maar intensiever de komende jaren. Dat levert online producties op die thuishoren in de collectie van Beeld en

Geluid. En ze passen in de ontwikkeling van Beeld en Geluid van nationaal mediamuseum- en archief.

Praktisch levert dat wel hoofdbrekens op: per minuut komt er wereldwijd 400 uur aan online materiaal op YouTube bij. Het is onmogelijk en onwenselijk om dat allemaal te archiveren. Beeld en Geluid is voorzichtig begonnen met het archiveren van bepaalde video's op YouTube. Die moeten aan strenge selectiecriteria voldoen. Alleen video van een Nederlandse maker of met een Nederlands onderwerp komt in aanmerking. Het is belangrijk dat het sociaal- maatschappelijk relevant webmateriaal is, dat het kwaliteit heeft, populair is of creatief gemaakt. Of het is exemplarisch voor de digitale cultuur. Denk aan de YouTube-video's van zangeres Esmee Denters uit 2006. Die maakten dat ze werd ontdekt door Justin Timberlake. Natuurlijk zijn dat soort voorbeelden inmiddels in het archief te vinden.

Impact van YouTube: online video is business

YouTube lijkt 'slechts' een kanaal, een doorgeefluik van content. Het bedrijf maakt niets zelf. Maar YouTube, als onderdeel van het beursgenoteerde Google, is ook een multinational. Een commercieel bedrijf dat miljoenen spendeert aan innovatie. Het bedrijf zet in op content van zo hoog mogelijke technische kwaliteit: HD- of ultra HD-video, livestreams of 360°-video worden ondersteund. YouTube Creators volgen online cursussen bij de Creator Academy om te kunnen werken met de nieuwste technieken. Wat gaat dat betekenen? Zet YouTube de technische standaard?

En wat is de inhoudelijke invloed van YouTube? YouTube is een factor van betekenis bij discussies over censuur, auteursrecht of ethische kwesties. Wie legt welke ethische grens bij grappige of beledigend bedoelde video's op het kanaal? Welke interactie is er met de klassieke entertainment-industrie? Wie bepaalt eigenlijk dat een beautyvlog over zalmroze blusher moet gaan? En wie verdient uiteindelijk het meeste geld met YouTube?

Wat wordt de rol van multi-channel networks (MCN's)? Ze behartigen de belangen van de populairste vloggers en fungeren als scout van jong YouTube-talent. Wat voor bedrijven zijn dit en wiens belangen zetten zij op de eerste plaats?

Impact van YouTube: online video is cultuur

Nog lang niet alle implicaties van de opkomst van de online videokanalen zijn duidelijk. Aan reflectie en analyse is nog nauwelijks iemand toegekomen. Tegelijkertijd worden gebruikers, makers en onderzoekers geconfronteerd met nieuwe vragen:

Bijvoorbeeld over het belang van de beeldcultuur: wordt beeld leidend? Wat betekent dat voor tekst?

Vragen ook over de definitie van privacy: hoeveel en wat deel je online? Ziekteverloop, persoonlijke ontboezemingen, ruzie met de burens of de baas. Wat zijn de effecten van die verregaande online openheid en wat wil je bereiken?

En wie is inhoudelijk verantwoordelijk voor de online content: hoeveel invloed hebben vloggers nog op het gedrag van hun volgers? Worden *pranks* en stunts geaccepteerd gedrag?



YouTube heeft ook effect op de inrichting van onderwijs en educatie. Welke leraren hebben we nodig als je alles in video uitgelegd kan krijgen?

Hoe groot is de kloof tussen mediawijze gebruikers en zij die dat niet zijn? Niet iedereen kan namelijk inschatten wat de gevolgen zijn van een upload op een openbaar platform. Meninge(n), feiten en halve waarheden buitelen over elkaar heen.

Beeld en Geluid toont met de tentoonstelling Let's YouTube verschillende perspectieven en biedt geen pasklare antwoorden. De inhoudelijke input van de bezoekers en de deelnemers aan de workshops en seminars is daarbij van essentieel belang. Dat maakt Let's YouTube de start van een gezamenlijke zoektocht naar de impact van de online videocultuur.