

Miriam Goetz: "Jo Alter, jetzt check' ich das"

Im Beitrag wird anhand verschiedener Online-Lernvideo-Formate und mittels typischer Online-Marketing-Kennzahlen sowie einer qualitativen Kommentaranalyse ergründet, welche Faktoren von Lernvideos die Bildungsumgebung Jugendlicher beeinflussen. Dabei soll aufgezeigt werden, dass insbesondere der getätigte, informelle Sprachstil und einfache Darstellungen in den Videos durch die Rezipient*innen positiv aufgefasst werden. Die Untersuchung der Kommentare zeigt aber auch auf, dass ein zu stark eingesetzter, informeller Sprachstil eher negativ wahrgenommen wird.

Literatur

Buchinger, A. (2015). «Inszenierungen des (Selber-) Machens. DIY im Web 2.0 und Formen des Making-of»; Annual Conference of the Leibniz Graduate School History, Knowledge, Media in East Central Europe, 18-20 November 2015, The Herder Institute for Historical Research on East Central Europe –Institute of the Leibniz Association, Marburg. www.herder-institut.de/fileadmin/user_upload/pdf/Aktuelles/tagungen/Selbermachen/Abstract_Buchinger.pdf

Cwielong, Andrea, Kommer, Andreas. 2020. «Alles Simple (Club)? Bildung in der digitalen vernetzten Welt. Erste Ergebnisse einer Marktanalyse im Feld der Erklärvideos und Tutorials»; In: Medienpädagogik; Themenheft Nr. 39: Orientierungen in der digitalen Welt. Herausgegeben von Bardo Herzig, Tilman-Mathies Klar, Alexander Martin und Dorothee M. Meister; www.medienpaed.com/article/view/846; DOI:<https://doi.org/10.21240/mpaed/39/2020.12.11.X>

Rathgeb, Thomas, Schmid, Thomas: «JIM 2023. Jugend, Information, Medien. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland». Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2022/JIM_2023_web_final.pdf, 21.02.2024

Geise, Stephanie. 2017. Meinungsführer und der Flow of Communication. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft.

Horton, Donald und Wohl, Richard, 1956. Mass communication and para-social interaction: observation on intimacy at a distance. *Psychiatry* 19: 215-229.

Rentz, Ingo. 2021. «Die Marken- und Marketingstrategie von Simpleclub». Zugriff; 09.04.2021 www.horizont.net/marketing/nachrichten/edtech-startup-die-marken-und-marketingstrategie-von-simpleclub-190575?utm_source=%2Fmeta%2Fnewsflash%2Fvor9&utm_medium=newsletter&utm_campaign=nl44117&utm_term=ad2906358fb2780132882792216a0ab2

Schnabel, Susanne. 2020. «Die bekanntesten Youtubekanäle mit Lernvideos». Zugriff: 20.04.2020. www1.wdr.de/wissen/mensch/youtube-tutorials-uebersicht-100.html

Theobald, Tim. 2019. «Die digital Natives lieben Streaming – in Kombination mit klassischem TV» In Horizont. Zugriff: 22.04.2020 www.horizont.net/medien/nachrichten/generationen-y-und-z-die-digital-natives-lieben-streaming---in-kombination-mit-klassischem-tv-179259

merz | medien + erziehung | Arnulfstraße 205 | 80634 München
| fon 089.68989120 | merz@jff.de | www.merz-zeitschrift.de

Wolf, Karsten. 2015. «Bildungspotenziale von Erklärvideos und Tutorials auf YouTube. Audio-Visuelle Enzyklopädie, adressatengerechtes Bildungfernsehen, Lehr-Lern-Strategie oder partizipative Peer Education?». In. merz 59/15, 30–36.