
Eike Rösch, Daniel Seitz

YouTube als Teil der Jugendkultur – eine kleine Genrekunde

YouTube ist für Jugendliche nicht nur eine Video-Plattform, sondern vor allem eine bedeutende Social Community. Die Website hat sich gleichzeitig von anderen Video- und -Film-Medien emanzipiert, die Community entwickelt immer neue Bewegtbild-Formate. Dabei etablieren sich zahlreiche neue, ganz eigenständige Formen, die ohne die enge Verzahnung und Kommunikation mit der Community oder durch technische Features der Plattform in anderen Medien (etwa im Fernsehen) nicht stattfinden könnten.

In dem Maße, wie YouTube für die Lebenswelt von Kindern und Jugendlichen bedeutsam wird, steigt auch der Einfluss der Plattform und ihrer Formate auf Projekte der aktiven Medienarbeit: Kinder und Jugendliche möchten ihnen bekannte Formate imitieren, damit experimentieren und träumen nicht selten von einem Erfolg wie dem der YouTube-Stars.

In diesem Artikel wird ein Überblick gegeben über typische Formate, die sich in den vergangenen Jahren entwickelt haben – ohne dabei den Eindruck erwecken zu wollen, man könne alle neuen Phänomene auf YouTube und Co. in dieses Raster einordnen. Gleichzeitig werden diese Videoformate unter pädagogischen Gesichtspunkten betrachtet – mit Blick auf ihr Potenzial für die (Re-)Produzierbarkeit in medienpädagogischen Projekten mit Kindern und Jugendlichen.

1 Unbekannte Welten

Seit seinen Anfängen ist YouTube eine Social Community mit entsprechenden Funktionalitäten: Nutzerinnen und Nutzer legen Profile an, können dort (müssen aber nicht) Videos veröffentlichen und können Produktionen von anderen bewerten, empfehlen, kommentieren und mit eigenen Videos „beantworten“. Dieser Netzwerkcharakter hat nicht nur zum großen Erfolg der Plattform beigetragen, sondern auch eine eigene Subkultur begründet, die den Umgang der Userinnen und User der Plattform miteinander prägt und dabei spezifische Eigenheiten hervorgebracht hat.

„Außenstehende“ – meist erwachsene – Nutzer und Nutzerinnen (also solche ohne eigenes Nutzungskonto) nehmen die Website vorwiegend als bunte Videostreaming-

Plattform wahr. Der ganze Reiz von YouTube erschließt sich jedoch erst dem, der den Schritt ins Innere wagt. Wie in jedem sozialen Netzwerkdienst werden die sozialen und (sub)kulturellen Implikationen erst sichtbar und erfahrbar durch das Mitmachen. Nach dem Login machen die Mechanismen des Abonnierens, des Kommentierens und des eigenen Gestaltens die spezifische Fan-Kultur, Kommentar-Kultur, Serien-Kultur und vieles andere mehr wirklich sichtbar.

Jugendliche sind jedoch in großen Teilen bei YouTube angemeldet, sie interagieren untereinander und insbesondere mit den „Stars“, also Nutzerinnen und Nutzern mit größerer Reichweite, einer Vielzahl an Kommentaren, „Videoantworten“ und Bewertungen. Vor diesem Hintergrund sind auch die spezifischen „YouTube-Formate“ zu betrachten: Die Plattform und damit auch die Videos sind oft interaktiv, persönlich, polarisierend und/oder zelebrieren subkulturelle Phänomene.

2 Genrekunde

Ohne Anspruch auf Vollständigkeit werden im Folgenden typische Formate beleuchtet, die im Kulturkosmos YouTube immer wieder auftauchen, für Jugendliche von hohem Interesse sind und daher für (medien)pädagogische Zusammenhänge Anknüpfungsmöglichkeiten eröffnen. Alle Links finden sich gesammelt bequem im Web¹.

2.1 Internet-Memes

Memes sind Phänomene aller sozialen Plattformen im Internet: Immer wieder (und mit steigender Tendenz) entstehen spontan kleine Konzepte (Kunststückchen, Tanzeinlagen, Aktionen und anderes mehr), die reproduziert und zitiert werden und sich so mit immer neuen Inhalten und Variationen wie ein Lauffeuer über das Internet verbreiten. Dabei kann es ein Original geben, das bewusst persifliert und damit impliziert beworben wird, oder ein derartiges Konzept wird immer wieder neu angewendet. Beispiele aus der jüngsten Vergangenheit sind (für erstere Umgangsweise) „Gangnam Style“, für die zweite Variante das Phänomen des „Harlem Shake“.

Für (medien)pädagogische Zusammenhänge bietet das vielfältige Anknüpfungspunkte: Memes erzielen rund um den Höhepunkt ihrer Verbreitung eine große Reichweite und üben daher auf (jugendliche) Nutzerinnen und Nutzer eine besondere Faszination aus. Weil zugleich das Konzept meist einfach zu imitieren ist, liegt es nahe, einen eigenen Beitrag zu produzieren. Das kann für Jugendliche ein Einstieg in die Videoproduktion bzw. in die Publikation auf YouTube sein. Geschieht die Produktion in einem institutionellen Zusammenhang, kann das entstandene Video zudem die

Identifikation mit der Einrichtung erhöhen bzw. werbewirksam sein (dieser Bezug war bspw. bei „Harlem Shake“ oft gegeben).

- Harlem Shake Original: <http://youtu.be/=384IUU43bfQ>
- Harlem Shake Jugendzentrum: <http://youtu.be/=V-zYwHINap0>

2.2 „Let’s Play“

„Let’s Play“-Videos sind ein populäres Phänomen der letzten Jahre. Zahlreiche Computerspieler und -spielerinnen haben begonnen, sich gegenseitig ihre Art zu spielen, neue Spiele und Rundgänge bzw. Lösungswege darin („walkthroughs“) zu präsentieren. Dabei wird der eigene Computer- oder Konsolenbildschirm per Soft- oder Hardware abgefilmt und dazu „live“ kommentiert. In vielen Fällen gibt der Kommentar dabei dem Video eine neue inhaltliche Ebene, etwa durch die persönliche Bewertung des Spiels, durch unterhaltsame Kommentare, durch ironische Anspielungen oder Ähnliches.

Das Videoformat hat durch den Computerspielbezug eine große Nähe zur jugendlichen Lebenswelt, unterhaltsame Variationen steigern die Beliebtheit immens. Da Gamer und Gamerinnen mit ihren Computerspielfähigkeiten viele Voraussetzungen für die Erstellung eines „Let’s Play“-Videos mitbringen, liegt es nahe, selbst zu produzieren. Das kann für Jugendliche einen niedrigschwelligen Einstieg in die Videoproduktion bedeuten und zudem eine Reflexionsebene der eigenen Position zu Computerspielen eröffnen. Die Medienpädagogik (Computerprojekt Köln) hat selbst noch eine besondere Variation hervorgebracht: Das „Let’s Play“-Karaoke – zu vorgegebenen Games-Video-Inhalten wird spontan kommentiert.

- Beispiel Gronkh (bekanntester „Let’s Player“): <http://youtu.be/=E7ZaoBry3Mc>
- Beispiel Medienpädagogik² („Let’s Play“-Karaoke): http://youtu.be/=qC5DE_nTtjY

2.3 HowTos/Tutorials

Fast alle Tätigkeiten von Menschen werden mittlerweile auf YouTube mit Videoanleitungen erklärt: Bedienung von Programmen, Videoschnitt, Webseitenerstellung, aber auch Pflanzenpflege, Möbelbau oder Kochrezepte. Teilweise werden die Tutorials dabei mit so genannten Screencasts produziert, also dem Mitschnitt von Bildschirmaktivitäten, teilweise als klassische Videos.

Jugendliche nutzen das Format völlig selbstverständlich in den verschiedensten Zusammenhängen. Zum Teil hat das eine besondere medienpädagogische Relevanz; so gibt es etwa auch Anleitungen zum Umgehen von Jugendschutzfiltern. Aber auch darüber hinaus kann das Format medienpädagogisches Potenzial entfalten. So

können Kinder und Jugendliche durch eigene Anleitungen nicht nur ihr Wissen an andere (Kinder und Jugendliche) weitergeben, sondern dabei auch ihre persönliche Sicht auf spezifische Aspekte ihrer Lebenswelt vermitteln. So können Tutorials bspw. in Peer-to-Peer-Bildungsprozessen bedeutsam werden.

- Beispiel Jugendliche (DorFuchs): <http://youtu.be/=m-nEbS4QpYw>
- Beispiel Medienpädagogik (Kaiserdom-App): <http://youtu.be/=8QYB5RVvPIs>

2.4 „Lifestyle/Personal Blogger“

Ein ganz eigener und deswegen nochmals hervorzuhebender Bereich ist der der Lifestyle-VloggerInnen. Meist an Beauty-Themen entlang hat sich eine sehr persönliche Art der Kommunikation entwickelt, in der die Protagonistinnen und Protagonisten – meist handelt es sich um junge Frauen, wobei es zahlreiche Ausnahmen, allen voran „Mr. Tutorial“, gibt – ihre Beauty- und Pflege-Tipps präsentieren. Sie gehen dabei sehr persönlich vor und berichten etwa, während sie ihr neuestes Pflegeprodukt präsentieren, auch noch von den Erlebnissen des Tages. Dabei fällt auf, dass erfolgreiche Lifestyle-VloggerInnen sehr starken Einfluss auf die Gestaltung der Beiträge anderer haben.

- Beispiel Jugendliche (Dagi Bee): <http://youtu.be/=MhpN2nsoXpk>
- Aus der Medienpädagogik ist den Autoren hier (bisher!) noch kein Channel bekannt.

2.5 (Politische) Kommentare

Ebenfalls persönlich, jedoch viel mehr auf (politisches) Tagesgeschehen ausgerichtet, sind Formate, in denen (junge) YouTuber und YouTuberinnen ihr Umfeld bzw. das, was sie bewegt, was sie nervt und was sie erfreut, regelmäßig kommentieren. Dabei etablieren sie einen eigenen Sprach- und visuellen Stil, bauen eine Community an Gleichgesinnten – und in geringerem Umfang auch Andersgesinnten – auf und entwickeln sich mit dieser weiter. Dabei stellt sich die Frage der Subjektivität gar nicht mehr, denn das Format ist so stark vom Individuum geprägt, dass gar nicht versucht wird, (vermeintliche) Objektivität zu wahren.

Medienpädagogisch kann so ein subjektives Format sehr anregend sein, da Medienpädagogik auf Reflexion, persönliche Positionierung und (öffentliche) Artikulation hinarbeitet. Gleichzeitig lebt gerade dieses Format stark von der Person und dem subjektiven Stil – ist also in einer Gruppenarbeit nur schwer umzusetzen.

- Beispiel Jugendliche: <http://leflord.com/>
- Auch in diesem Bereich haben die Autoren (bisher) keine Kenntnis von Beispielprojekten.

2.6 Interaktive Videos

Gänzlich neue Möglichkeiten bieten sogenannte „interaktive Videos“ – dabei werden zwei Features von YouTube genutzt: Einerseits besteht die Möglichkeit, Videos zu verstecken (nur wer den richtigen Link kennt, findet das Video), andererseits kommt die Funktion zum Einsatz, innerhalb von Videos zu verlinken. Damit ist es möglich, Zusammenhänge von Videos zu produzieren, die eine Geschichte erzählen und deren Fortgang von dem Rezipienten bestimmt werden kann: Immer am Ende des Videos gibt es eine Auswahlmöglichkeit, wie die Geschichte weitergehen soll.

Für die aktive Medienarbeit sind interaktive Videos eine wertvolle Methode, um sich mit Jugendlichen besonders intensiv mit Inhalten auseinanderzusetzen und etwa komplexe moralische Herausforderungen durchzuspielen oder eine spannende (Krimi-)Handlung zu erzählen.

- Beispiel Jugendliche: Mr. Verknallt – Der Gangster: <http://youtu.be/pPuMIGLLsJU>
- Beispiel Medienpädagogik: Chef im Netz³: <http://youtu.be/=vDD1YySdZYY>

2.7 Live-Streams

Dank Googles Hang-out on Air – aber auch auf zahlreichen anderen Plattformen – haben sich Live-Formate etabliert. Diese können von einzelnen YouTube-Nutzerinnen oder -Nutzern produziert sein, die sich mit ihren Fans über Chat-Kommentare unterhalten, sie können aber auch eine gezielte Show mehrerer YouTuberinnen und YouTuber sein, die gemeinsam ein „Let’s Play“ erstellen oder sich zu einem Thema austauschen bis hin zu Live-Pranks wie Telefonstreichen.

In Video-Live-Streams liegt hohes medienpädagogisches Potenzial: Die eigene Veranstaltung oder das eigene Thema können deutlich an Reichweite gewinnen, wenn beliebte Online-Kommunikationswege erschlossen werden. Durch die Live-Schaltung kann wesentlich individueller und zielgerichteter kommuniziert werden, als das asynchrone Kommunikation über klassische Kommentar-Funktionen erlaubt.

- Beispiel Jugendliche: <http://www.justin.tv/toalingling>
- Auch hier suchen die Autoren im Bereich Medienpädagogik noch nach Beispielen.

2.8 Musik-Videos

Durch YouTube erleben die klassischen Musik-Videos, die lange ganze Fernsehsender füllten, eine Renaissance. Jugendliche produzieren gerne Musik und inszenieren sich – dafür bietet ein Musik-Video einen perfekten Rahmen. Dabei findet man auf den Video-Portalen Musik-Videos aller Genres und in verschiedensten Qualitätsstufen – bis

hin zum professionell produzierten Clip mit Profi-Schauspielern, einem professionellen Set und Budgets, die in Zeiten von MTV und Viva sicherlich auch für sendefähiges Material gereicht hätten. Dabei können durch viel Kreativität auch mit einfachen Mitteln tolle Produkte entstehen, wie das verlinkte „LipDub“-Video zeigt.

- Beispiel Jugendliche: Y-Titty – Der letzte Sommer: <http://www.youtube.com/watch?v=Yu-8-f9t5Ko>
- Beispiel Medienpädagogik: video/film tage LipDub: http://www.youtube.com/watch?v=D_4JtY8gXhY

2.9 Klassische Genres

Auch auf YouTube ist nicht alles neu: Viele eingeführte Formate, etwa aus dem Fernsehen, finden sich auch hier. Insbesondere Humor kommt im Netz gut an. Dabei gibt es zahlreiche sehr lustige Comedy-Formate, aber auch viele grenzwertige Aktionen, die auf Kosten der Mitmenschen gehen. Aus beiden Richtungen ergeben sich weitere Ansatzmöglichkeiten für medienpädagogische Angebote mit YouTube und Co.

3 Fazit

Die Beispiele in diesem Beitrag sollen einen Überblick sowie Ansatzmöglichkeiten für eigene (medien)pädagogische Projekte mit YouTube geben. Schnell wird deutlich, wie kreativ Nutzerinnen und Nutzer mit den Möglichkeiten der Plattform umgehen und wie dynamisch sich so neue Formate (weiter)entwickeln.

Wer von den genannten Ausgangsbeispielen weitersurft, erkennt schnell, wie gut der Community-Gedanke funktioniert: Kaum ein Inhalt steht für sich, Weiterentwicklungen in den Formaten beeinflussen sehr schnell die anderen Produzenten und Produzentinnen; es wird bewusst kopiert, aufeinander Bezug genommen – und so entstehen ständig neue Stile und Interpretationen.

Für die Medienpädagogik ergeben sich so mannigfaltige Möglichkeiten, die sich mehr und mehr in Projekten wiederfinden – die Entwicklung steht hier aber eher noch am Anfang. Die Durchdringung jugendlicher Lebenswelten⁴ durch „YouTube-Kultur“ begründet in jedem Fall die Notwendigkeit intensiver medienpädagogischer Beschäftigung und Angebote.

Anmerkungen

- 1 Alle Links gesammelt in einem Etherpad – gerne kann die Liste auch erweitert werden:
<http://medienpad.de/p/youtube-genrekunde>
- 2 Let's Play – Workshops mit Jugendlichen, Ulrich Tausend im Medienpädagogik-Praxis-Blog: <http://www.medienpaedagogik-praxis.de/2013/05/07/lets-play-workshops-mit-jugendlichen/>
- 3 Interaktive YouTube-Filme, Sonja Breitwieser im Medienpädagogik-Praxis-Handbuch: <http://www.medienpaedagogik-praxis.de/2012/12/06/interaktive-youtube-filme/>
- 4 YouTube als Netzwerk – ein geführter Rundgang durch die Lebenswelt von Jugendlichen: <http://pb21.de/2013/05/lebenswelt-youtube-jugendliche/>

Hinweis:

Dieser Aufsatz steht unter der Lizenz: cc-by-sa, Version 3.0 DE, siehe online:
<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/de/>