

YouTube als (kultureller) Bildungsraum?!

Inhaltsverzeichnis

I. Postdigitale Jugendkulturen – Potenziale & Schattenseiten

II. YouTube – Plattform und Nutzungsweisen

III. Kulturelle Bildung & Postdigitalität

IV. Kulturelle Bildung auf YouTube – Potenziale und Problematiken

V. YouTube & Schule

VI. Zusammenfassung

VII. Schlussfolgerung für die kulturelle Bildung

Quellen

One Pager

I.

Status Quo:

Intuitiv-natürlicher Umgang mit
“Digitalität”, Implementierung in
Lebensalltag und Adaption in
Praktiken (Cramer 2021)

“Digitale Revolution” ?

Digitale Medien, Technologien,
Algorithmen “funktionieren” nur, wenn
Ansatzpunkte & Schnittstellen mit
menschlichen Subjekten → Objekte (noch)
keine autonom agierenden Instanzen
(Baecker 2019)

Postdigitale Jugendkulturen

“Digitalisierung”

(analog vs. digital)
als Ausgangslage
(prozesshafter Zustand)



Hybridisierung der Lebenswelt

(prozesshafter Zustand B):
Verknüpfung bzw.
Aufhebung analog-digitaler Grenzen
(Cramer 2014; Jörissen et al. 2020)

I.

fluide-flexible

Sichtbarkeit/Inszenierbarkeit
des Selbst

(Reuter et al. 2020)

hybride Lebenswelt

analog-digital

digital-analog

(Jörissen et al. 2020)

pluralisierte, peerorientierte/
communitybasierte **Lebenswelten**

(Cwielor 2013)

Autonomie & (Selbst-)Sozialisation

durch/mit Peer2Peer & mediale

Akteur*innen

(Schmidt 2012/13)

Kooperation & Kollaboration

neue Formen von Zusammenarbeit

mit Bearbeitung/Erschaffung medialer

Inhalte/Strukturen (Wagner & Würfel 2013)

Postdigitale Jugendkulturen

Potenziale

Aufweichen

jugendkultureller

Grenzen

(Jörissen 2020a)

Hashtagaktivismus

als niedrigschwellige,

lebenswelt-/erlebnisorientierte

Partizipationsform (Eisewicht 2019)

I.

Konsumistische (Kultur)Praktiken /
Konsum als Alltagsfokus
als Resultat kommerzialisierter
Lebenswelten
(Keuchel & Riske 2020)

Postdigitale Jugendkulturen Schattenseiten

Homogenisierung der Medienkultur durch
globalisierten Medienmarkt
“geruchsneutrale” Formate, die ohne ethnische
und lokale Bezüge funktionieren
(Fleischer & Seifert 2017)

Algorithmisierte Wirklichkeiten
personalisierte Filterblasen machen
‘anfälliger’ für Manipulationen
(Pariser 2011)

Ökonomie der Aufmerksamkeit
Streben nach Aufmerksamkeit als
Währung kommerzieller Verwertbarkeit
(Frank 1998)

Digitaler Stress und
Verdichtung des Alltags durch
beschleunigte Produktion,
Distribution, Rezeption
(Rosa 2005)
Simultannutzung verschiedener
Devices, Second-Screen/
Multi-Tasking → FOMO
(RSPH 2018)

YouTube

Hard Facts

Top 3 Kanäle in Deutschland:



Haertetest

Unterhaltung

20 Mio. Abonnenten



TERRAFORM VENUS

BEFORE AFTER

Kurzgesagt - In a Nutshell

Wissenschaft

15 Mio. Abonnenten



Kinder Spielzeug Kanal

Unboxing

11 Mio. Abonnenten

- Tochtergesellschaft von Google LLC, Teil von Alphabet Inc.
- Zweitmeistbesuchte Website der Welt
- 2 Mrd. aktive Nutzer*innen
- 500 Stunden neuer Content / Minute
- ca. 20 Mrd. USD Umsatz mit Werbung in 2020
- meistgenutzte Videostreaming-App in Deutschland -> fast 13h/Monat pro Nutzer*in

YouTube in der Lebenswelt von Kindern und Jugendlichen

Wichtige Aspekte bei der YouTube Nutzung von 12- bis 19-Jährigen: (Jebe et al. 2019)

- Unterhaltung/Entspannung/Ablenkung
- witzig/lustig
- neu/zeitgemäß/hip
- originell kreativ
- gut erklärt/erweitert mein Wissen

2020:

- 41% der 6- bis 13- Jährigen nutzen YouTube wöchentlich
- 4% der 6- bis 13-Jährigen laden eigene Videos hoch (bei TikTok 32%)
- 87% der 12- bis 19-Jährigen nutzen YouTube regelmäßig
- 58% der 12- bis 19-Jährigen täglich/mehrmals die Woche (+9% zum Vorjahr)
- Anteil Jugendlicher, die eigene Videos hochladen sinkt (2010 = 7%, 2020 = 3%)
(mpfs 2021; 2020; 2010)

Beliebte Genres 2020:

6- bis 13-Jährige (mpfs 2021)

Lustige Clips

Musikvideos

Videos, in denen YouTuber von ihrem Alltag erzählen

Tiervideos

Sportvideos

Tutorials

Videos zu Themen, die für die Schule relevant sind

Videos zum Thema Mode und Beauty

Let's-Play-Videos

Ausschnitte aus TV-Sendungen

...

→ Humor, Sport und Tiervideos sind für Kinder aller Altersgruppen relevant

→ In den Genres Musik, Mode und Beauty und Tutorials oder Videos für die Schule steigt das Interesse mit zunehmenden Alter

→ Achtung: Genre Grenzen verschwimmen!

Beliebte Genres 2020:

12- bis 19-Jährige (mpfs 2020)

Mädchen:

Musikvideos

Lustige Clips

Videos, in denen YouTuber von ihrem Alltag erzählen

Mode-/Beauty-Videos

Erklärvideos/Tutorials für Schule/Ausbildung ansehen

Wissensformate ansehen

Videos von YouTubern ansehen, über aktuelle Nachrichten

Comedy/lustige Videos von YouTubern

Let's-Play-Videos

...

Jungen:

Musikvideos

Lustige Clips

Let's-Play-Videos

Wissensformate ansehen

Videos von YouTuber ansehen, über aktuelle Nachrichten

Videos, in denen YouTuber von ihrem Alltag erzählen

Comedy/lustige Videos von YouTubern

Sportvideos

Erklärvideos/Tutorials für Schule/Ausbildung

...

Lieblingskanäle 2020:



“Regen im Paradies...🤔 | Familie Claßen” *BibisBeautyPalace*



“Unge REAGIERT auf Memes die Monte in weiblich sind | #ungeklickt” *Ungespielt*



“Wenn Idioten deine Freiheit und Gesundheit gefährden...” *Rezo*



“Helium Challenge mit Wasser Bestrafung | Mit Julia Beauxt & Julien Bam” *Rezo*

12- bis 19-Jährige (mpfs 2020)

- Bibi's Beauty Palace
- Ungespielt
- Montana Black
- Rezo
- Julien Bam
- Paluten
- Gronk
- ...

6- bis 13-Jährige (mpfs 2021)

- Bibi's Beauty Palace
- Julien Bam
- Daggi Bee
- Gronkh
- ...

Viele einstellige Prozentwerte!

YouTube in der Lebenswelt von Kindern und Jugendlichen

Zusammenfassung

- Hohe Bedeutung von audiovisuellen Welten im Alltag
- Sozialer Aspekt: YouTube-Videos werden gemeinsam rezipiert und es erfolgt Begleitkommunikation über Inhalte
→ fördert Verbundenheitsgefühl, regt zum reflektorischen Austausch an
- Deutlich mehr Rezeption als Produktion von Videos
- YouTube erfüllt verschiedene Funktionen/Bedürfnisse
- Diverse und vielfältige Nutzung
- Musikvideos und Lustige Clips sehr beliebt
- Genderspezifische Unterschiede bei Let's-Play-Videos, Mode & Beauty, Wissensformate...

III.

Kultur? (Theurer et al. 2020)

Musik hören, Tanzen, Theater, Sport,
Zocken, YouTube gucken, mit Freund*innen
chillen, sich nebenbei die Welt aneignen
→ sowohl Sammelbegriff von Praktiken als
auch prozessualer Charakter “Kultur machen”

Ansprüche und Ziele (Eickhoff 2019)

Soziale Räume, Safe-Spaces zur Unterstützung
der Persönlichkeitsentwicklung und
Selbstverortung
Neues lernen, interaktive Mitgestaltung von
Welt und Selbstpositionierung, Ausbildung
sozialer, kommunikativer und “kultureller
Kompetenzen” (z.B. Medienbildung)
→ Langfristig Ungleichheiten aufarbeiten und
ausgleichen

Kulturelle Bildung

Bildung? (Jörissen 2020b)

Wechselprozess zwischen Subjekt und
der Welt, Aneignung von Dingen

Kontexte:

formal, non-formal, **informell**: Jugendkultur

„Unsichtbare Bildungsprogramme“

Kompetenzaneignung erfolgt
nebenbei und bedürfnisgeleitet
(Schmidt 2012/2013)

Bedürfnis nach Autonomie,
sozialer Eingebundenheit
und Kompetenzerfahrungen
(Deci & Ryan 2000)

Postdigitalität → neue kulturelle Praktiken

- Interaktive künstlerische Gemeinschaftsproduktionen
- Neuverwertung bestehender künstlerischer Materialien
- Alte Technik in neue Zusammenhänge stellen
- Experimente mit analog-digitalen Schnittstellen
- Modifizieren von Spielregeln
(Keuchel & Riske 2020)

III.



"Sing With Me Challenge" - TikTok
Compilation "It's me"



"Black Lives Matter | TikTok Compilation"
Trendy TikTok



"3 IDIOTEN HABEN DEN LACHFLASH IHRES LEBENS
mit Marvyn & Coopa" Joey's Jungle



"NICHT Lachen mit REZO: Best of Bundestag
AUSRASTER!" Rewinside

- **Interaktive künstlerische Gemeinschaftsproduktionen**
- Neuverwertung bestehender künstlerischer Materialien
- Alte Technik in neue Zusammenhänge stellen
- Experimente mit analog-digitalen Schnittstellen
- Modifizieren von Spielregeln

- Netzwerkstrukturen → **Kooperation & Kollaboration**
- künstlerisch und unterhaltsam, aber auch politisch
→ globale soziale Bewegungen, z.B. Black Lives Matter (2020), Fridays for Future (2018)
- **Solidarisierung und Anteilnahme**
- **Zusammenarbeit** temporär, bedürfnisorientiert und themenbezogen/projekthaft

III.



“Capital Bra – Feuer Parodie (Luksan Wunder cover)” iDemon



“Fresh Dumbledore – Back to the Roots [WiWa Music Video] (HD)” WiWa



“How The 90s VHS Look Works”
Tom Scott



“Youtube Kacke: Saas Klassenfahrt!”
MinerMorsel

- **Reframing** von Technologien, (ästhetischen) Praktiken, Inhalten
- **Aufgreifen und Aneignen**, Neues gestalten bzw. Bestehendes neu interpretieren
- → **Duplizierbarkeit, Skalierbarkeit, Vielfachverwertbarkeit** von medialen Inhalten
- **Spannungsverhältnis**: individuelles Recht am eigenen Bild/Werk/intellektuellem Gedankengut* vs. fluide kreative Praktiken digitaler Kulturen

- Interaktive künstlerische Gemeinschaftsproduktionen
- **Neuverwertung bestehender künstlerischer Materialien**
- **Alte Technik in neue Zusammenhänge stellen**
- Experimente mit analog-digitalen Schnittstellen
- Modifizieren von Spielregeln

***Urheberrechts-Diensteanbietergesetz, §17:**
plattformintegrierter Uploadfilter
→ automatische Prüfung und ggf. Blockierung hochgeladener Inhalte nach Urheberrechtsverletzungen; Parodien und Karikaturen sollen erlaubt bleiben

III.



“tiktok pov boys mafia edition 🖤💫” byFreeak



“ASMR POV: du bekommst eine Professionelle Gesichtsbildung | Kosmetikerin Roleplay”
Dori ASMR



“POKÉMON GO in REAL-LIFE” Julien Bam



“TikTok Girls In Real Life | VSCO Girl, Soft Girl, E-Girl” Brooklyn and Bailey

- **(post-)digitale soziale Netzwerke** → Spielplatz zur Entwicklung von, Experimentierung mit netz-kulturellen Praktiken
- **Enthierarchisierung von Praktiken der Hochkultur**, statt handwerklich-künstlerische Expertise → Verschiebung zu kreativem, dynamischem Umgang mit Softwares, Apps und Alltags-Ästhetiken in hybrider Lebenswelt

- Interaktive künstlerische Gemeinschaftsproduktionen
- Neuverwertung bestehender künstlerischer Materialien
- Alte Technik in neue Zusammenhänge stellen
- **Experimente mit analog-digitalen Schnittstellen**
- Modifizieren von Spielregeln

III.

„Der Kunstbegriff ist eigentlich vollkommen aufgebrochen. Wenn man sich die zeitgenössische Kunst anschaut, geht es ja gar nicht mehr ums Handwerk. Es geht um das Konzept und die Idee, die dahintersteckt und nicht mit welchem Werkzeug das jetzt erzeugt wurde.“ (Andreas Fischer)

(Keuchel & Riske 2020, 85)

“...nicht Exaktheit oder Qualität des Tanzens ist wichtig sondern darauf, sich auf für andere möglichst wiedererkennbare, anschlussfähige Weise zu aktueller Musik zu bewegen. Oft sind die Bewegungen leicht erlernbar. Es geht um die authentische Performance, nicht um Perfektion.”

(Jörissen 2020a)

- Interaktive künstlerische Gemeinschaftsproduktionen
- Neuverwertung bestehender künstlerischer Materialien
- Alte Technik in neue Zusammenhänge stellen
- Experimente mit analog-digitalen Schnittstellen
- **Modifizieren von Spielregeln**

aber: eher Rezeption statt Produktion
→ Professionalisierung und “pädagogische Vereinnahmung” von sozialen Netzwerken
→ Einbüßen der Niedrigschwelligkeit und subjektiv erlebter “Autonomieverlust”

IV.

“YouTube ist **Leitmedium und digitaler Kulturort** von Jugendlichen”

(Jebe et al. 2019, 7)

- Hohes Anregungspotential
- YouTube Videos...
 - wecken Neugierde
 - begeistern
 - motivieren
 - unterstützen bestehende Interessen
- Gezeigtes ist leicht umsetzbar
→ DIY
- Archivcharakter

→ **Unabhängigkeit und Selbstständigkeit** in der Nutzung
→ **Inhalte und Trends anderer** Plattformen werden aufgegriffen
→ ermöglicht **Perspektivwechsel-/übernahme**

Kulturelle Bildung ... auf YouTube? Potenziale

Computerspiele

Fotografie,
Videografie

Musik

Tanzen

Mode & Beauty

Sport

Entspannung

DIY

IV.



“In 7 Tagen eine neue Sprache lernen. Geht das? - Experiment” Lisa Sophie Laurent



“DIY - So mache ich meine Haare Zuhause rosa! ❤️ + Ich lerne eine neue Sprache! 🇹🇷” DominoKati



“Gemüse und Kräuter auf dem Balkon anbauen, Tipps vom Gemüse-Gärtner - Balkongemüse, urban gardening” SelfBio



“Basketballkorb selber bauen (mit Feder) | Kliemannsland Allstars” Kliemannsland



“Einfache schwarz/weiß Prints und Bilder selber malen - erschwingliche DIY Kunst / Wall Art” Linda Seel



“Gitarre lernen für Anfänger - Shape of you - sehr einfach!!” Gitarre Lernen (werdemusiker.de)

Kulturelle Bildung ... auf YouTube?

Problematiken

„Also [...] man [kann] ziemlich schnell süchtig werden [...], weil wenn man halt zum Beispiel bei YouTube ein Video anschaut, wird halt gleich ein neues angezeigt.“

Jugendliche, 14 Jahre

(Brüggen et al. 2021, 24)

- privatwirtschaftliches Unternehmen, werbefinanziert
- Kommerz und Materialismus ist weit verbreitet, Werbung überall
- 96/100 Top Kanälen sind Unterhaltung, Vorherrschaft von Influencer*innen und Agenturen
- Tradierte Geschlechterrollen vorherrschend
(Frühbrodt & Loren 2019)
- Verfestigung von Interessen bei fehlenden Bildungsimpulsen
- Algorithmisch personalisiertes Angebot und Werbung
(bereitet Unbehagen)
(Jebe et al. 2019; Keuchel & Riske 2020)

IV.



“HOW TO Find Your AESTHETIC! Tips for becoming an influencer!” Kelsey Simone

„Die große Mehrheit der Kanäle ist inhaltlich von anspruchsloser, oft sogar platter und stark emotionalisierter Unterhaltung geprägt und von Produktwerbung durchzogen.“

(Frühbrodt & Loren 2019, 8)



“Chanel Unboxing I Meine erste Chanel Tasche & Spartipps” jamina1404



“so viel GELD kann man in 1 TAG mit GAMING verdienen...! 🤖👤” Kyle Hoss Vlogs



“Reich schwanger VS pleite schwanger | Verrückte Schwangerschaftsmomente mit Reich vs Arm von RATATA” RATATA German



“Mein plastikfreier DM Haul” Charlotte Schüler

IV.

funk (funk 2020)

- “Content-Netzwerk” des ÖRR
- “Online-Only”, plattformübergreifend →
- “werbeunfreundliche Themen” auf kommerzialisierten Plattformen
- “Talentförderung” von Influencer*innen

“funk ist überall”

diejenigen ansprechen, „die über klassische Wege nicht zu erreichen sind, insbesondere jüngere Nutzer“ (funk 2020)

Kulturauftrag (ÖRR)

- Kritisch-reflexive Meinungsbildung, inter- und transkulturelle Bildung, Sensibilisierung für gesellschaftl. polit. Themen
- durch persönliche Storys und diskursiv begleitete Informationen, aber auch: lustige Unterhaltungsformate, Satire, TalkShows (insg. 70 Formate auf YT)

Ziele:

- Relevanz im Lebensalltag der Zielgruppe (14-29J.)
→ nachhaltige Bindung an ÖRR
- “flexibel und innovativ auf die sich ständig wandelnde Medienwelt reagieren” (funk 2020)
und wettbewerbsfähig sein
→ bald zu finden auf ÖRR-Streamingplattform?

Kulturelle Bildung ... auf YouTube?

bsp:



IV.

Meist-abonnierte funk-Kanäle auf YouTube:

1.	Leeroy will's wissen!:	1.650.000
2.	Mr.Wissen2Go:	1.520.000
3.	coldmirror:	1.400.000
4.	Dinge Erklärt – Kurzgesagt:	1.380.000
5.	Mailab:	1.320.000
6.	World Wide Wohnzimmer:	1.300.000
7.	Phil Laude:	1.030.000
8.	LiDiRo:	1.020.000
9.	Y-Kollektiv:	930.000
10.	Simplicissmus:	910.000

→ 6/10 Wissenformate, 4/10 Unterhaltung

→ beachten: Abonnement ungleich Aufrufzahlen,

da nicht jede Person die YouTube nutzt,
einen eigenen Account hat; YouTube-Nutzung
auch ohne Account möglich → somit können einzelne
Videos der jeweiligen Formate beliebter sein als
durch Abo-Zahl des Format-Kanals ersichtlich

Aufrufzahlen aller funk-Kanäle auf YouTube sprechen für sich:

3,9 Mrd. Aufrufe (2016–2020)

2020: je Quartal bis zu 400 Mio. Aufrufe

Kulturelle Bildung ... auf YouTube?

bsp:



...ja, und das erfolgreich!

IV.

Auswahl an Funk-Formaten auf YouTube: vielfältig, lebenswelt- und nischenorientiert



“7 kritische Fragen zur Impfung”
maLab, 1,32Mio. Abos



“Kurdo über Kindheit, Krieg und neue Heimat”
Germania



“Erkennst DU den Song? (mit Felix Lobrecht)”
WorldWideWohnzimmer



“Wenn Migranten-Kids das sagen was Deutsche Sagen”
datteltäter



“Bis in die Unendlichkeit? - DRUCK Fatou - Folge 10”
DRUCK - Die Serie



“Zu arm für die Klassenfahrt? So ist Schule mit Hartz 4!” auf klo

v.

YouTube & Schule



"Vektoren (Mathe-Song)"
DorFuchs

"DorFuchs [eröffnet] fernab von instruktionalen mathematischen Lern- bzw. Erklärvideos einen kreativ-künstlerischer Zugang zur Mathematik" (Bednorz & Bruhn 2021, 16)

- Veränderungen der Lerngewohnheiten von Jugendlichen
- Hohe Bedeutung für den Bildungsbereich (Jebe et al. 2019)
- 65% (+10% zum Vorjahr) der Jugendlichen nutzen Videos bei YouTube, um sich zu informieren
- 21% (+3% zum Vorjahr) schauen regelmäßig Erklärvideos für Schule oder Ausbildung (mpfs 2020)
- 'erfolgreiche' (Mathe-)Lernvideos sind ästhetisch-kreativ, tech-nisch aufwändig produziert oder sprachlich nahbar (Bednorz & Bruhn 2021)

Empfehlungen (Jebe et al. 2019)

- Eigene Formate entwickeln und in Fort- und Weiterbildung implementieren
- Hilfestellung bei Erstellen von Videos leisten
- Raum für kritische Auseinandersetzung schaffen
- Bildungswelten stärker verschränken -> YouTube als Ergänzung, nicht als Konkurrenz

Vor- und Nachteile aus Schüler*innensicht

„Es wird mir bildlich etwas vorgeführt und erklärt. Durch das Ansehen wird es leichter, es zu verstehen.“

Schüler, 13 Jahre

„Man kann sich das solange angucken, bis man es verstanden hat.“

Schülerin, 17 Jahre

„Bei Lehrern kann man nachhaken, wenn man was nicht verstanden hat.“

Schülerin, 12 Jahre

„Mit Schülern was besprechen, in der Gruppe arbeiten, etwas nochmal erklären, wiederholen.“

Schüler, 13 Jahre

(Jebe et al. 2019, 29-31)

YouTube & Schule



„Kunstunterricht in Zeiten von Corona | Wassily Kandinsky | Teil 1“
Mrs Skittles

VI.

- Zusammenhang zwischen emanzipierten Umgang mit digitalen Medien und künstlerisch-kreativ gestaltenden Umgang mit digitalen Medien (Keuchel & Riske 2020)

...und auf YouTube?

- YouTube besitzt vielfältiges Bildungspotenzial
- Digitales ist tief in ästhetische Praktiken gegenwärtiger Jugendkultur eingebettet
- individualisierte Mangel an künstlerisch-kreativer Praxis; hat auf YouTube abgenommen
- Digitale Medien tragen nicht automatisch zur Chancengleichheit bei
- Unbehagen der jungen Menschen vor Verhaltensbeeinflussung

Ausblick:

Im Juli 2021 ist YouTube Shorts in Deutschland gestartet. Die durch TikTok inspirierte mobile only Kurzvideoplattform könnte zu mehr produktiver Nutzung führen.

Zusammenfassung

→ “Youtube ist...

... zugleich Ausdruck und Motor der Veränderungen in den heutigen Jugendkulturen.”

(Jörissen 2019, 42)

Schlussfolgerung für Kulturelle Bildung

→ Leitfragen:

Wer partizipiert, wer nutzt die Plattform wie? Wer wird ausgeschlossen, wer wird erreicht, welche Barrieren bestehen, was kann kulturelle Bildung tun, um sie aufzuheben? Wer erzählt welche Narrative aus welchen Perspektiven?

- “Digitalisierung” ist Aufgabe kultureller Bildungsarbeit und zugleich Gegenstand (Jebe et al. 2019)
- Orientierung an hybriden, dynamischen Lebenswelten und Förderung von digital-analogen kreativen Praktiken (Keuchel & Riske 2020)
- Perspektivwechsel: Jugendliche sind selbst Expert*innen ihrer Lebenswelt (Schmidt 2012/2013)
→ Peer2Peer Education, Pädagog*innen werden zu Begleiter*innen
- partizipative, diskriminierungsfreie Räume (safe spaces) für Identitätsarbeit, Vernetzung, positive Kompetenzerfahrungen schaffen
→ kritischer Diskurs über datengetriebene Plattformen und Regulation dieser (Keuchel & Riske 2020)
- Akteur*innen kultureller Bildung tragen Verantwortung für gesamtgesellschaftliche kulturelle Teilhabe
→ kulturell-kreative Kompetenzen und kritisch-reflektive Haltung stärken!
→ Medienbildung (Keuchel & Riske 2020)

Literatur

- Baecker, D. (2019) Intelligenz, künstlich und komplex. Merve-Verlag, Leipzig.
- Bednorz, D. & Bruhn, S. (2021). Mehr als nur erklären: Eine Bestandsanalyse des Angebots an mathematischen YouTube-Videos. GDM-Mitteilungen – Digitales Lehren und Lernen(110).
- Brüggem, N., Gebel, C., Stecher, S., Bamberger, A. & Cousseran, L. (2021) „Ältermachen ist immer die Faustregel.“: Online-Angebote, Datenauswertung und personalisierte Werbung aus Sicht von Jugendlichen Ausgewählte Ergebnisse der Monitoring-StudieDate (ACT ON! Short Report Nr. 8). JFF – Institut für Medienpädagogik.
- Cramer, F. (2014) What Is 'Post-Digital'? In: A Peer-Reviewed Journal About. Band 3, Nr. 1, 1. Juni 2014.
- Cramer, F., Jandrić P. (31.03.2021) Postdigital: A Term That Sucks but Is Useful. In: Postdigital Science and Education.
- Cwielor, I. (2013) Sprudeln im Hypermodus. In Dieter-Baacke-Preis Handbuch 7. (S.35-41). kopaed. München.
- Deci, E. & Ryan R. (2000) Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. In American Psychologist 55/1 (S.68-78). <http://doi.apa.org/getdoi.cfm?doi=10.1037/0003-066X.55.1.68>.
- Eickhoff, M. (2019) Kulturskripte neu schreiben: Digitalität und Kulturelle Bildung. <https://www.kubi-online.de/artikel/kulturskripte-neu-schreiben-digitalitaet-kulturelle-bildung>.
- Eisewicht, P. (2019) Zwischen Straßenbarrikade und Hashtagaktivismus. Zum Wandel des Engagements Jugendlicher in der modernen Gesellschaft. In Thema Jugend 2/2019 (S. 6-8).
- Frank, G. (1998) Ökonomie der Aufmerksamkeit. Ein Entwurf. Hanser. München
- Fleischer, S. & Seifert, R. (2017) Die Ästhetik von Kinder- und Jugendmedien in einem globalisierten Medienmarkt. In S. Schinkel & I. Herrmann (Hrsg.), Edition Kulturwissenschaft: Bd. 100. Ästhetiken in Kindheit und Jugend: Sozialisation im Spannungsfeld von Kreativität, Konsum und Distinktion (S. 219-236). Transcript Verlag.
- Frühbrodt, L. & Floren, A. (2019) Unboxing YouTube: Im Netzwerk der Profis und Profiteure (OBS-Arbeitsheft Nr. 98). Frankfurt am Main. Otto Brenner Stiftung.
- funk. (2020) funk Bericht 2020, <https://presse.funk.net/pressemeldung/funk-bericht-2020/>.
- Jebe, F., Konietzko, S., Lichtschlag, M. & Liebau, E. (2019) JUGEND / YOUTUBE / KULTURELLE BILDUNG Horizont 2019: Repräsentative Umfrage unter 12- bis 19-Jährigen zur Nutzung kultureller Bildungsangebote an digitalen Kulturräumen. Essen. Rat für kulturelle Bildung e.V.
- Jörissen, B. (2019) Eine Position. In JUGEND / YOUTUBE / KULTURELLE BILDUNG Horizont 2019: Repräsentative Umfrage unter 12- bis 19-Jährigen zur Nutzung kultureller Bildungsangebote an digitalen Kulturräumen (S. 41-47). Essen: Rat für kulturelle Bildung e.V.
- Jörissen, B. (2020a) Raus aus der Nerd-Ecke: Interview mit Benjamin Jörissen. Rat für kulturelle Bildung e.V. <https://www.rat-kulturelle-bildung.de/newsroom/aktuelles/artikel/detail/raus-aus-der-nerd-ecke-interview-mit-benjamin-joerissen>.
- Jörissen, B. (2020b) (Post-)Digitale kulturelle Jugendwelten: nicht alles neu, aber alles anders. In Auf den Punkt II/III Kulturraum Kindheit und Jugend. Handreichung. Rat für kulturelle Bildung (S. 72-73).

Literatur

- Jörissen, B., Schröder, M. K. & Carnap, A. (2020) Post-digitale Jugendkultur: Kernergebnisse einer qualitativen Studie zu Transformation ästhetischer und künstlerischer Praktiken. In S. Timm, J. Costa, C. Kühn & A. Scheunpflug (Hg.), Kulturelle Bildung: Theoretische Perspektiven, methodologische Herausforderungen, empirische Befunde (S. 61-78). Waxmann.
- Keuchel, S. (2020) Kulturelle Bildung als Alternative zur Kommerzialisierung im postdigitalen Zeitalter? Jugendliche Lebenswelten im analog-digitalen kulturellen Wandel. Kulturelle Bildung Online. Vorab-Onlinepublikation. <https://doi.org/10.25529/92552.561>.
- Keuchel, S. & Riske, S. (2020) Postdigitale kulturelle Jugendwelten: Zentrale Ergebnisse der quantitativen Erhebung. In S. Timm, J. Costa, C. Kühn & A. Scheunpflug (Hg.), Kulturelle Bildung: Theoretische Perspektiven, methodologische Herausforderungen, empirische Befunde (S. 79-96). Waxmann. 96
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs). (2020) JIM-Studie 2020: Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger. Stuttgart. LFK, LMK, SWR.
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs). (2010) JIM 2010 - Jugend, Information, (Multi-)Media: Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Stuttgart. LFK; LMK.
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs). (2021) KIM-Studie 2020: Kindheit, Internet, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger in Deutschland. Stuttgart. LFK, LMK, SWR.
- Pariser, E. (2011) The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You. Penguin Press.
- Reuter, O.; Stein, R.; Wolz, S. & Wilkeneit, T. (2020) Ästhetische Bildungsprozesse von Jugendlichen in sozial schwierigen Konstellationen. In S. Timm, J. Costa, C. Kühn & A. Scheunpflug (Hg.), Kulturelle Bildung: Theoretische Perspektiven, methodologische Herausforderungen, empirische Befunde (S. 247). Waxmann. 96.
- Rosa, H. (2005) Beschleunigung – die Veränderungen der Zeitstrukturen in der Moderne, Aufl. 11 (2016); Frankfurt a. M.: Suhrkamp Verlag.
- Royal Society for Public Health (RSPH). (2018) #StatusOfMindSocial – media and young people's mental health and wellbeing. www.rsph.org.uk/our-work/campaigns/status-of-mind.html.
- Schmidt, C. (2012/2013) Jugendkulturelle Szenen und Kulturelle Bildung. <https://www.kubi-online.de/artikel/jugendkulturelle-szenen-kulturelle-bildung>.
- Theurer, C., Löwenberger, K., Berner, N. & Lipowsky, F. (2020) Wer, wie, was? Wieso, weshalb, warum? Kulturelle Bildung im Jugendalter. Ergebnisse aus dem KuBiJu-Projekt. In S. Timm, J. Costa, C. Kühn & A. Scheunpflug (Hg.), Kulturelle Bildung: Theoretische Perspektiven, methodologische Herausforderungen, empirische Befunde (S. 25-44). Waxmann.
- Wagner, U. / Würfel, M. (2013): Gesellschaftliche Handlungsfähigkeit in mediatisierten Räumen. In A. Hartung, A. Lauber, W. Reißmann (Hg.), Das handelnde Subjekt und die Medienpädagogik (S. 159-167). München.

YouTube-Quellen

- auf klo (10.12.2020): “Zu arm für die Klassenfahrt? So ist Schule mit Hartz 4! 😞💰 | Auf Klo”, <https://youtu.be/SIXYxPXCmZA>.
- BibisBeautyPalace (16.05.2021): “Regen im Paradies .. ☹️ | Familie Claßen”, <https://youtu.be/gky2JCf-PHK>.
- Brooklyn and Bailey (11.09.2019): TikTok Girls In Real Life | VSCO Girl, Soft Girl, E-Girl, <https://www.youtube.com/watch?v=EijzBXOAjme>.
- ByFreeak (26.11.2021): [tiktok pov boys mafia edition 🧟💫 // by freeak] byFreeak, <https://www.youtube.com/watch?v=HI6fZGk0uX4>.
- Charlotte Schüler (16.03.2020): Mein plastikfreier DM Haul, <https://www.youtube.com/watch?v=jBLZfAK4g3g>.
- datteltäter (14.02.2021): “Wenn Migranten-Kids das sagen was Deutsche Sagen”, <https://www.youtube.com/watch?v=mVPGU00PBwM>.
- DominoKati (26.06.2021): DIY – So mache ich meine Haare Zuhause rosa! ❤️ + Ich lerne eine neue Sprache! 🇹🇷; <https://youtu.be/cLP0Je01Zmo>.
- DorFuchs (10.04.2013): Vektoren (Mathe-Song), <https://www.youtube.com/watch?v=TzaYsyNvvZA>.
- Dori ASMR (27.05.2021): “ASMR POV: du bekommst eine Professionelle Gesichtsbildung | Kosmetikerin Roleplay”, <https://www.youtube.com/watch?v=0kkX-kxM8JM>.
- DRUCK – Die Serie (03.2021): “Bis in die Unendlichkeit? – DRUCK Fatou – Folge 10”, https://youtu.be/db_iHVNyE8I.
- Germania (13.02.2019): “Kurdo über Kindheit, Krieg und neue Heimat”, <https://www.youtube.com/watch?v=Aswgj0zUxS0>.
- Gitarre Lernen (werdemusiker.de) (06.12.2016): “Gitarre lernen für Anfänger – Shape of you – sehr einfach!!”, https://youtu.be/5TtgaSgF_44.
- HaerteTest (09.07.2021): Experiment Car vs Jelly, Coca Cola, Pepsi, Water Balloons | Crushing Crunchy & Soft Things by Car; <https://youtu.be/0o2Sjt402Wg>.
- iDemon (28.02.2019): “Capital Bra – Feuer Parodie (Luksan Wunder cover)”, <https://youtu.be/vHbv7pBYgWM>.
- It’s me (11.07.2020): “Sing With Me Challenge 🎵 – Tiktok Compilation”, <https://www.youtube.com/watch?v=2iGht1F6Gps>.
- jaminal404 (12.08.2018): “Chanel Unboxing I Meine erste Chanel Tasche & Spartipps”, <https://youtu.be/Wrf86cxcp6E>.
- Joey’s Jungle (15.03.2020): “3 IDIOTEN HABEN DEN LACHFLASH IHRES LEBENS mit Marvyn & Coopa”, <https://www.youtube.com/watch?v=G68h01FG9aE>.
- Julien Bam (16.07.2016): “POKÉMON GO in REAL-LIFE | Julien Bam”, <https://www.youtube.com/watch?v=ILYUkmwtA3A>.
- Kelsey Simone (13.07.2018): HOW TO Find Your AESTHETIC! Tips for becoming an influencer!, <https://www.youtube.com/watch?v=IVNUGRqvbj4>.

YouTube-Quellen

- Kinder Spielzeug Kanal (08.06.2021): Kinder spielen mit Spielzeugfahrzeugen und lernen zu teilen; https://youtu.be/mU8hSo6J_8E.
- Kliemannsland (16.05.2021): Basketballkorb selber bauen (mit Feder) | Kliemannsland Allstars, <https://youtu.be/38bmVXMKxbM>.
- Kurzgesagt – In a Nutshell (06.07.2021): How To Terraform Venus (Quickly); <https://youtu.be/G-W0-z-OuWI>.
- Kyle Hoss Vlogs (26.01.2021): so viel GELD kann man in 1 TAG mit GAMING verdienen..! 🙄👤, <https://www.youtube.com/watch?v=f3ZRHZ5gB0I>.
- Lisa Sophie Laurent (21.05.2018): In 7 Tagen eine neue Sprache lernen. Geht das? – Experiment, <https://youtu.be/9VVB6mmHlxI>.
- Linda Seel (15.09.2020): Einfache schwarz/weiß Prints und Bilder selber malen – erschwingliche DIY Kunst / Wall Art, https://www.youtube.com/watch?v=Jgb00gy_WSM&t=388s.
- mailab (11.02.2021): “7 kritische Fragen zur Impfung“, https://www.youtube.com/watch?v=a_NpJU12_LA
- MinerMorsel (20.04.2019): “Youtube Kacke: Saas Klassenfahrt!“, <https://www.youtube.com/watch?v=qVRCqaV2UbM>.
- Mrs Skittles (02.12.2020): “Kunstunterricht in Zeiten von Corona | Wassily Kandinsky | Teil 1“, <https://www.youtube.com/watch?v=hRk1vJ6kEAY>.
- RATATA German (16.06.2021): Reich schwanger VS pleite schwanger | Verrückte Schwangerschaftsmomente mit Reich vs Arm von RATATA, <https://youtu.be/E-WgrDACKXY>.
- Rewinside (18.03.2021): “NICHT Lachen mit REZO: Best of Bundestag AUSRASTER!“, <https://www.youtube.com/watch?v=XS6lkvTxE9g>.
- Rezo ja lol ey (25.04.2021): “Helium Challenge mit Wasser Bestrafung | Mit Julia Beauxt & Julien Bam“, <https://youtu.be/Kz77MKrhIkM>.
- Rezo ja lol ey (22.11.2020): “Wenn Idioten deine Freiheit und Gesundheit gefährden...“, <https://youtu.be/eoxxh2qNZj4>.
- SelfBio (24.05.2020): Gemüse und Kräuter auf dem Balkon anbauen, Tipps vom Gemüse-Gärtner – Balkongemüse, urban gardening, <https://youtu.be/3mMXfphD4eE>.
- Tom Scott (23.07.2018): How The 90s VHS Look Works, <https://www.youtube.com/watch?v=h6Rbe.com/watch?v=0UUn-3AbuGc>.
- Ungespielt (21.05.2021): “Unge REAGIERT auf Memes die Monte in weiblich sind | #ungeklickt“, <https://youtu.be/ZWT00xgnzOI>.
- Trendy TikTok (06.06.2020): “Black Lives Matter | TikTok Compilation“, <https://www.youtube.com/watch?v=ZWT00xgnzOI>.
- WiWa (02.09.2017): “Fresh Dumbledore – Back to the Roots [WiWa Music Video] (HD)“, <https://www.youtube.com/watch?v=YHFd1GsWsqA>.
- WorldWideWohnzimmer (03.12.2019): “Erkennst DU den Song? (mit Felix Lobrecht)“, <https://www.youtube.com/watch?v=6FfLj8kysh4>.

Internetquellen

- Alexa Internet Inc. (o. D.). *Alexa - Top sites*. Alexa. Abgerufen am 13. Juli 2021, von <https://www.alexa.com/topsites>.
- YouTube. (o. D.). *YouTube Official Blog*. Blog.Youtube. Abgerufen am 13. Juli 2021, von <https://blog.youtube/>.
- Statista. (2021, 8. Februar). *Umsatz von YouTube mit Werbung bis 2020*.
<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1093265/umfrage/werbeumsatz-von-youtube/>.
- App Annie. (2021). *State of Mobile 2021*. <https://www.appannie.com/en/go/state-of-mobile-2021/>.
- Web Achieve. (2021, 9. Juli). *Top 100 YouTube Channels in Germany - Socialblade YouTube Stats | YouTube Statistics*.
Internet Achirve. Abgerufen am 13. Juli 2021, von
<https://web.archive.org/web/20210709124244/https://socialblade.com/youtube/top/country/de/mostsubscribed>.
- Jennissen, T. (2021, 20. Mai). *Urheberrechtsreform: Uploadfilter werden Gesetz*. Netzpolitik.org.
<https://netzpolitik.org/2021/urheberrechtsreform-uploadfilter-werden-gesetz/>.
- Tagesschau (21.06.21) *ARD und ZDF verknüpfen Mediatheken*. <https://www.tagesschau.de/inland/ard-zdf-mediathek-101.html>.
- YouTube (14.07.2021), youtube.com.
- YouTube-Deutschland-Team (12.07.2021) *YouTube Shorts kommt nach Deutschland*.
<https://blog.youtube/intl/de-de/news-and-events/youtube-shorts-kommt-nach-deutschland/>.
- Stieding, S., Shalavi, G. (06 2021): *Was der YouTube Culture & Trends Report über die Zukunft von Online-Video verrät*.
<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/de-de/insights/verbrauchertrends/zukunft-video-trends-auf-youtube/>

Postdigitale Jugendkulturen

- beschleunigte, kommerzialisierte, algorithmisierte Lebenswelt
- communitybasiert, peerorientiert
- wertpluralismus
- hybride Lebenswelt digital-analog

Nutzung - Kinder & Jugendl.

- zweitmeistbesuchte Website der Welt
- 87% der 12- bis 19-Jährigen nutzen YT regelmäßig; 58% täglich/mehrmals die Woche
- 41% der 6- bis 13- Jährigen wöchentlich

Postdigitale kult. Bildung

- Modifizieren von Spielregeln
- digital-analog kreativ-kulturelle Praktiken: nichts neues und trotzdem alles anders
- Niedrigschwelligkeit und partizipative Chancen
→ aber: Kluft zwischen Potentialen und tatsächlicher Umsetzung

Kulturelle Bildung auf YouTube

- Hohes Anregungspotential
- Gezeigtes ist leicht umsetzbar
- Archivcharakter der Plattform

Aber:

- Kommerz und Materialismus vorherrschend
- werbefinanziertes Angebot, algorithm. personalisiert
- Verfestigung von Interessen

Funk (ÖRR)

- Kulturauftrag!
- funk ist überall, wo Zielgruppe ist -> online only
- vielfältige "werbeunfreundliche Themen" auf kommerzialisierten Plattformen

YouTube als (kultureller) Bildungsraum

YouTube & Schule

- Veränderung der Lerngewohnheiten
- Hohe Bedeutung für den Bildungsbereich
- 65% der Schüler*innen nutzen YouTube um sich zu informieren
- YouTube als Ergänzung; Bildungswelten verschränken

Schlussfolgerung für KuBi

- (Post-)Digitalisierung: Aufgabe & Gegenstand der kult.Bildung inkl. Potentiale und Problematiken
→ Mut zum Explorieren, Experimentieren & Perspektivwechsel
- Verantwortung: kulturelle Teilhabe → partizipative, diskriminierungsfreie Räume schaffen und kritisch-reflektive (Medien-) Kompetenzen stärken