



Fachtagung Jugendmedienarbeit NRW

5. Mai 2015, Stadtbibliothek Bielefeld

Shoppen, zocken, rocken – Berühmt im Netz

YouTube-Stars, Fankultur und YouNow

Workshop A:

Aufklären, auseinandersetzen, bilden – Handlungsansätze für die Jugendarbeit zu YouTube, YouNow und Co.

Referent: Markus Gerstmann; Moderation/Protokoll: Renate Röllecke

Markus Gerstmann

Medienpädagoge; Bildungsreferent im ServiceBureau Jugendinformation Bremen in den Arbeitsbereichen Medienpädagogik und Jugendinformation; konzipiert und initiiert Workshops, Informationsveranstaltungen sowie Fachtagungen für Jugendliche, Eltern und Fachkräfte

Link zu Zusatzinfos für Vortrag und Workshop:

<http://servicebureau.de/medienpaedagogik/youtube/>

Im Workshop wurden die Themen des Vortrags am Beispiel von YouTube vertieft. Texte zur Thematik des Vortrags hat Markus Gerstmann gemeinsam mit Lars Gräßer in Heft1/2015 von merz (kopaed) veröffentlicht (http://www.merz-zeitschrift.de/?RECORD_ID=6924).

Ein weiterer Text beider Autoren folgt im Dieter Baacke Handbuch 10 „Bewegende Bilder“ (kopaed, erscheint im Sommer 2015).

Viele der genannten Methoden eignen sich auch zur Bearbeitung des Themas YouNow.

Ergebnisse des Workshops

(Markus Gerstmann und Teilnehmende, notiert und ausgeführt von Renate Röllecke, GMK)

Methoden

Bingo zum Thema YouTube

Kurze Fragen zum Thema werden – passend zum Teilnehmerkreis – in ein Blatt mit Kästchen eingetragen (Beispiele: Wer weiß wie alt YouTube ist? Wer kennt einen ausländischen YouTuber mit Namen? Wer weiß wem YouTube gehört? Wer weiß was ein Haul ist? Wer hat mit seinem Kind schon mal gemeinsam einen Film/Clip auf YouTube geschaut? etc.). Die Kopien werden ausgeteilt.

Die TN befragen nun andere TN im Raum. Wer die Antwort weiß, wird mit Namen im entsprechenden Kästchen verzeichnet. Wer zu allen Fragen einen „Experten“ gefunden hat, ruft „Bingo!“. (Je nach Gruppengröße z.B. 8 bis 16 Fragen, möglich ist auch festzulegen, dass kein

TN-Name mehr als zweimal auftauchen soll, um möglichst viel Interaktion zwischen den Teilnehmenden zu ermöglichen). Die Antworten werden dann im Plenum vorgestellt (alle, die eine Antwort auf eine Frage wissen, stehen auf und können dann ggf. antworten).

Selbst Videos drehen (z.B. Tutorials)

Die Kinder und Jugendlichen drehen und kommentieren selbst Tutorials, zum Beispiel Bastel- oder Reparatur-Anleitungen. Hierfür sollte zunächst ein Storyboard entwickelt werden, in dem die einzelnen Arbeitsschritte in Bilder und Kommentare aufgelöst werden. Konzentriert man sich auf das Zeichnen oder auf Detailaufnahmen z.B. der Hände beim Basteln, bestehen kreative Möglichkeiten auch für Kinder oder Jugendliche, die nicht selbst vor der Kamera präsent oder erkennbar sein wollen oder dürfen.

Selbst Videos drehen (z.B. Ironisierung von Hauls und Unboxing Videos)

In klassischen YouTube Hauls präsentieren (meist) Mädchen ihre Shopping-Ausbeute (z.B. Dagi Bee). Unboxing Videos zeigen (meist) Jungen, die die neueste/n technische/n Gadgets/Software zelebriert auspacken, vorstellen und bewerten („Ich pack aus“-Videos). Aus beidem lassen sich mit Jugendlichen gut ironische Clips nachdrehen (z.B. das Auspacken eines Uralt-Handys, einer Gießkanne etc., Shopping-Haul zu „gesundem Frühstück“, Flohmarkt-Haul oder auch (Pseudo-) Luxus-Güter-Haul).

Klassische Videoarbeit adaptieren

Videos drehen, die in Format und Ästhetik an Web-Videos angelehnt sind. Zuvor gilt es, diese gängigen Web-Formate unter die Lupe zu nehmen, Stilmittel und Präsentationsformen herauszufiltern und ein entsprechendes Storyboard zu entwickeln. Die Filme können entweder intern präsentiert werden oder auf einem Channel der Einrichtung (nach Abklärung von Rechten und Möglichkeiten der Einrichtung).

Im Rahmen der Videoarbeit wird ein passender Umgang mit Persönlichkeits- und Urheberrechten vermittelt:

- <http://www.klicksafe.de/service/materialien/broschueren-ratgeber/nicht-alles-was-geht-ist-auch-erlaubt-urheber-und-persoenlichkeitsrechte-im-internet/>
- <http://www.klicksafe.de/service/fuer-lehrende/zusatzmodule-zum-lehrerhandbuch/>

YouTuber von Jugendlichen vorstellen lassen (Recherche)

Die Jugendlichen bekommen die Aufgabe, ihren Lieblings-YouTuber vorzustellen. Sie recherchieren dazu, tragen das Material zusammen und verarbeiten es zu einer Präsentation (einem klassischen Poster oder einer digitalen Präsentation).

YouTube- Klassenhitliste (Votings)

Kinder und Jugendliche stellen Channels/YouTuber vor, die sie gut finden (das kann auch ganz klassisch schriftlich erfolgen, durch ein Poster, auf dem die Clips/Namen aufgeschrieben werden).

Danach erfolgt eine Bewertung. Jedes Kind kann ein, zwei oder drei Punkte einmalig vergeben. Daraus wird die TOP-10-Liste erarbeitet.

Im Anschluss kann ein Gespräch erfolgen, in dem die Kinder die Qualitäten ihrer Stars reflektieren. Weitere Arbeit am Thema kann sich anschließen. Die Methode eignet sich auch für beliebige Clips.

Filme über YouTube Phänomene als Aufhänger nehmen

Z.B. von Maniac:

- Was ist YouTube (<https://www.youtube.com/watch?v=F22anVqciYI>)
- Film FANvirus (<https://www.youtube.com/watch?v=VSITpJE5QDM>)

Kontrastierende Beispiele von YouTubern vergleichen

Z.B. LeFloid vs. Sami Slimani, Daggi Bee vs. Marie Meimberg

Die Jugendlichen recherchieren und untersuchen verschiedene Beispiele und entwickeln eigene Kriterien. Fragestellungen könnten sein: Authentizität, Ansprache, Kommerzialisierung, Genderaspekte und ob man sich vorstellen kann, sich selbst so darzustellen. Weitere Themen können in den Gesprächen entwickelt werden (Kommerz, Professionalität, Öffentlichkeit).

Weitere Methoden und Ansätze, die genannt wurden:

ExpertInnenkonferenz (auch für andere Themen: Computerspiele etc.)

Jugendliche organisieren als Experten/Expertinnen eine Konferenz.

Sei es als internes Projekt einer Klasse, Schule, Jugendeinrichtung oder auch Schul- oder Einrichtungs-übergreifend. Die Kinder und Jugendlichen recherchieren, reflektieren und diskutieren über Qualitäten ihrer Lieblingsmedien.

Servicebureau Bremen:

<http://jugendinfo.de/toleranz/admin/attachviewer.php?typ=Thema&dateiorig=kurztext+expertInnenkonferenz.pdf&dateiverzeichnis=37234&dateiname=cf5fc7662dd76c04c6e6f23a67f8c8db>

My Games

Jugendtagungen zum Thema Computerspiele (Medienzentrum Parabol Nürnberg)

<http://www.jff.de/mygames/>

(Dieter Baacke Preis 2012)

Gamescamp

<http://www.clans.de/gamescamp>

(Dieter Baacke Preis 2013)

Laut! Nürnberg

Beispiel für politische Teilhabe in Form eines Web-Video-Projektes zur vernetzten Jugendpolitik

<http://www.laut-nuernberg.de/>

Mediale Pfade, Berlin

Aktiv-Angebote zu Webvideos

<http://medialepfade.de/medienbildung/web-video/>

medien+bildung.com: Check the Web

<http://medienundbildung.com/check-the-web/projektbeschreibung/>

Digitale Helden, Frankfurt a.M.

<https://www.digitale-helden.de/>

Misheard Lyrics

Zum Thema *falsch verstandene Songzeilen* Videos drehen und präsentieren (z.B. als Projekt zum englischen Hörverständnis)

Überblick Themen des Workshops

- **YouTube Videos prägen zunehmend die Ästhetik** (auch klassischer Filme, Fernsehbeiträge, Werbung)
- Webvideo-Formate sind auch geeignet als **Peer-Education-Medium**
- **Erklärvideos haben Bildungspotenzial**
- Kindern und Jugendlichen **ökonomische/kommerzielle Hintergründe der YouTuber-Szene** vermitteln
- YouTuber als Thema **in der Schule/Jugendgruppen ab 6. Klasse**
- Auch **Ästhetik/Machart/Genreaspekte** vermitteln
- YouTuber als **Produkt**
- Der **durchschnittliche YouTuber** (siehe Infos Servicebureau und merz)
- Kritisch zu betrachtende Beispiele (**Kommerzialisierung und extreme Fankultur**, wie z.B. bei Löwenkind oder darum)
- Viele YouTuber und YouTuberinnen spiegeln und **verstärken gängige Genderstereotype**, das gilt es mit Kindern und Jugendlichen herauszuarbeiten. Als Kontrast: Marie Meimberg: Ichbinawesome.#nichtsichön
(<https://www.youtube.com/watch?v=Ih0weExN4Xc>)