

Annektrin Bock/Merja Mahrt: Was Jugendliche online schauen

Beitrag aus Heft »2017/01: Neue Gendermedienwelten?!«

YouTube gilt als favorisierter Anlaufpunkt für junge Mediennutzende auf ihrer Suche nach Online-Videos zu Games, Musik, Comedy oder Beautytipps. Der Beitrag analysiert, welche Rollenrepräsentationen die beiden in Deutschland populären YouTube-Kanäle BibisBeautyPalace und ApeCrime für ihr Publikum anbieten. Die Ergebnisse der Untersuchung deuten an, dass Gendermainstream und stereotype Darstellungen in den von Jugendlichen rezipierten Angeboten eher die Regel als die Ausnahme darstellen.

Dr. Annektrin Bock ist Medien- und Kommunikationswissenschaftlerin am Georg-Eckert-Institut in Braunschweig. Ihre aktuellen Forschungsprojekte zu digital media practices reflektieren insbesondere die theoretischen und methodischen Herausforderungen von Digitalisierungsprozessen in Bildungskontexten.

Dr. Merja Mahrt ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Sozialwissenschaften an der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf. Sie erforscht soziale Funktionen und Wirkungen von On- und Offlinemedien.

Literatur:

Ault, Susanne (2015). Digital star popularity grows versus mainstream celebrities. Variety.
www.variety.com/2015/digital/news/youtubers-teen-survey-ksi-pewdiepie-1201544882 [Zugriff: 23.07.2015].

Bock, Annektrin/Isermann, Holger/Knieper, Thomas (2011). Quantitative content analysis of the visual. In: Margolis, Eric/Pauwels, Luc (Hrsg.), The Sage handbook of visual research methods. Los Angeles, CA: Sage. S. 265–282.

Brummet, Barry (2010). Techniques of close reading. Thousand Oaks, CA: Sage. Carroll, Samantha (2008). The practical politics of step-stealing and textual poaching: YouTube, audio-visual media and contemporary swing dancers online. In: The Journal of Research into New Media Technologies, 14 (2), S. 183–204.
doi:10.1177/1354856507087943

Christian, Aymar J. (2009). Camp 2.0: A queer performance of camp on YouTube. Paper der 59. Jahrestagung der International Communication Association, Phoenix, AZ.

Ciscek, Erica (2012). Developing a global queer community in the digital age: A narrative analysis of international contributions to the It Gets Better Project. Paper der 59. Jahrestagung der International Communication Association, Phoenix, AZ.

Eisemann, Christoph (2015). C Walk auf YouTube. Sozialraumkonstruktion, Aneignung und Entwicklung in einer digitalen Jugendkultur. Wiesbaden: Springer VS.

Erhart, Julia (2014). 'Mr G is deffinatly bringin' sexy back': Characterizing Chris Lilley's YouTube audience. In:

Journal of Media & Cultural Studies, 28 (2), S. 176–187. doi:10.1080/10304312.2014.888039

Feierabend, Sabine/Plankenhorn, Theresa/Rathgeb, Thomas (2015). Kinder und Medien, Computer und Internet. Media Perspektiven, (4), S. 186–198. www.media-perspektiven.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2015/042015_Feierabend_Plankenhorn_Rathgeb.pdf [Zugriff: 14.06.2016].

Feierabend, Sabine/Plankenhorn, Theresa/Rathgeb, Thomas (2014). Jugend, Information, Multimedia. Media Perspektiven, (12), S. 596–607. www.media-perspektiven.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2014/12-2014_Feierabend_Plankenhorn_Rathgeb.pdf [Zugriff: 14.06.2016].

Frank, Benedikt (2015). Feiern wie das Establishment. Deutscher Webvideopreis. Süddeutsche Zeitung. www.sueddeutsche.de/medien/youtube-stars-treffen-der-generationen-1.2520568 [Zugriff: 14.06.2015]

Goldmedia (o. D.). BLM/LFK-Web-TV-Monitor 2015. Online-Video-Angebote in Deutschland. Berlin. www.blm.de/files/pdf1/160119-web-tv-monitor-2015_langversion.pdf [Zugriff: 14.06.2015].

Gruber, Angela (2016). Sexismus auf YouTube. "Was?? Die hat so 'nen Vorbau?" Spiegel Online. www.spiegel.de/netzwelt/web/youtube-und-sexismus-was-die-hat-so-nen-vorbau-a-1115890.html [Zugriff: 18.10.2016].

Guo, Lei/Lee, Lorin (2013). The critique of YouTube-based vernacular discourse: A case study of YouTube's Asian community. Critical Studies in Media Communication, 30 (5), S. 391–406. doi:10.1080/15295036.2012.755048

Holfelder, Ute/Ritter, Christian (2015). Handyfilme als Jugendkultur. Konstanz: UVK. Jenkins, Henry/Ford, Sam/Green, Joshua E. (2013). Spreadable media. Creating value and meaning in a networked culture. New York, NY: New York University Press.

Koch, Wolfgang/Liebholz, Bernd (2014). Bewegtbildnutzung im Internet und Funktionen von Videoportalen im Vergleich zum Fernsehen. Media Perspektiven, o. Jg. (7-8), S. 397–407. www.media-perspektiven.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2014/0708-2014_Koch_Liebholz.pdf [Zugriff: 14.06.2016].

Kopacz, Maria/Lee Lawton, Bessie (2011). The YouTube Indian: Portrayals of Native Americans on a viral video site. New Media & Society, 13 (2), S. 330–349. doi:10.1177/1461444810373532

Lange, Patricia G. (2007). Publicly private and privately public: Social networking on YouTube. Journal of Computer-Mediated Communication, 13 (1), S. 361–380. doi:10.1111/j.1083-6101.2007.00400.x

Leber, Sebastian (2014). Mein erster Shitstorm. Let's Play oder: Wenn Fans wütend werden. Tagesspiegel. www.tagesspiegel.de/medien/lets-play-oder-wenn-fans-wuetend-werden-mein-erster-shitstorm/9971300.html [Zugriff: 31.05.2016].

Light, Ben/Griffiths, Marie/Lincoln, Siân (2012). 'Connect and create': Young people, YouTube and graffiti communities. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 26, S. 343–355. doi:10.1080/10304312.2012.665833

Livingstone, Sonia (2013). Children's Internet culture. Power, change and vulnerability in twenty-first century childhood. In Dafna Lemish (Hrsg.), *The Routledge international handbook of children, adolescents and media*. London, UK: Routledge. S. 111–119.

Livingstone, Sonia/Haddon, Leslie/Görzig, Anke/Ólafsson, Kjartan (2011). Risks and safety on the Internet: The perspective of European children: Full findings and policy implications from the EU Kids Online survey of 9-16 year olds and their parents in 25 countries. <http://eprints.lse.ac.uk/33731>

Mahrt, Merja (2016, im Druck). YouTube-Hits zwischen Diversifikation und Integration. In Olaf Jandura, Manuel Wendelin, Marian Adolf, & Jeffrey Wimmer (Hrsg.), *Integration und Diversifikation*. Heidelberg: Springer. S. 169–183.

Mazzarella, Sharon R. (2013). Media and gender identities. Learning and performing femininity and masculinity. In Dafna Lemish (Hrsg.), *The Routledge international handbook of children, adolescents and media*. London, UK: Routledge. S. 279–286.

Monaco, James (2009). *How to read a film. Movies, media and beyond*. New York, NY: Oxford University Press. Muller, Amber (2011). Virtual communities and translation into physical reality in the 'It Gets Better' project. *Journal of Media Practice*, 12 (3), S. 269–277. doi:10.1386/jmpr.12.3.269_1

van Looy, Jan/Baetens, Jan (2003). *Close reading new media. Analysing electronic media*. Löwen, Belgien: Leuven University Press.

Weber, Mathias (2013). Psychosocial functions of shared media use among German adolescents. *Journal of Children and Media*, 7 (3), S. 366–382. doi:10.1080/17482798.2012.755634 webvideo.com (2013). YouTube Studie Erfolgsfaktoren. www.andreasgraap.de/pdf/youtube_studie.pdf [Zugriff: 31.05.2014].

Wegener, Claudia (2008). *Medien, Aneignung und Identität: „Stars“ im Alltag jugendlicher Fans*. Wiesbaden: VS Verlag.

Wotanis, Lindsey/McMillan, Laurie (2014). Performing gender on YouTube. *Feminist Media Studies*, 14 (6), S. 912–928. doi:10.1080/14680777.2014.882373

Xiao, Chunjing/Su, Ling/Bi, Juan/Xue, Yuxia/Kuzmanovic, Aleksandar (2012). Selective behavior in online social networks. Paper der IEEE/WIC/ACM International Conferences on Web Intelligence and Intelligent Agent Technology, Macau. doi: 10.1109/WI-IAT.2012.42

Yin-Poole, Wesley (2013). YouTuber KSI dumped by Microsoft after Xbox One launch appearance. Eurogamer.net. www.eurogamer.net/articles/2013-11-22-youtuber-ksi-dumped-by-microsoft-after-xbox-one-launch-appearance [Zugriff: 23.11.2016].

YouTube (o. D.). Community guidelines. Don't cross the line.

www.youtube.com/yt/policyandsafety/en/communityguidelines.html#communityguidelines-line-crossing [Zugriff:
23.11.2016]