

Webvideos im Unterricht?!

Soziale Medien als medienpädagogische Herausforderung

Fächer: Politik, Sozialkunde, Geschichte/Gesellschaftslehre, Praktische Philosophie, Religion, Deutsch, Kunst
empfohlen ab Klassenstufe 8



1. Einführung: Warum diese Materialien?

Online-Bewegtbilder sind aus dem medialen Alltag der meisten, insbesondere der jungen Mediennutzer:innen nicht mehr wegzudenken. Vor allem Plattformen wie *Instagram*, *TikTok*, *twitch.tv* oder *YouTube* bieten eine nahezu unendliche Vielfalt an Angeboten.

Die Nutzung von Webvideo-Plattformen stellt hohe Anforderungen an die Informations- und Medienkompetenz der Nutzenden.

Medienkompetenz beschreibt die Fähigkeit, mit Medien und ihren Inhalten kritisch, selbstbestimmt und verantwortungsbewusst umgehen zu können.

(Gapski & Tekster, 2009)

Informationskompetenz hingegen bezeichnet die Fähigkeit, bezogen auf eine bestimmte Fragestellung einen Informationsbedarf erkennen, notwendige Informationen ermitteln, beschaffen, bewerten und effektiv nutzen zu können.

(ebd.)

Nur wer über diese Kompetenzen in ausreichendem Maße verfügt, ist in der Lage, die über moderne Informationstechnologien zur Verfügung gestellte Informationsflut zu bewältigen, Angebote (z. B. politische Informationen) kritisch zu bewerten und Probleme zu lösen. Als Schlüsselkompetenzen sind Medien- und Informationskompetenz von zentraler Bedeutung für eine Befähigung zur Teilhabe jedes:r Einzelnen am demokratischen Diskurs.

Die vorliegenden Materialien möchten zur Förderung dieser Kompetenzen beitragen und die Bedeutung von Webvideos als Formate politischer Bildung stärken. Diese Materialien bilden dabei den Ausgangspunkt einer Reihe an Lehr- und Lernmaterialien, die sich mit verschiedenen Chancen und Herausforderungen von Online-Bewegtbildern befassen. Im Zentrum der Unterrichtseinheit steht ein Webvideo, das als Gesprächsanlass dient.

Zielsetzung der Reihe ist schließlich eine kritische Einordnung von Plattformen wie *YouTube* und *TikTok*, ihres Angebots sowie ihrer Strukturbedingungen. In der Gesamtschau will die Reihe übergeordnete Fragen aufwerfen, etwa welche Rolle derartige Plattformen in modernen Gesellschaften und Demokratien, aber auch im konkreten Alltag von Menschen unterschiedlicher Altersgruppen spielen.

Um Hintergrundwissen zum Gegenstand zu erhalten, finden Sie im Folgenden einen Überblick über zentrale Charakteristiken und Herausforderungen zu zwei der derzeit beliebten Unterhaltungs- und Informationsplattformen: *YouTube* und *TikTok*. Ausführliche Informationen sind in den [Dossiers zu YouTube als Lernmedium](#) bzw. [zu TikTok](#) dargestellt.



2. Konzeptioneller Rahmen der Materialien

In den vorliegenden Materialien geht es um das Thema „Intentionen in Webvideos erkennen, einordnen und bewerten“. Als Webvideos verstehen wir jeglichen audiovisuellen Content, der auf Plattformen wie *YouTube*, *TikTok*, *Instagram* und Co. zur Verfügung gestellt wird.

Die im Fokus stehende Unterrichtseinheit ist dabei absichtlich so offen formuliert, dass die Lehrperson (oder Lerngruppe) jeweils entscheiden kann, *welche* Plattform im Fokus der Einheit stehen soll. Wir empfehlen im Vorfeld der Durchführung der Einheit eine Entscheidung für die jeweils relevante Plattform zu treffen.

Die Materialien bestehen aus einer Basiseinheit für die Anwendung im Rahmen einer Unterrichtseinheit im Umfang von 45 Minuten sowie Vorschläge zur Binnendifferenzierung wie z. B. Erweiterungen und Adaptionen für leistungsstärkere Lerngruppen oder wenn mehr Zeit für die Durchführung der Einheit zur Verfügung steht. Wir empfehlen den Einsatz ab der 8. Klasse. Die Materialien sind geeignet für Schüler:innen der Sekundarstufe I (Mittel-, Real-, Gesamtschule o. ä.).

2.1. Didaktische Prinzipien und Lernziele

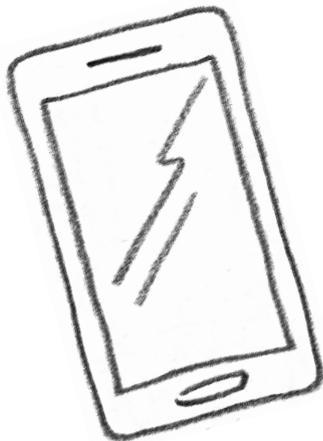
Lebensweltliche Relevanz ist eine wichtige Voraussetzung für das Interesse an und die Beschäftigung mit Lerninhalten. Lebensweltorientierung ist daher ein wichtiges didaktisches Prinzip (Ernst et al., 2020). Damit gemeint ist hier insbesondere die Berücksichtigung der Mediennutzungsgewohnheiten der Jugendlichen. Infolgedessen stehen Plattformen wie *YouTube* und *TikTok* als beliebte Online-Angebote im Fokus.

Weiterhin sollen Lernprozesse durch interaktives Handeln unter Gleichaltrigen (Handlungsorientierung, Reinhardt, 2014) und kritische Reflexion durch die Anregung von Perspektivwechseln angestoßen werden.

Folgende Kompetenzen erwerben die Schüler:innen in der Einheit:

Die Schüler:innen ...

- ... beschreiben mithilfe von Prüffragen Formen und Inhalte von Webvideos.*
- ... erkennen mögliche Interessen bzw. Intentionen in Webvideos, ordnen sie ein und bewerten sie kritisch.*
- ... beschreiben darauf aufbauend mögliche Wirkungen (z. B. Überzeugungsabsichten) von Webvideos auf sich und andere.*



2.2. Curriculare Anbindungsmöglichkeiten

Das Material lässt sich an unterschiedliche Unterrichtsfächer anbinden. Insbesondere eignen sich die Fächer Politik, Sozialkunde und Geschichte bzw. Gesellschaftslehre, Praktische Philosophie, Religion sowie Deutsch und Kunst. Im Fach Politik knüpft die Unterrichtseinheit an Themenbereiche wie *Politische Partizipation* und *Rolle der Medien als Informations- und Kommunikationsmittel* an.

Im Kontext von *Medienphilosophie* oder im Rahmen einer Auseinandersetzung mit dem *Wirklichkeits- und Wahrheitsbegriff* lassen sich die Materialien im Fach Praktische Philosophie an das Curriculum anbinden.

Im Deutschunterricht wiederum finden sich Anknüpfungspunkte an die Themenfelder *Umgang mit Sachtexten und Medien und Reflexion über Sprache*. Enger Bezug der Materialien besteht weiterhin zu zentralen Themen des Deutschunterrichts wie *Textfunktionen und -sorten erfassen und unterscheiden, Intentionen von Medieninhalten erkennen und bewerten sowie Informationen zu einem Thema suchen, prüfen und auswählen*.

Im Fach Religion lassen sich die Materialien beispielsweise an den Themenbereich *Verantwortung des Menschen für die Mitgestaltung der Welt* anknüpfen.

Sollte die Basiseinheit dahingehend erweitert werden, dass auch visuelle, gestalterische Merkmale des Webvideos analysiert werden, lassen sich die Materialien mit Lerninhalten des Kunstunterrichts wie z. B. der Analyse und Interpretation bildnerischer Gestaltungsmerkmale (z. B. Perspektiven, Komposition) verknüpfen.

2.3. Organisatorische Hinweise

Für die Durchführung der Unterrichtseinheiten benötigen Sie einen Computer oder ein anderes mobiles Endgerät mit Internetzugang, weiterhin einen Beamer bzw. Bildschirm sowie Lautsprecher für die Übertragung von Webvideos von dem ausgewählten Endgerät. Darüber hinaus sind Flipchart/Tafel, Stifte/Kreide, ggf. Moderationskarten für Visualisierungen hilfreich.

Für Gruppenarbeiten kann ein internetfähiger Klassensatz an Laptops oder Tablets genutzt werden. Alternativ ist auch die Nutzung der eigenen Geräte der Schüler:innen möglich. Diese ist jedoch mit Herausforderungen im Hinblick auf eine gleichberechtigte Teilhabe der Schüler:innen verknüpft. So kann es sein, dass einzelne Schüler:innen beispielsweise nicht über ein (internetfähiges) Handy verfügen oder sie aus technischen Gründen nicht in der Lage sind, die für den Unterricht notwendigen Anwendungen zu öffnen. Weiterhin sollte unbedingt vermieden werden, auf das individuelle Datenvolumen der Schüler:innen zurückzugreifen. Hierfür ist dringend verfügbares (Schul-)WLAN nötig.

In der Einheit und der Erweiterung kommen unterschiedliche Sozialformen zur Anwendung:

- (LI) *Input der Lehrkraft*
- (UG) *Unterrichtsgespräch*
- (EA) *Einzelarbeit*
- (GA) *Gruppenarbeit*
- (P) *Präsentation*



3. Unterrichtseinheit

Die nachfolgenden Seiten enthalten eine Skizze für einen möglichen Ablauf einer Unterrichtsstunde. Angegeben ist der Ablauf der Basiseinheit, die Sozialform und eine ungefähre Zeitangabe. Vorschläge für mögliche Erweiterungen der Basiseinheit finden sich an der entsprechenden Stelle im Ablauf sowie im Anschluss an die Darstellung der Unterrichtseinheit.

3.1. Einstieg (10 Minuten)

Die Unterrichtsstunde beginnt mit einer Frage an die Lernenden, welche Neugier auf die Stunde und die Aufmerksamkeit der Schülerinnen und Schüler wecken soll. Diese Frage könnte folgendermaßen lauten:

„Was macht YouTube/TikTok/xy so interessant?“

Alternativ zu *YouTube* oder *TikTok* kann auch jede andere digitale Webvideo-Plattform ergänzt werden. So lässt sich flexibel auf die jeweilige Lerngruppe und Lebenswelt reagieren. Außerdem können jeweils aktuelle mediale Entwicklungen berücksichtigt werden.

Die Antworten der Schüler:innen werden an der Tafel oder einem Whiteboard gesammelt. Dem voran kann eine Mini-Umfrage über die Mediennutzungsgewohnheiten der Schüler:innen gestellt werden, um die Schüler:innen bei ihrer Expertise abzuholen. Hier könnte man beispielsweise die Nutzungsdauer von *YouTube/TikTok* o. ä. pro Tag erfragen (Antwortmöglichkeiten: < 1 Stunde, 1 bis 3 Stunden, 5 bis 10 Stunden o. ä.). Die Umfrage kann analog (z. B. über Handzeichen, auf Papier, mittels Karten an Tafel/Whiteboard, durch Aufstellen im Klassenraum) erfolgen. Alternativ und als etwas zeitaufwendigere Variante können die Schüler:innen im Vorfeld der Unterrichtseinheit als Reporter:innen oder Forscher:innen durch die Schule gehen und die Mediennutzungsgewohnheiten ihrer Peers erheben. Die Ergebnisse dieser Befragung können dann zu Beginn der eigentlichen Unterrichtseinheit vorgestellt und diskutiert werden.

Die Umfrage lässt sich auch gut digital mit Tools wie z. B. *Mentimeter*¹ oder *Kahoot*² durchführen. Die digitale Durchführung ist jedoch an einige Bedingungen geknüpft. So sollten internetfähige Geräte und WLAN verfügbar sein, weiterhin sollten die Datenschutzrichtlinien der Schule die Nutzung der vorgeschlagenen Plattformen erlauben. Außerdem ist diese Form der Durchführung von der Lerngruppe und verfügbaren Zeit abhängig. Nicht in jeder Lerngruppe lässt sich eine online-gestützte Abfrage zügig und in dem für den Einstieg verfügbaren Zeitrahmen von zehn Minuten umsetzen.

Den Lernenden wird mit der Einstiegsfrage (und der Umfrage) die alltägliche Relevanz der Einheit anhand ihrer eigenen Mediennutzungsgewohnheiten verdeutlicht. Die Antworten auf die Einstiegsfrage werden gesammelt und geclustert. Sollten von den Schüler:innen keine ersten Überlegungen im Hinblick auf den Charakter von Webvideos angeführt werden, könnte hier eine entsprechende Nachfrage durch die Lehrenden in diese Richtung erfolgen: z. B. *Wodurch gewinnen Webvideos unsere Aufmerksamkeit?*

Ausgehend von den gesammelten Ergebnissen lässt sich dann zur Arbeitsphase überleiten:

„Nun gehen wir euren Vermutungen mal auf den Grund und gucken uns ein Webvideo mal genauer an.[...]“

¹ [mentimeter.com/de-DE](https://www.mentimeter.com/de-DE) (Stand: 10.11.2022)

² [kahoot.com](https://www.kahoot.com) (Stand: 10.11.2022)

3.2. Arbeitsphase (ca. 25 Minuten)

Je nach zur Verfügung stehender Zeit und Leistungsstärke der Gruppe kann die Arbeitsphase in Form einer EA oder einer GA erfolgen. Weitere mögliche Variationen der Einheit finden Sie weiter unten. Stehen nur 45 Minuten zur Verfügung empfehlen wir insbesondere in lernschwachen Lerngruppen die EA in Verbindung mit UG zu *einem* Videoimpuls.

Schritt 1

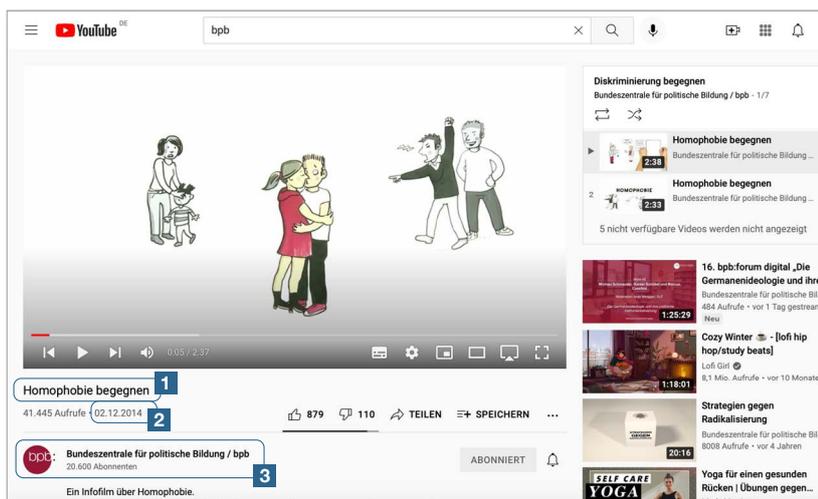
Zeigen Sie den Schüler:innen das Video (mögliche Video-vorschläge siehe Seite 9), welches als Gesprächsanlass dienen soll. Die *erste Sichtung* des Videos dient dazu, sich einen Überblick zu verschaffen sowie erste Eindrücke zum Video zu sammeln. Starten Sie, wenn möglich, mit der Ansicht von *YouTube* o. ä., auf der man die Einbettung des Videos und Kontextfaktoren (z. B. Videotitel, Video-beschreibung, Kanal, Veröffentlichungsdatum, bei *TikTok* verwendeter Sound) des Videos erkennen kann.

Zeigen Sie das Video in dieser Ansicht (ohne Vollbild). Stellen Sie folgende Fragen und sammeln sie die Eindrücke der Schüler:innen:

- a. *Wie heißt das Video?*³
- b. *Wie alt oder neu ist das Video?*
- c. *Wer hat das Video online gestellt?*
- d. *Wie ist euer erster Eindruck:
Worum geht es in dem Video?*

In Klassen, in denen Tablets oder Laptops zur Verfügung stehen, könnte die Sammlung der Antworten digital beispielsweise über Mentimeter o. ä. erfolgen.

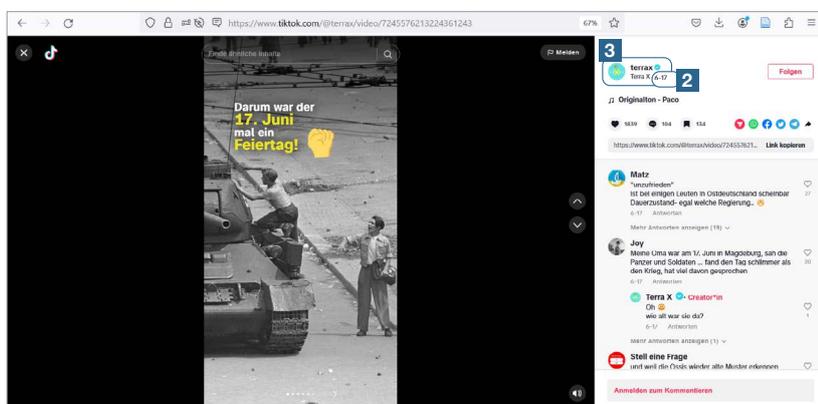
youtube.com/watch?v=r1HGZC3HUZA (zuletzt abgerufen am 4. 9. 2023)



Ansicht eines Videos (Beispielvideo) auf *YouTube* (Desktop-Version)

- 1 Videotitel
- 2 Veröffentlichungsdatum
- 3 Kanal

tiktok.com/@terrax/video/7245576213224361243?lang=de-DE (zuletzt abgerufen am 4. 9. 2023)



Ansicht eines Videos (Beispielvideo) auf *TikTok* (Desktop-Version)

- 2 Veröffentlichungsdatum
- 3 Kanal

³ Lässt sich für *TikToks* nur beantworten, wenn Nutzer:innen einen Titel in das Video selbst eingebunden haben. Videos bei *TikTok* haben ansonsten keinen Titel.

Schritt 2

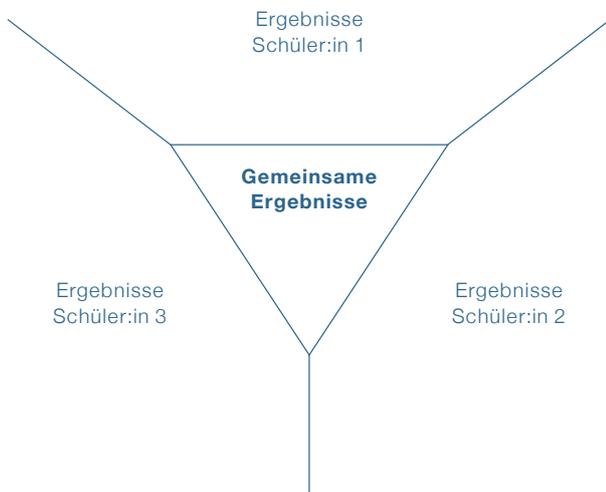
Teilen Sie die Klassen in drei Gruppen mit unterschiedlichen Arbeitsschwerpunkten ein. Tabelle 1 gibt einen Überblick über die drei Schwerpunkte. Verteilen Sie die Arbeitsblätter an die Schüler:innen (siehe Anhang) bzw. schreiben Sie die Fragen je Schwerpunkt an die Tafel oder projizieren Sie an die Wand. Es gibt drei verschiedene Arbeitsblätter. Die weitere Durchführung kann in zwei Varianten erfolgen. Auch hier kann es sich je nach Lehr- und Lernbedingungen anbieten auf digitale Alternativen (Padlet, Etherpad, etc.) zurückzugreifen.

Variante 1 (EA): Die Schüler:innen bearbeiten – je nach Arbeitsschwerpunkt – das dazugehörige Arbeitsblatt in EA. Zeigen Sie nun das Video ein zweites Mal. Der Arbeitsauftrag lautet nun:

- *Schaut euch das Video noch einmal genau an! Beantwortet nun die Fragen auf eurem Arbeitsblatt!*

Bei Bedarf zeigen Sie das Video ein drittes Mal.

Variante 2 (GA): Ein ausgewähltes Video wird in GA mittels der Placemat-Methode analysiert. Bei der Placemat-Methode teilen sich drei Schüler:innen ein Blatt (im Idealfall ist dieses größer als A4). Dieses Blatt ist in vier Felder eingeteilt: für jede:n Schüler:in ein Feld sowie ein geteiltes Feld für Gruppenergebnisse (siehe Abbildung).



Vorschlag einer Placemat für eine Gruppe mit drei Schüler:innen

Die in Tabelle 1 genannten Arbeitsschwerpunkte werden auf die drei Schüler:innen aufgeteilt (z. B. Schüler:in 1 ist Expert:in für Inhalte, Schüler:in 2 ist Expert:in für Struktur, Schüler:in 3 ist Expert:in für Personen). Jede:r bearbeitet einen der drei Themenkomplexe. Im ersten Schritt erarbeiten die Schüler:innen die Antworten auf ihre Fragen in Einzelarbeit und notieren ihre Gedanken in ihrem Feld. Dann tauschen sie sich über ihre Arbeitsergebnisse in der Gruppe aus. Dabei können unbekannte Begriffe geklärt und das Vorwissen der anderen Schüler:innen genutzt werden. Insbesondere die im dritten Themenfeld (siehe Tabelle) genannten Fragen können von den Lernenden dann im Anschluss in der Gruppe diskutiert werden. In dem gemeinsamen Feld werden die Einzelergebnisse zu einem Gruppenergebnis zur übergeordneten Frage zusammengefasst: *Wer (will), was und warum?*

Tabelle 1

Schwerpunkt 1 „Expert:in für Inhalte“	Schwerpunkt 2 „Expert:in für Struktur“	Schwerpunkt 3 „Expert:in für Personen“
1. Themenfeld: Annäherung an das Video, seine Struktur, seinen Inhalt und Personen		
Worum geht es? Was weißt du bereits über das Thema? Erfährst du Neues oder bekommst eine andere Sichtweise?	Wie ist das Video aufgebaut? Wie fängt das Video an? Womit hört es auf? U. a. bei <i>TikTok</i> : Welcher Sound wird verwendet?	Wer spricht im Video? (Wer spricht nicht im Video, könnte aber vielleicht besser über das Thema sprechen?) Wer ist zu sehen? Was machen die Personen?
2. Themenfeld: Erkennen, Bewerten und Einordnen von Intentionen		
Was glaubst du: welche Absicht verfolgt das Video? Woran kannst du das erkennen?	Was glaubst du: Warum hat man das Video so gemacht? Woran kannst du das erkennen?	Was glaubst du: Was sind die Absichten der Personen, die das Video gemacht haben? Woran kannst du das erkennen?
3. Themenfeld: Beschreibung einer möglichen Wirkung des Videos		
Was macht das Video mit dir? Was kann das Video mit anderen Leuten machen? Wie könnten sich Leute nach dem Schauen fühlen? Wie denken Leute vielleicht anders über das Thema, nachdem sie das Video gesehen haben?		

Schritt 3

Sammeln sie die Antworten auf die Fragen.

Variante 1 (EA): Wurden die Arbeitsblätter in EA bearbeitet, sammeln Sie die Antworten auf die Fragen in einem UG. Ergänzen Sie, wenn möglich, die Perspektiven der Schüler:innen, indem Sie deren Beiträge mit Fachbegriffen rahmen, wie die nachfolgende exemplarische Szene skizziert (L = Lehrer:in, S = Schüler:in):

L: „Was macht das Ende vom Video mit dir?“

S: „Ja also man regt sich halt voll auf. Ich hab‘ mich voll aufgeregt so wie das Ende da voll mies ...“

L: „Sehr gut, also man könnte sich ziemlich darüber aufregen, wütend werden, sauer sein. Das nennt man **Wirkung oder Medienwirkung**, wenn wir von einem Video sprechen. Glaubt Ihr, dass die, die das Video gemacht haben, das so wollten ... dass das ihre **Absicht bzw. Intention** wär?“

S: „Nein, die haben doch keinen Plan...“

L: „Echt? Haben sich die **Autor:innen** da gar nichts bei gedacht?“

Stellen Sie ggf. Bezüge zum Vorwissen der Lernenden her. Den Begriff Intention können Sie z. B. folgendermaßen erklären: „Ganz allgemein bedeutet ‚Intention‘ Absicht. Es geht also darum, was eine Person will, indem sie etwas tut.“

Variante 2 (GA): Die Schüler:innen präsentieren die Ergebnisse ihrer GA. Diese Möglichkeit berücksichtigt am ehesten die Expertise und das Vorwissen der Schüler:innen, benötigt aber in der Durchführung die meiste Zeit. Sie bietet sich also nur an, wenn mehr als 45 Minuten zur Verfügung stehen. Im UG nach der GA können dann die Fachbegriffe (z. B. Intention, Wirkung, Medienwirkung, Autor:innen) eingeführt bzw. erläutert werden.

In einem aus der Ergebnissammlung oder -präsentation ergebenden UG können Sie zusätzlich auf medienkritische und politisch-bildnerische Aspekte eingehen wie z. B. die Folgenden:

- a. *Wie habt ihr euch beim Anschauen des Videos gefühlt? Was macht das Video mit euch? Was meint ihr: ist das Absicht?*
- b. *Kann man am Titel des Videos die Absicht des Videos/der Menschen, die es gemacht haben/hochgeladen haben, erkennen?*
- c. *Wenn man den Inhalt des Videos mit der Absicht des Videos und der Macher:innen vergleicht: Passt das zusammen? Wenn nein, ist das schlimm?*

- d. *Was glaubst du, ist die Person, die im Video zu sehen ist auch die, die das Video gemacht und hochgeladen hat? Arbeitet ggf. ein Team mit oder steht eine Organisation/Firma/Interessensverband dahinter?*
- e. *Fallen euch jetzt bei der Diskussion noch Sachen ein, die etwas an eurer Vermutung zur Absicht des Videos/der Macher:innen verändern?*
- f. *Was sind weitere Merkmale des Videos, des Kanals, der Plattform, die Einfluss auf dich haben können und die du beachten kannst? Was machen die Likes und Dislikes mit dir? Was machen gute oder böse Kommentare unter einem Video mit dir? ... Warum wirken diese Merkmale so auf dich?*
- g. *Was sind die Chancen und Herausforderungen von kurzen Videos für die Vermittlung von Inhalten?*

Weitere mögliche weiterführende medienkritische und politisch-bildnerische Aspekte sind:

- *Was mache ich, wenn mir ein Video merkwürdig vorkommt (z. B. extremistische Parolen, sexueller Missbrauch, Desinformation)?*
- *Wo kann ich verdächtige Inhalte melden?*
- *Welche Kanäle/Anbieter eignen sich als verlässliche Quellen? Woran kann ich das erkennen?*
- *Woran erkenne ich sogenannte Fake News?*

Verdeutlichen Sie im Laufe des UG auch, warum es wichtig ist, sich auf diese Weise mit Webvideos zu befassen bzw. regen Sie die Lernenden dazu an, selbst darüber zu reflektieren. Folgende Fragen können dafür hilfreich sein:

- *Warum machen wir das?*
- *Was hat das mit uns und unsere Mediennutzung zu tun?*

Videovorschläge

Sie können die Sitzung grundsätzlich mit jedem Video von jeder Webvideo-Plattform durchführen, sofern es einige Merkmale erfüllt. Bei der Auswahl des Videos ist es wichtig zu beachten, dass Inhalt, Gestaltung und (Bild-) Sprache Bezüge zur Lebenswelt der Lernenden aufweisen.

Das Video sollte möglichst **nicht länger als fünf Minuten** sein. Empfohlen werden sogar deutlich kürzere Videos wie z. B. sogenannte *YouTube* Shorts, *TikToks* oder *Instagram Reels*, um an die Nutzungsgewohnheiten der Jugendlichen anzuknüpfen sowie den zeitlichen Rahmen der Unterrichtseinheit nicht zu sprengen.

Nachfolgend finden Sie Vorschläge für mögliche Videos. Bitte beachten Sie, dass die beigefügten Beschreibungen keine ausführliche Interpretation gemäß der oben formulierten Fragen in der Tabelle ersetzen. Bei den vorgeschlagenen Videos wurde bewusst darauf verzichtet, besonders polarisierende oder manipulative Inhalte bzw. Inhalte von problematischen Akteur:innen zu wählen. So etwas bietet sich durchaus an, insbesondere wenn Lehrende beispielsweise die Gefahren extremistischer Radikalisierung zum Unterrichtsthema machen wollen. Hierbei ist jedoch viel Sensibilität erforderlich.

Videovorschlag 1



„Wenn dich Politik einfach nicht interessiert | Jonas Ems #Shorts“
[youtube.com/watch?v=5T6AmZ-p5SSw](https://www.youtube.com/watch?v=5T6AmZ-p5SSw)
 0:52 Minuten
 Kanal Jonas Shorts

Hinter dem Kanal steht Jonas Ems. Ems ist ein deutscher Webvideoproduzent, welcher Kanäle auf unterschiedlichen Social Media-Plattformen unterhält. Neben *YouTube* ist er insbesondere auf *TikTok* sehr erfolgreich. Er ist Ideengeber, Mitproduzent und Darsteller von „*Krass Klassenfahrt*“, einer der erfolgreichsten deutschen Webserien (Niemeier, 2020).

In dem Video versucht Protagonist 1 (mit Kappe) Protagonist:in 2 mit dem Handtuch über dem Kopf (möglicherweise sinnbildlich für längere Haare) zu überzeugen bei der Bundestagswahl im Jahr 2021 wählen zu gehen. Protagonist:in 2 gibt an, sich nicht für Politik zu interessieren. Protagonist 1 macht an einem Beispiel (Flutkatastrophe 2021) deutlich, dass Politik bzw. politische Entscheidungen jede:n betreffen.

An dem gewählten Videoformat (hochkant) ist erkennbar, dass das Video v. a. für die Nutzung auf dem Smartphone erstellt worden ist. Es verkörpert durch die Kameraführung – der Protagonist (gespielt von Jonas Ems) filmt sich in beiden Rollen selbst mit dem Handy – ein Bewegtbildformat, welches charakteristisch für gängige Angebote von Creator:innen und Influencer:innen ist.

Das Video bietet eine Vielzahl an Diskussionspunkten: Einerseits geht es um inhaltliche Fragen wie „Was ist Politik? Und warum interessiert sie mich (nicht)?“, außerdem kann anhand des Videos die Frage der Rolle von Creator:innen/Influencer:innen für die politische Meinungsbildung diskutiert werden. Andererseits können auch Fragen zur Monetarisierung des Videos durch die Einblendung eines Werbespots erörtert werden.

Das Video bringt aber auch Herausforderungen mit sich. Einerseits ist es inzwischen recht alt. Andererseits fühlen sich durch den formulierten Wahlauftrag möglicherweise nur Schüler:innen angesprochen, die auch bereits im Wahlalter sind. Zudem ist die Intention relativ klar erkennbar, da sie konkret formuliert wird. Das könnte für Schüler:innen banal wirken. Interessant ist das Video nichtsdestotrotz beispielsweise, wenn es im Vergleich mit anderen Videos eingesetzt wird.

Jonas Ems betreibt außerdem einen recht erfolgreichen *TikTok*-Kanal. Auch auf diesem finden sich Videos, die sich je nach Lerngruppe und gewähltem Stundenthema eignen. Ein Vorschlag für die Auseinandersetzung mit Social Media-Funktionalitäten wäre z. B. dieses hier: [tiktok.com/@jonasems/video/7209716680338066693?lang=de-DE](https://www.tiktok.com/@jonasems/video/7209716680338066693?lang=de-DE). Sehr kritisch kann dieses Video (und auch andere Videos von dem Kanal) im Hinblick auf die Darstellung von Geschlecht und Gender und den Umgang zwischen den Geschlechtern diskutiert werden.

Videovorschlag 2



„Ein Statement von 90+ Youtubern“
youtube.com/watch?v=Xpg84N-jCr9c
 2:49 Minuten
 Kanal Rezo ja lol ey

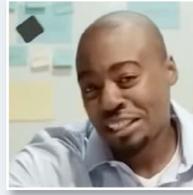
Das Video wurde veröffentlicht anlässlich der EU-Wahl im Jahr 2019 auf dem Kanal Rezo ja lol ey, einem Kanal des YouTubers Rezo. Es entstand nur wenige Tage nach dem Video „Die Zerstörung der CDU“ (18. 5. 2019), mit dem Rezo große cross-mediale Aufmerksamkeit erfuhr.

Das Video ist laut Selbstbeschreibung ein offener Brief, unterzeichnet von über 90 bekannten deutschen YouTuber:innen. Einerseits geht es um den Aufruf Parteien zu wählen, die sich für eine sinnvolle Klimapolitik und drastische Kursänderung im Vergleich zur bisherigen Politik einsetzen – dazu gehören laut den teilnehmenden YouTuber:innen nicht die CDU/CSU, SPD und AFD. Andererseits beinhaltet das Video Kritik an Politiker:innen, YouTuber:innen mit ihrer Arbeit und Haltung ernst zu nehmen, anstatt sie zu diskreditieren. Der vollständige Text des Videos und die Namen der Unterzeichner:innen sind unter dem Video abgebildet.

Die Arbeit mit diesem Video bietet zahlreiche Anknüpfungspunkte für Themen, welche in anschließenden Unterrichtseinheiten behandelt werden könnten, wie z. B. Welche Rolle spielen Creator:innen/Influencer:innen für die (politische) Meinungsbildung von Jugendlichen? Woran kann ich erkennen, ob die beteiligten YouTuber:innen Recht haben und wissen, wovon sie sprechen? Werden die YouTuber:innen durch irgendwen instrumentalisiert?⁴ Was sind Fake News? Was sind Verschwörungserzählungen?

Speziell mit Blick auf den Beutelsbacher Konsens sollte im Unterricht weiterhin auf die Wahlempfehlung als Kernaspekt der Frage nach Intentionen/Interessen eingegangen werden.

Videovorschlag 3



„Deutsche Sprache, schwere Sprache“
youtube.com/shorts/YxVv5iNolxU
 0:37 Minuten
 veröffentlicht von funk

Funk ist das Content-Netzwerk von ARD und ZDF. Mit den Inhalten von funk auf Plattformen wie *YouTube*, *TikTok* und *Instagram* sollen Menschen zwischen 14 und 29 Jahren erreicht werden. Neben Angeboten mit dem Ziel der Information und Orientierung bietet funk Inhalte zur Unterhaltung.

Das vorgeschlagene Video ist ein sogenanntes *YouTube Shorts*. Das Format ist angelehnt an *TikToks* und *Instagram Reels* und nicht länger als 60 Sekunden. Es ist für die Rezeption auf dem Smartphone gemacht, was auch an dem Hochkant-Format des Videos sichtbar wird, wenn man es über einen Laptop abspielen möchte. Auf einem Laptop ist dieses Bild nicht im Vollbildmodus abspielbar.

Der Akteur in dem Video berichtet über seine Erfahrungen als Geflüchteter in Deutschland mit der deutschen Sprache: „Deutsche“ würden ihre eigene Sprache nicht beherrschen, da sie mit ihm in unterschiedlichen Kontexten – als Beispiel nennt er seinen ersten Job als Gebäudereiniger oder aber auch im normalen Alltag – nicht in vollständigen Sätzen sprechen würden. In Reaktion darauf bietet er nun einen Sprachkurs für Deutsche an, um ihnen die richtige Struktur der Sprache näher zu bringen.

Das Video ist eine satirische Auseinandersetzung mit Rassismus in Deutschland. Das Video bietet eine Vielzahl an Diskussionspunkten: Einerseits geht es um inhaltliche Fragen wie „Was ist Rassismus? Wie äußert er sich? Wie kann man damit umgehen?“, außerdem kann anhand des Videos die Frage der Rolle von professionellen Content-Netzwerken wie funk für die politische Meinungsbildung diskutiert werden. Thematisieren kann man vor dem Hintergrund dieses Kurzvideos auch Mediennutzungsgewohnheiten von Jugendlichen. Kurzvideos (u. a. auf Plattformen wie *Instagram* und *TikTok*) spielen eine zentrale Rolle für Jugendliche und junge Erwachsene (mpfs, 2022). Inwiefern eignen sich solche Formate für (politische) Information und Meinungsbildung? Was sind die Herausforderungen und Gefahren von solchen Angeboten?

⁴ Kurze Zeit nach Veröffentlichung des Videos kursierten Verschwörungserzählungen im Netz, dass das Video eine durch die Partei Bündnis 90/die Grünen finanzierte Kampagne des Unternehmens STRÖER sei. Über diese und andere Verschwörungserzählungen klärt das Video „Die Wahrheit über das 90+ YouTuber Statement | #DarkTube“ (youtube.com/watch?v=d_oHbc-coQTA) veröffentlicht auf dem Kanal Simplicissimus. Dieser Kanal war bis Mitte 2022 Teil des öffentlich-rechtlichen Content-Netzwerks *funk*.

Videovorschlag 4



Reihe „Tagesschau in 40 Jahren“
[tiktok.com/@auf_null?lang=de-DE](https://www.tiktok.com/@auf_null?lang=de-DE)
jeweils nicht länger als 3 Minuten
TikTok-Kanal „Auf Null“

Die vorgeschlagene Reihe „Tagesschau in 40 Jahren“ ist gesammelt in einer Wiedergabeliste auf dem *TikTok*-Kanal „Auf Null“ zu finden. Vereinzelt finden sich in der Wiedergabeliste auch Videos mit dem Titel „Tagesschau in 50 Jahren“. Der Kanal „Auf Null“ wird im Auftrag des Bayerischen Rundfunks (BR) produziert.

Auf *TikTok* gibt es ausschließlich kurzformatige Videos (max. drei Minuten). Die Videos sind ausschließlich für die Rezeption auf dem Smartphone gemacht, was auch an dem Hochkant-Format der Videos sichtbar wird, wenn man sie über einen Laptop abspielen möchte. Auf einem Laptop sind sie zudem nicht im Vollbild-Modus abspielbar.

Die Videos der Reihe werfen einen satirischen Blick auf die Zukunft unserer Gesellschaft. Zu sehen ist eine Tagesschau-Sendung der Zukunft. Sowohl der blaue Hintergrund als auch die charakteristische Musik erinnern an das heutige Original. Die Sprecher:innen präsentieren vermeintliche Nachrichten in Jugendsprache mit zahlreichen Slang-Begriffen („Bro, chill doch mal“, „Digga“). Die Personen, die in den Nachrichten im Fokus stehen oder sich gar in zentralen politischen Ämtern befinden, sind derzeit prominente Musiker:innen (z. B. Beyoncé, Haftbefehl, Ski Aggu) oder Social Media Bekanntheiten (z. B. Montana Black) – natürlich deutlich gealtert. Der Wetterbericht ist am Ende jeder Sendung derselbe: „Im Norden arsch trocken und viel zu heiß, im Süden Sturm und Überflutung.

Klima, du weißt schon.“ Er verweist mit den beschriebenen Extremen auf die Klimakrise.

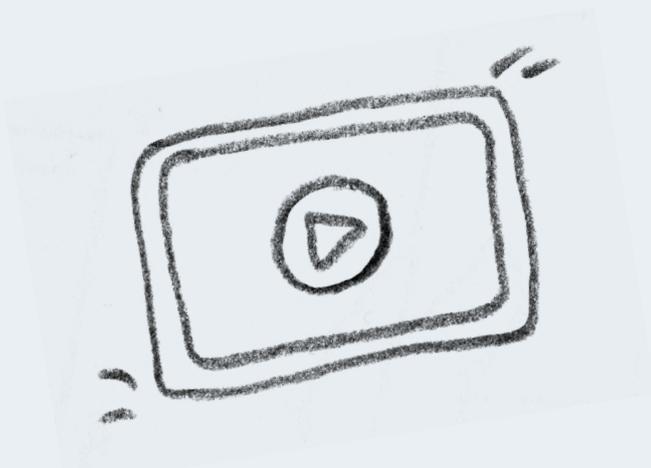
Basierend auf den Videos lassen sich unterschiedlichen Themen diskutieren. Einerseits lassen sich inhaltliche Fragen diskutieren: z. B.

- *Was ist eigentlich die Tagesschau?*
- *Was sind öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten?*
- *Was sind (laut Rundfunkstaatsvertrag) ihre Aufgaben?*
- *Was sind Qualitätskriterien für seriöse Nachrichten?*
- *Wer sind die dargestellten Personen? Welche Rolle spielen sie heute? Welche Rolle übernehmen sie in der „Tagesschau in 40 Jahren“?*

In diesem Zusammenhang lässt sich z. B. auch auf die genannten politischen Ämter eingehen: z. B.

- *Was bedeutet es, sich als Kanzler:in aufstellen zu lassen?*

Weiterhin bieten sich die gleichen Diskussionspunkte wie bei Vorschlag 3, welche die Rolle öffentlich-rechtliche Social Media-Angebote für die Meinungsbildung und Kurzvideo-Plattformen wie *TikTok* im Kontext politischer Bildung betreffen.



3.3. Reflexionsphase und Abschluss (10 Minuten)

Regen Sie die Schüler:innen an, über ihren Lernprozess nachzudenken. Machen Sie in der Klasse eine Abfrage, was die Schüler:innen aus der Stunde mitgenommen haben. Die Schüler:innen sollen dazu folgenden Satz kurz in eigenen Worten ergänzen:

„*Ich habe heute gelernt...*“

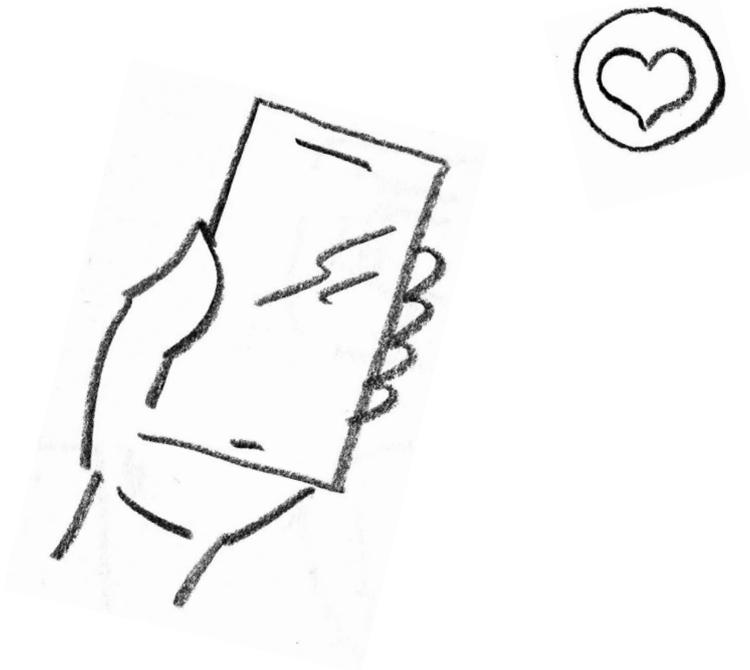
Alternativ kann diese Abfrage über Tools wie Mentimeter o. ä. erfolgen. Das Ergebnis könnte eine Wortwolke sein, welche die Erfahrungen der gesamten Lerngruppe in einer Visualisierung verdeutlicht.

Alternativ: Fassen Sie die wichtigsten Befunde zusammen. Die Sitzung kann dann mit einem kurzen Input zu den Herausforderungen von *YouTube/TikTok*/o. ä. im Besonderen bzw. sozialen Medien im Allgemeinen als Informations- und Unterhaltungsplattform schließen. Verdeutlichen Sie, dass die Nutzung von sozialen Medien

Vor- und **Nachteile** hat. Details zu *YouTube* und *TikTok* finden Sie in den Hintergrundinformationen zur Unterrichtseinheit oder in den Dossiers zu den Plattformen auf der [Webseite der bpb](#).

Insbesondere vor dem Hintergrund, dass soziale Medien viele jugendgefährdende Inhalte enthalten können, können Sie die Jugendlichen z. B. darin bestärken, sich Unterstützung (z. B. bei Freund:innen, Eltern, Vertrauenslehrer:innen) zu suchen, wenn Ihnen etwas merkwürdig vorkommt; zum Beispiel, wenn Sie auf Inhalte treffen, die Unwohlsein verursachen⁵ oder wenn sie angegriffen und bedrängt werden⁶.

Denkbar wäre es weiterhin – je nach inhaltlichem Schwerpunkt der Einheit – eine weitere Einheit zum Thema „Werbung“ anzuschließen bzw. für die Schüler:innen in Aussicht zu stellen. Es sind aber auch andere Schwerpunktsetzungen und thematische Fortführungen denkbar (für Vorschläge siehe Kapitel 6).



⁵ Inhalte können in der Regel über die Plattformen selbst, aber auch über externe Meldestellen wie zum Beispiel die von Jugendschutz.net gemeldet werden: jugendschutz.net/hotline/

⁶ Wenn Jugendliche zum Beispiel von Hass im Netz betroffen sind, können sie sich an die Beratungsstelle von Hate Aid wenden: hateaid.org

Schau dir das Video an und beantworte die Fragen auf dem Arbeitsblatt.
Mach dir dazu Notizen.

1. Eine erste Annäherung an das Video

Name des Videos:

Worum geht es in dem Video?

.....
.....
.....

Was weißt du bereits über das Thema? Erfährst du Neues oder bekommst eine andere Sichtweise auf das Thema im Video?

.....
.....
.....

2. Absichten Erkennen

Was glaubst du: welche Absicht verfolgt das Video? Woran kannst du das erkennen?

.....
.....
.....

3. Wirkungen beschreiben

Was macht das Video mit dir? Wie fühlst du dich nach dem Schauen?

.....
.....
.....

Was kann das Video mit anderen Leuten machen?

.....
.....
.....

Wie könnten sich Leute nach dem Schauen fühlen? Wie denken sie vielleicht anders über das Thema, nachdem sie das Video gesehen haben?

.....
.....
.....

Schau dir das Video an und beantworte die Fragen auf dem Arbeitsblatt.
Mach dir dazu Notizen.

1. Eine erste Annäherung an das Video

Name des Videos:

Wie ist das Video aufgebaut?

.....
.....
.....

Wie fängt das Video an? Womit hört es auf?

.....
.....
.....

u.a. bei *TikTok*: Welcher Sound wird verwendet?

.....

2. Absichten Erkennen

Was glaubst du: Warum hat man das Video so gemacht? Woran kannst du das erkennen?

.....
.....
.....

3. Wirkungen beschreiben

Was macht das Video mit dir? Wie fühlst du dich nach dem Schauen?

.....
.....
.....

Was kann das Video mit anderen Leuten machen?

.....
.....
.....

Wie könnten sich Leute nach dem Schauen fühlen? Wie denken sie vielleicht anders über das Thema, nachdem sie das Video gesehen haben?

.....
.....
.....

Schau dir das Video an und beantworte die Fragen auf dem Arbeitsblatt.
Mach dir dazu Notizen.

1. Eine erste Annäherung an das Video

Name des Videos:

Wer spricht im Video? (Und: Wer spricht nicht im Video, könnte aber vielleicht besser über das Thema sprechen?)

.....
.....
.....

Wer ist im Video zu sehen? Was machen die Personen?

.....
.....
.....

2. Absichten Erkennen

Was glaubst du: Was sind die Absichten der Personen, die das Video gemacht haben? Woran kannst du das erkennen?

.....
.....
.....

3. Wirkungen beschreiben

Was macht das Video mit dir? Wie fühlst du dich nach dem Schauen?

.....
.....
.....

Was kann das Video mit anderen Leuten machen?

.....
.....
.....

Wie könnten sich Leute nach dem Schauen fühlen? Wie denken sie vielleicht anders über das Thema, nachdem sie das Video gesehen haben?

.....
.....
.....

4. Mögliche Adaptionen und Erweiterungen der Einheit

Die oben beschriebene Unterrichtseinheit kann je nach Lerngruppe und Zeitrahmen angepasst werden. Möglich sind einerseits inhaltliche Erweiterungen etwa durch einen fachlichen Input z. B. zum Thema „Wirkung narrativer Angebote“, „Politische Meinungsbildung“, „Fake News“ usw. Andererseits kann die Arbeit mit dem Webvideo im Hinblick auf die Videowahl oder die Sozialform während der Arbeitsphase variiert werden:

a) Analyse mehrerer Videos

Z. B. unterschiedliche Genres⁷: Statt eines Videos können auch mehrere Videos (z. B. aus unterschiedlichen Genres wie Erklärvideo, Kommentar, ...) vorgegeben werden. In Gruppenarbeit bearbeiten die Schüler:innen jeweils ein anderes Video anhand der Fragen auf dem Arbeitsblatt. Für diese Variante ist mehr als 45 Minuten erforderlich: An die Arbeitsphase schließt in diesem Fall eine Präsentationsphase an, in der die Gruppen ihre Ergebnisse der Klasse vorstellen. Die für die Gruppenarbeit gewählten Videos sollten vergleichbar sein im Hinblick auf die Länge und den Komplexitätsgrad.

Beispielsweise können Sie neben dem oben vorgeschlagenen Video von Jonas Ems einen Clip der Initiative *Fridays for Future* vorgeben. Ein mögliches Video wäre „No One Is Too Small to Make a Difference! | Fridays For Future“ (youtube.com/watch?v=l-7Zef4uMPM). Im Vergleich zu dem Video von Jonas Ems nutzt dieses Video eine klassische TV-Spot-Optik. Interessant ist hier im Hinblick auf die Analyse von Intentionen die Tatsache, dass es nur mit wenig Sprache auskommt und die Geschichte vorwiegend über unterschiedliche Animationen erzählt.

Besonderer Vorteil dieses Vorgehens ist die Möglichkeit, unterschiedliche Videos und ihre Intentionen miteinander vergleichen zu können. So lassen sich ggf. bestimmte Stilmittel deutlicher herausarbeiten. Zudem kann diese Variante das Interesse der Schüler:innen an der Einheit erhöhen – das zumindest ist eine wichtige Rückmeldung der Schüler:innen im Rahmen der Evaluation der Unterrichtseinheit. Auch diejenigen Lehrer:innen, die diese Variante im Rahmen der Evaluation getestet haben, berichten von einem größeren Erfolg der Einheit.

b) Videoausschnitte verwenden:

Es können statt ganzer Videos auch Ausschnitte gewählt werden. Hier stellen sich einerseits Fragen der Präsentation, z. B.:

- *Werden die Videos vollständig aus dem Webkontext gelöst?*
- *Inwiefern ist Plattform, Titel, Kanal, Datum etc. erkennbar?*

Andererseits rücken aber auch folgende Fragen in den Fokus:

- *Warum wird welcher Teil des Videos herausgegriffen und thematisiert (und warum nicht ein anderer)?*
- *Welche (inhaltlichen/formalen) Aspekte des Videos werden durch diesen Ausschnitt besonders betont? Und warum?*

Ausschnitte sollten daher idealerweise für die Schüler:innen kontextualisiert werden. D.h. es sollte erläutert werden, warum sie ausgewählt wurden und in welchem Zusammenhang sie zu dem Rest des Videos stehen.

Die Kontextualisierung kann auch zu einem inhaltlichen Aspekt der Einheit werden. So kann ein Ausschnitt für *unterschiedliche* Gruppen in der GA *unterschiedlich* gerahmt und damit die Wahrnehmung und Bewertung einer möglichen Intention entsprechend beeinflusst werden. Das wiederum würde im Nachgang eine Diskussion um die Rolle von persönlichen Empfehlungen eröffnen:

- *Wie beeinflusst die Art und Weise der Empfehlung meine Wahrnehmung und Bewertung eines Videos? Macht es einen Unterschied, wer mir ein Video empfiehlt?*
- *Wie verändert sich meine Wahrnehmung des gesamten Videos, wenn ich nur einen Ausschnitt davon gesehen habe?*

Für diese Variante ist mehr als 45 Minuten erforderlich: An die Arbeitsphase schließt in diesem Fall eine Präsentationsphase an, in der die Gruppen ihre Ergebnisse der Klasse vorstellen.

⁷ Die Seite youtube.fandom.com/de/wiki/Kategorie:Genre bietet einen Überblick über YouTube Genres. Diese lassen sich weitgehend auch auf Webvideos anderer Plattformen übertragen.

c) Schüler:innen suchen eigene Videos:

Statt Videos vorzugeben, suchen sich die Schüler:innen in Kleingruppen selbst jeweils ein Video aus und übertragen das Analyseschema aus Tabelle 1 auf dieses Video. Ziel ist ein Video zu finden, welches sich mindestens einer vorgegebenen Textform (z. B. Kommentar, Werbung/Produktplatzierung, Nachricht, Anleitung) begründet zuordnen lässt. Die Videos sollten möglichst nicht länger als fünf Minuten sein. Für diese Variante ist mehr als 45 Minuten erforderlich. Alternativ lässt sich die vollständige Videoanalyse im Rahmen einer Hausarbeit umsetzen. Die Ergebnisse werden dann von den Kleingruppen zu Beginn der nachfolgenden Stunde präsentiert.

Besonderer Vorteil dieses Vorgehens ist die Möglichkeit, unterschiedliche Videos und ihre Intentionen miteinander vergleichen zu können. So lassen sich ggf. bestimmte Stilmittel deutlicher herausarbeiten. Weiterhin ist diese Variante stärker handlungsorientiert und näher an der jeweiligen Lebenswelt der Schüler:innen.

d) Eigene Videos erstellen:

Eine deutlich aufwendigere, aber auch handlungsorientiertere Variante ist die Erstellung eigener Videos. Dafür kann die Lehrperson unterschiedliche Intentionen in Karten an Kleingruppen verteilen. Diese erstellen dann zu einer ausgewählten Intentionen ein Video, welches die jeweilige Absicht verdeutlicht. Diese Videos werden dann nach Fertigstellung im Plenum vorgestellt und entlang der Fragen in Tabelle 1 analysiert und diskutiert.



e) Audiovisuelle Gestaltungsmerkmale analysieren:

In leistungsstärkeren Lerngruppen oder wenn mehr Zeit zur Verfügung steht, könnte eine Analyse der audiovisuellen Gestaltungsmerkmale (z. B. Musik, Perspektive, Schnitte) und ihrer Wirkung auf die Zuschauer:innen des Videos im Hinblick auf eine bestimmte Fragestellung durchgeführt werden. Diese Fragestellung könnte z. B. lauten:

- *Welche Rolle spielen schnelle Schnitte für die Überzeugungskraft des Videos (schnelle Schnitte = Überforderung bei den Nutzer:innen)?*
- *Welche Rolle spielt die direkte Ansprache der Zuschauer:innen für die Wirkung des Videos?*

5. Quellen und Referenzen

Briones, R., Nan, X., Madden, K., & Waks, L. (2012).

When vaccines go viral: an analysis of HPV vaccine coverage on YouTube. Health communication, 27, 478–485. doi.org/10.1080/10410236.2011.610258

Devendorf, A., Bender A. & J. Rottenberg (2019).

Depression presentations, stigma, and mental health literacy: A critical review and YouTube content analysis. Clinical Psychology Review, online first. doi.org/10.1016/j.cpr.2020.101843

die medienanstalten (2022).

Intermediäre und Meinungsbildung. Gewichtungsstudie zur Relevanz der Medien für die Meinungsbildung in Deutschland, 2022-I.

Abgerufen am 28. November 2022 von [die-medienanstalten.de/fileadmin/user_upload/die_medienanstalten/Forschung/Intermediaere_und_Meinungsbildung/Intermediaere_Meinungsbildung_2022-I.pdf](https://www.medienanstalten.de/fileadmin/user_upload/die_medienanstalten/Forschung/Intermediaere_und_Meinungsbildung/Intermediaere_Meinungsbildung_2022-I.pdf)

Döring, N. (2018).

Wie wird das Problem des sexuellen Kindesmissbrauchs auf YouTube thematisiert? Zeitschrift für Sexualforschung, 31, 333–356. doi.org/10.1055/a-0759-4172

Ernst, J., Schmitt, J. B., Rieger, D. & Roth, H.-J. (2020).

Internetpropaganda als Unterrichtsgegenstand – der didaktische Ansatz des Präventionsprogramms CONTRA.

In Schmitt, J. B., Ernst, J., Rieger, D. & Roth, H.-J. (Hrsg., 2020). Propaganda und Prävention. Forschungsergebnisse, didaktische Ansätze sowie interdisziplinäre Perspektiven zur pädagogischen Arbeit zu extremistischer Internetpropaganda (S. 45–60). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Gapski, H. & Tekster, T. (2009).

Informationskompetenz in Deutschland. Überblick zum Stand der Fachdiskussion und Zusammenstellung von Literaturangaben, Projekten und Materialien zu einzelnen Zielgruppen.

Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM). Abgerufen am 26. Oktober 2021 von [medienanstalt-nrw.de/fileadmin/lfm-nrw/Aktuelle_Forschungsprojekte/Informationskompetenz_in_Deutschland_August_09.pdf](https://www.medienanstalt-nrw.de/fileadmin/lfm-nrw/Aktuelle_Forschungsprojekte/Informationskompetenz_in_Deutschland_August_09.pdf)

Horak, L. (2014).

Trans on YouTube: Intimacy, visibility, temporality. TSQ: Transgender Studies Quarterly, 1(4), 572–585. doi.org/10.1215/23289252-2815255

Hugger, K., Braun, L. M., Noll, C., Nowak, T., Gräber, L., Zimmermann, D., & Kaspar, K. (2019).

Zwischen Authentizität und Inszenierung: Zur medienkritischen Einschätzung informationso-rientierter YouTube*innen-Videos durch Jugendliche.

In: von Gross, F. & Röllecke, R. (Hrsg.), Instagram und YouTube der Teens und Tweens – Inspiration, Beeinflussung, Teilhabe. (Schriftenreihe Dieter Baacke Preis Handbuch 14). München: kopaed

Koch, W. & Beisch, N. (2020).

Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2020. Erneut starke Zuwächse bei Onlinevideo.

Media Perspektiven, 9, 482-500.

Lang, R. (2021).

YouTube verbietet Impflügen.

Abgerufen am 30. Oktober 2021 von [netzpolitik.org/2021/desinformation-youtube-verbietet-impfluegen/](https://www.netzpolitik.org/2021/desinformation-youtube-verbietet-impfluegen/)

Lewis, R. (2018).

ALTERNATIVE INFLUENCE. Broadcasting the Reactionary Right on YouTube.

Abgerufen am 30. Oktober 2021 von datasociety.net/library/alternative-influence/

Medienanstalt Berlin Brandenburg (Hrsg., 2021).

EMPFEHLUNGEN IN KRISENZEITEN.

Welche Inhalte machen die Empfehlungsalgorithmen von YouTube sichtbar?

Abgerufen am 30. Oktober 2021 von [medienanstalt-nrw.de/fileadmin/user_upload/NeueWebsite_0120/Zum_Nachlesen/YouTube-Studie_EmpfehlungenKrisenzeiten_210224.pdf](https://www.medienanstalt-nrw.de/fileadmin/user_upload/NeueWebsite_0120/Zum_Nachlesen/YouTube-Studie_EmpfehlungenKrisenzeiten_210224.pdf)

mpfs (2021).

JIM-Studie 2021. Jugend, Information, Medien.

Abgerufen am 09. November 2022 von [mpfs.de/studien/jim-studie/2021/](https://www.mpfs.de/studien/jim-studie/2021/)

mpfs (2022).

JIM-Studie 2022. Jugend, Information, Medien.

Abgerufen am 28. November 2022 von [mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2022/JIM_2022_Web_final.pdf](https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2022/JIM_2022_Web_final.pdf)

Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Eddy, K. & Kleis Nielsen, R. (2022).

Reuters Institute Digital News Report 2022.

Abgerufen am 28. November 2022 von [reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital_News-Report_2022.pdf](https://www.reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital_News-Report_2022.pdf)

Niemeier, T. (2020).

„Krass Klassenfahrt“ auch künftig bei Joyn zu sehen.

Abgerufen am 28. November 2020 von [dwdl.de/nachrichten/76467/krass_klassenfahrt_auch_kuenftig_bei_joyn_zu_sehen/](https://www.dw.de/nachrichten/76467/krass_klassenfahrt_auch_kuenftig_bei_joyn_zu_sehen/)

Rat für kulturelle Bildung (2019).

Jugend/YouTube/Kulturelle Bildung.

Horizont 2019. Abgerufen am 9. Oktober 2019 von [stiftung-mercator.de/de/publikationen/jugend-youtube-kulturelle-bildung-horizont-2019/](https://www.stiftung-mercator.de/de/publikationen/jugend-youtube-kulturelle-bildung-horizont-2019/)

Reinhardt, S. (2014).

Handlungsorientierung.

In W. Sander & B. Asbrand (Hrsg.), Reihe Politik und Bildung. Bd. 69: Handbuch politische Bildung (4. Ausgabe, S. 275–283). Schwalbach/Ts.: Wochenschau-Verlag.

Rieder, B., Matamoros-Fernández, A., & Coromina, Ó. (2018).

From ranking algorithms to “ranking cultures”: Investigating the modulation of visibility in YouTube search results.

Journal of Research into New Media Technologies, 24, 50–68. doi.org/10.1177/1354856517736982

Ringk, E. (2019).

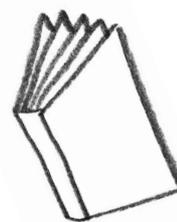
Die Rechnung geht auf: Wie Marken von YouTube Erklärvideos profitieren.

Abgerufen am 15. Juli 2020 von [thinkwithgoogle.com/intl/de-de/marketingka-naele/youtube/wie-marken-von-youtube-erklarevideos-profitieren/](https://www.thinkwithgoogle.com/intl/de-de/marketingka-naele/youtube/wie-marken-von-youtube-erklarevideos-profitieren/)

Sobande, F. (2017).

Watching me watching you: Black women in Britain on YouTube.

European Journal of Cultural Studies, 20(6), 655–671. doi.org/10.1177/1367549417733001



6. Weiterführende Ressourcen

Nachfolgend findet sich eine Auswahl an weiterführenden Materialien und Ressourcen:

Erklärvideos zu Textsorten und -intentionen

Textintention (BR Alpha):
ardmediathek.de/video/alpha-lernen-deutsch/textintention/ard-al-pha/Y3JpZDovL2JyLmRIL3ZpZGVvLzU5ZjY2ZmlwLTc0N2MtNDA0OC05MGQxLzEzNWE1NTE2YjU4Nw/

Journalistische Textsorten (BR Alpha):
ardmediathek.de/video/alpha-lernen-oder-deutsch/journalistische-textsorten-meldung-nachricht-bericht/ard-al-pha/Y3JpZDovL2JyLmRIL3ZpZGVvLzQ0YzZkZWYzLTJjN-mEtNDMzNy1iZmJlTl0ZTFmNzg4NmVkm-w/?isChildContent

Auditive Ebene und Erzählstruktur (BR Alpha):
ardmediathek.de/video/alpha-lernen-oder-deutsch/auditive-ebene-und-erzaehlstuktur/ard-al-pha/Y3JpZDovL2JyLmRIL3ZpZGVvLzU3YTJhNWizLTUzN2YtNGUyYS1iNGM4LT-M1YWRIzmg4NmNjNg/?isChildContent

Materialien zu YouTube und sozialen Medien

Themenblätter im Unterricht (Nr. 119):
Digitale Öffentlichkeit, Social Media und ich
bbp.de/shop/lernen/themenblaetter/270495/digitale-oeffentlichkeit-social-media-und-ich

Kosmos YouTube – Arbeitsmaterial für den Unterricht (Klicksafe)
klicksafe.de/materialien/kosmos-youtube

Materialien zu Webvideos und Politik

Begriffswelten Islam – Deutungsvielfalt wichtiger Begriffe aktueller Islamdiskurse
bbp.de/lernen/bewegt-bild-und-politische-bildung/webvideo/begriffswelten-islam/

ABDELKRATIE. Eine Handreichung für die schulische und außerschulische politische Bildung
bbp.de/shop/buecher/individuellepublikationen/338484/abdelkratie-mit-dvd?pk_campaign=nl2021-09-28&pk_kwd=338484

Extremismus im Internet – Drei Lernarrangements zur Förderung von Medienkritik-fähigkeit im Umgang mit Internetpropaganda in der Schule
project-contra.org/Contra/DE/Handreichung/handreichung_node.html?jsessionid=AD92A6F4003F11A46D9F60703CF265BB.live611
Zweites Lernarrangement befasst sich ausdrücklich mit der Rolle von Algorithmen für die Bereitstellung von Inhalten auf *YouTube*

Rezo, eine Debatte und der Deutschunterricht
bobblume.de/2020/06/28/unterricht-rezo-eine-debatte-und-der-deutschunterricht/#Grobstruktur

Materialien zu Information und Medien

Themenblätter im Unterricht (Nr. 117):
Informationsfreiheit
bbp.de/shop/lernen/themenblaetter/260899/informationsfreiheit

Themenblätter im Unterricht (Nr. 107):
Medien – die „vierte Gewalt“
bbp.de/shop/lernen/themenblaetter/203997/medien-die-vierte-gewalt

Themenblätter im Unterricht (Nr. 95):
Medien und Politik
bbp.de/shop/lernen/themenblaetter/145926/medien-und-politik

Themenblätter im Unterricht (Nr. 118):
Hate Speech – Gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit im Netz
bbp.de/shop/lernen/themenblaetter/270493/hate-speech-gruppenbezogene-menschenfeindlichkeit-im-netz

Fake News im Netz erkennen (BR)
br.de/sogehmedien/stimmt-das/luegen-erkennen/unterrichtsmaterial-un-wahrheiten-luegen-erkennen-100.html

Fake News: Wahrheit oder Lüge (Digibits – Digitale Bildung trifft Schule)
digibits.de/materialien/fake-news-wahrheit-oder-luege-manipulation-in-bild-und-textproduktion/

Deep Fakes und Deep Voices (Landesbildungsserver BW)
schule-bw.de/faecher-und-schularten/sprachen-und-literatur/deutsch/unterrichtseinheiten/fake-news/modul-deepfake-deepvoice

Vorschläge für Unterrichtseinheiten „Deepfakes“ (BR)
br.de/sogehmedien/stimmt-das/deepfakes/unterrichtsmaterial-deepfakes-stundenablauf-100.html

Prevention of Youth Radicalisation Through Self-Awareness of Cognitive Biases. Toolkit für Lehrer*innen mit einsatzbereiten Unterrichtsplänen
precobias.eu/de/paedagogische-ressourcen/

Vertiefungen Fake News und Verschwörungserzählungen

Verschwörungstheorien (Klicksafe)
klicksafe.de/themen/problematische-inhalte-verschwuerungstheorien/

Willst du mit mir Fakten checken gehen? (Klicksafe)
klicksafe.de/materialien/begleitmaterial-willst-du-mit-mir-fakten-checken-gehen
klicksafe.de/desinformation-und-meinung

ETHIK MACHT KLICK. Meinungsbildung in der digitalen Welt (Klicksafe)
klicksafe.de/materialien/ethik-macht-klick-werte-navi-fuers-digitale-leben

Tanja Köhler (Hrsg.) Fake News, Framing, Fact Checking: Nachrichten im digitalen Zeitalter
bbp.de/shop/buecher/schriftenreihe/332774/fake-news-framing-fact-checking-nachrichten-im-digitalen-zeitalter

FakeFilter. Webvideo-Projekt mit Mr. Trash-pack zum Thema Fake News
bbp.de/309779

Spezial zum Thema „Fake News“
bbp.de/gesellschaft/medien-und-sport/fake-news/308020/stopfakenews-fake-news-erkennen

Wahre Welle TV – Ein Format zu Verschwörungstheorien
bbp.de/lernen/projekte/wahre-welle/

Alexander Sängler „Katz-und-Maus-Spiel mit Desinformation: Die Möglichkeiten und Grenzen von Faktenchecks“
bbp.de/gesellschaft/digitale-desinformation/290570/moeglichkeiten-und-grenzen-von-faktenchecks

Impressum

Herausgeberin:

Bundeszentrale für politische Bildung/bbp, Adenauerallee 86, 53113 Bonn, www.bbp.de

Redaktion: Pia Grundmann, Ruža Renić

E-Mail der Redaktion: bewegt-bild@bbp.de

Autorin: Dr. Josephine B. Schmitt

Gestaltung, Illustration: Mohr Design, Köln

Redaktionsschluss: 31. 7. 2023

Lizenz: Dieses Werk steht – soweit nicht durch Copyright-Angaben anders gekennzeichnet – unter der Lizenz CC BY-SA 4.0. Den rechtsverbindlichen Lizenzvertrag finden Sie unter creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/legalcode.de. Sie dürfen die Inhalte bearbeiten und die bearbeitete Fassung für Ihren Unterricht nutzen. Voraussetzungen für die Weitergabe der bearbeiteten Fassung an Dritte sind die Nennung des Werktitels mit Link, der Autoren und der bpb als Herausgeberin, ein Hinweis auf etwaige Bearbeitungen sowie die Weitergabe unter derselben Lizenz. Das Recht auf Weitergabe gilt nicht für Inhalte mit Copyright-Angabe.

Beachten Sie bitte auch unser weiteres Print- sowie unser Online- und Veranstaltungsangebot. Dort finden sich weiterführende, ergänzende wie kontroverse Standpunkte zum Thema dieser Publikation.

https://