

5. YouTube – die Medienwelt von Kindern

Vertiefungsposten zum Thema «Mediennutzung»

Zeit: ca. 45 Minuten

Aufgabe:

Gemäss der aktuellsten MIKE-Studie 2017¹, welche die Mediennutzung von 6-13-Jährigen untersucht hat, ist YouTube die beliebteste App der Schweizer Kinder und der am häufigsten genutzte Online-Dienst bei den Mittelstufenkindern. Die Schülerinnen und Schüler der vierten bis sechsten Klasse wurden auch nach ihren drei liebsten YouTubern befragt.

In der Deutschschweiz rangiert BibisBeautyPalace auf Platz eins, gefolgt von Dagi Bee und Julien Bam. Die Top 5 komplettieren Paluten und ConCrafter | LUCA. Es fällt auf, dass keiner der beliebtesten YouTuber Schweizerdeutsch spricht, sondern dass diese vorrangig aus Deutschland stammen.



Abbildung 33: Beliebteste YouTuber in der Deutschschweiz (nur 4.–6. Klasse)

Aufgaben:

Taucht in die Welt von YouTube ein, wie es für einen Grossteil eurer Schülerinnen und Schüler alltäglich ist, und diskutiert in der Gruppe folgende Fragen.

1.	Bestimmen Sie eine Gruppenleitung, die den Auftrag vorliest und das Zeitmanagement übernimmt.		
2.	BibisBeautyPalace ² (Nr. 1) Und Dagi Bee ³ (2) Schaut 1 oder 2 Videos an:	Wären wir gute Eltern? www.youtube.com/watch?v=BNB6sEXG7Bg Ich steige in den grössten Schleim-Ballon der Welt https://www.youtube.com/watch?v=Du1Jv9tC-yM Dagi Bee: link.phsz.ch/dagibee	

¹ Waller, G., Willemsse, I., Genner, S., Suter L. & Süss, D. (2016). JAMES – Jugend, Aktivitäten, Medien – Erhebung Schweiz. Zürich: Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften. Online verfügbar unter: https://www.zhaw.ch/storage/psychologie/upload/forschung/medienpsychologie/james/2016/Ergebnisbericht_JAMES_2016.pdf.

² Bianca „Bibi“ Heinicke (* 6. Februar 1993 in Köln) ist eine deutsche Webvideoproduzentin und insbesondere YouTuberin. Sie betreibt seit Ende 2012 den YouTube-Kanal „BibisBeautyPalace“, auf dem sie Videos mit den Themen Mode, Kosmetik, Lifestyle und Popkultur für eine junge Zielgruppe veröffentlicht. Der Kanal gehört zu den am häufigsten abonnierten deutschsprachigen YouTube-Kanälen. https://de.wikipedia.org/wiki/Bianca_Heinicke

³ Dagi Bee (* 21. September 1994 in Düsseldorf) ist eine deutsche Webvideoproduzentin und Betreiberin des gleichnamigen YouTube-Kanals.

3.	Jungen stehen eher auf Typen wie «Julien Bam ⁴ » oder «ConCrafter Luca ⁵ », der seine drei Millionen Abonnenten den «Let's Play»-Videos ⁶ verdankt. Schaut von ihm 1-2 Videos	Julien Bam link.phsz.ch/julianbam ConCrafter Luca link.phsz.ch/ccluca	
4.	Beliebt bei Kindern sind auch Lifehacks ⁷ Hier ein Beispiel	link.phsz.ch/wassermelone	
5.	Auch Pranks ⁸ , neudeutsch für Streiche, sind beliebt. Der gute alte «Verstehen Sie Spass?»-Humor für jedermann. Welche Streiche findet ihr lustig, welche gehen euch zu weit?	link.phsz.ch/pranks	
6.	Natürlich sind auch Videos beliebt, bei denen «Gefühle» ausgelöst werden, z.B. Ekel. Bei Ekelpong werden Pappbecher mit möglichst ekligen Mixturen gefüllt, z.B. Essiggurkenwasser mit Ei-Rahm! Zwei Teams versuchen dann abwechslungsweise, einen Pingpongball in einen Becher zu werfen. Gelingt es, muss einer der Gegner das Ekel-Gebräu trinken.	link.phsz.ch/ekelpong	
7.	Kinder schauen auf YouTube aber auch Videos, die eigentlich nicht altersgemäss sind. Katja Krasavice betreibt beispielsweise einen YouTube-Kanal mit Themen über ihr aktuelles Sexleben. Und sie weiss genau, mit welchen Provokationen man möglichst viele Klicks erreicht (z.B. Song «Machs mir doggy») Der Song wurde 15 Millionen Mal aufgerufen, er erhielt 280'000 Likes und fast doppelt so viele Dislikes. Die Suche nach Parodien liefert 15'000 Treffer. YouTube ist eine selbstreferenzielle Welt.	link.phsz.ch/katjakra	

⁴ Julien Bam (* 23. November 1988 in Aachen) ist ein deutscher Webvideoproduzent, dessen Videos sich vor allem um Fotografie, Tanzen, Musik und Lifestyle drehen. Mit mehr als vier Millionen Abonnenten zählt er zu den erfolgreichsten deutschen YouTubern.

⁵ ConCrafter eröffnete seinen YouTube-Kanal ConCrafter am 1. August 2011. Er lud zunächst hauptsächlich Let's Plays über das Spiel Minecraft hoch. Seit Mitte 2015 erschienen auch Videos von anderen Spielen. Mitte 2016 änderte sich sein Kanalinhalt stark. Es folgten zunehmend Challenges, Vlogs und Comedy Videos.

⁶ Let's Play (engl. „Lasst uns spielen“; abgekürzt: LP) bezeichnet das Vorführen und Kommentieren des Spielens eines Computerspiels.

⁷ Lifehacks [laɪfhæks] (englisch für Lebens-Kniffe) sind Hacks, die sich auf Unwägbarkeiten, Strategien oder Tätigkeiten des Lebens beziehen. Sie dienen dazu, ein Problem zu lösen, das Ziel auf eine ungewöhnliche Weise zu erreichen oder die Effektivität - mitunter sogar die Effizienz - zu erhöhen. Oft haben sie das Ziel, den Alltag zu erleichtern.

⁸ Prank = Streich (auch Schabernack) ist eine mutwillige, listige oder hinterlistige Handlung gegen andere, die keine schwerwiegenden rechtlichen Folgen hat. Es handelt sich dabei oft um ideenreiche Einfälle, um andere zu ärgern, zu provozieren oder zu erschrecken.

8.	Habt ihr in den Videofilmen auch Werbung entdeckt? Wurde die Werbung der «Influencer ⁹ » als solche gekennzeichnet? Oder hat sie sich unbemerkt in den Video «eingeschlichen»?	Lest auszugsweise den Artikel «Wie Influencer Schleichwerbung betreiben – noch» link.phsz.ch/schleichwerbung inkl. Video aus 10vor10 «Das Problem mit der Werbung auf Social Media».	
9.	Diskutiert in der Gruppe: <ul style="list-style-type: none"> • Was gefällt Kindern wohl an solchen Videos? • Wisst ihr von euren Schülerinnen und Schülern, welchen YouTubern sie folgen, welche Filme sie auf YouTube anschauen? • Welche Filme hält ihr für «problematisch»? warum? • (Falls ihr eigene Kinder habt: Dürfen eure Kinder YouTube «frei» nutzen, bzw. welche Regeln gelten?) 		
10.	Klicksafe bietet zum Thema «YouTube» - Faszination, Kommerz und Selbstdarstellung» gute Hintergrundinformationen an. Schaut euch diese genauer an und überlegt, was ihr davon in eurem Unterricht einsetzen könntet.	link.phsz.ch/ksyoutube	

⁹ Als Influencer (von engl. to influence: beeinflussen) werden Personen bezeichnet, die aufgrund ihrer starken Präsenz und ihres hohen Ansehens in einem oder mehreren sozialen Netzwerken für Werbung und Vermarktung in Frage kommen (Influencer-Marketing).