
Themenheft Nr. 53: ENT|GRENZ|UNGEN in der Medienpädagogik.

Perspektiven im Anschluss an den 28. Kongress der DGfE

Herausgegeben von Larissa Ade, René Breiwe, Lukas Dehmel, Karsten D. Wolf, Klaus Rummler, Valentin Dander, Nina Grünberger und Mandy Schiefner-Rohs

Diversität in Erklärvideos auf YouTube

Dekonstruktion oder Fortführung einer genderspezifischen Ordnung in informellen audio-visuellen Bildungsräumen?

Verena Honkomp-Wilkens¹  und Karsten D. Wolf¹ 

¹ Universität Bremen

Zusammenfassung

YouTube ist ein zentrales Social Video Network für Jugendliche und junge Erwachsene. Bisherige Untersuchungen zur genderspezifischen Darstellung von YouTuber:innen weisen auf eine genderstereotype Darstellung hin. Dieser Beitrag fokussiert die Frage, inwiefern mit stereotypen Darstellungen von Geschlecht in Erklärvideos und Tutorials auf YouTube gebrochen wird und mit welchen Differenzkategorien Gender dabei verwoben ist. Auf Basis einer Analyse von 59 Interviews mit 14- bis 22-Jährigen werden zunächst beliebte YouTube-Kanäle zu schulischen und freizeitbezogenen Themen identifiziert und dann bzgl. ihrer Diversität (Gender, Alter, Race/ethnicity) analysiert. In einem zweiten Schritt werden die Bedeutung von Diversitäts-Dimensionen auf die Auswahlstrategien der Rezipient:innen sowie deren Zuschreibung von (Erklär-)Kompetenz und Fachexpertise der Videoprotagonist:innen analysiert. Im audio-visuellen Bildungsraum YouTube finden sich Belege für eine vergleichsweise höhere Diversität der erklärenden Videoprotagonist:innen in ausserschulischen im Vergleich zu schulischen Themenfeldern, in denen überwiegend weiss und männlich gelesene Personen im Alter zwischen Anfang Zwanzig bis Mitte Vierzig zu sehen sind. Frauen und PoC werden beinahe ausschliesslich in freizeitorientierten Themenfeldern sowie insgesamt häufiger in englischsprachigen Erklärvideos rezipiert. Doch auch der Bereich der ausserschulischen Erklärvideos und Tutorials ist durch eine genderspezifische Ordnung gekennzeichnet, in deren Rahmen Themenfelder entsprechend stereotypen Vorstellungen von Männlichkeit und Weiblichkeit bespielt werden. Diese Ordnung wird von den Schüler:innen überwiegend nicht hinterfragt, sondern aus stereotypen Vorstellungen über die Wahrnehmung von Geschlecht begründet. Davon abweichende Selbstinszenierungen werden als potenzielle Bereicherung – allerdings nur für Mädchen und Frauen – beschrieben. Aus den Ergebnissen können sowohl medienpädagogische Bedarfe bzgl. einer gendersensiblen Medienbildung identifiziert werden als auch vertiefende Forschungsfragen zu sprachraum- und themenbezogenen Unterschieden bildungsbezogener Stereotypisierungen abgeleitet werden.*

Diversity in Explainer Videos on YouTube. Deconstruction or Continuation of a Gendered Order in Informal Audio-Visual Educational Spaces?

Abstract

YouTube is a key social video network for teenagers and young adults. Previous studies on the gender-specific representation of YouTubers indicate a gender-stereotypical representation. This article focusses on the question of the extent to which stereotypical representations of gender are broken in YouTube explainer videos and tutorials and the categories of difference with which gender is interwoven. Based on an analysis of 59 interviews with 14- to 22-year-olds, popular YouTube channels on school and leisure-related topics are first identified and then analysed with regard to their diversity (gender, age, race/ethnicity). In a second step, the significance of diversity dimensions on the recipients' selection strategies and their attribution of (explanatory) competence and technical expertise to the video protagonists will be analysed. In the audio-visual educational space YouTube, there is evidence of a comparatively higher diversity of explanatory video protagonists in non-school subject areas in contrast to school subject areas, in which predominantly white and male people aged between their early twenties and mid-forties can be seen. Women and PoC are almost exclusively seen in leisure-oriented subject areas and more frequently in English-language explanatory videos. However, the area of extracurricular explanatory videos and tutorials is also characterised by a gender-specific order in which topics are presented according to stereotypical ideas of masculinity and femininity. This order is predominantly not questioned by the pupils, but is based on stereotypical ideas about the perception of gender. Self-presentations that deviate from this are described to be potentially enriching – but only for girls and women. The results can be used to identify media education needs with regard to gender-sensitive media education as well as to derive in-depth research questions on language and topic-related differences in educational stereotyping.*

1. Problemstellung

YouTube ist das «liebste Internetangebot» (Feierabend et al. 2020, 36) von Jugendlichen zwischen 12 und 19 Jahren in Deutschland. 87% der in der JIM Studie 2020 und 2021 befragten Personen nutzen regelmässig YouTube, um kurze Videos oder Clips anzuschauen. Dabei nutzen Jungen mit 93% die Plattform noch etwas häufiger als Mädchen (82%; Feierabend et al. 2020, 46).¹ YouTube wird von allen Social Media Angeboten noch vor Instagram, TikTok und Snapchat am ehesten genutzt, um sich

1 Werte für non-binäre Personen, die sich mit keiner der beiden Geschlechtsoptionen weiblich und männlich identifizieren können, werden in der JIM Studie nicht genannt.

«die Langeweile zu vertreiben» (40%), «Unterhaltung/Spaß zu haben» (37%), sich «zu inspirieren» (32%) oder sich «zu informieren was in der Welt so los ist» (31%; Feierabend et al. 2021, 40).

Zum rezipierten Videoangebot auf YouTube gehören auch Erklärvideos und Tutorials. Diese sind seit Mitte der 2010er-Jahre zentrale Elemente im Medienrepertoire von Jugendlichen und jungen Erwachsenen und dienen sowohl dem schulbezogenen als auch dem interessensbasierten informellen Lernen (Feierabend et al. 2020; Rat für Kulturelle Bildung e.V. 2019; Wolf 2015b; Honkomp-Wilkens et al. 2022).

Tutorials und Erklärvideos können nach Wolf anhand ihrer didaktischen Struktur ausdifferenziert werden. *Tutorials* sind audiovisuelle Kurzformate, «..., in denen eine Fertigkeit oder Fähigkeit im Sinne einer vollständigen Handlung explizit zum Nachmachen durch die Zuschauer vorgemacht wird ...» (Wolf 2015b, 123). Sie vermitteln also überwiegend prozedurales Wissen und beziehen sich immer auf konkretes und vorzeigbares Handeln. *Erklärvideos* dagegen zeichnen sich durch das Vermitteln von deklarativem Wissen aus, insbesondere von Theorien, Konzepten oder komplexen Weltbeschreibungen sowie Zusammenhangswissen, aber auch Faktenwissen (Wolf 2015b, 123; vgl. detailliert Honkomp-Wilkens et al. 2022).

Im Rahmen einer phänomenologischen Typologisierung von Erklärvideos beschreibt Wolf (2015a, 31f.) vier zentrale Gestaltungsmerkmale, mit denen sich Erklärvideos und Tutorials auf der Videoplattform YouTube von klassischen Angeboten des Bildungfernsehens abgrenzen lassen: (1) hohe thematische und (2) gestalterische Vielfalt, (3) einen informellen Kommunikationsstil sowie (4) eine (vergleichsweise) hohe Diversität in der Autor:innenschaft. Im Fokus des vorliegenden Beitrags steht der vierte Aspekt *Diversität*. Besonderes Augenmerk liegt auf der Diversitätsdimension *Gender*, die entsprechend einer intersektionalen Perspektive mit weiteren Differenzkategorien verwoben ist. Hierbei werden insbesondere die Dimensionen *Race/Ethnicity* sowie Alter betrachtet. Der analytische Schwerpunkt richtet sich sowohl auf die Präsentation bzw. Selbstinszenierung der YouTuber:innen als auch auf deren Wahrnehmung durch die Rezipient:innen der Videos.²

Die Gesamtheit von Erklärvideos und Tutorials auf YouTube kann als eine digitale audio-visuelle Enzyklopädie verstanden werden, in der eine enorme Bandbreite an Erklärungen zu den unterschiedlichsten Themen zur Verfügung gestellt wird (Wolf 2015a, 32). Im Gegensatz zu einer klassischen Enzyklopädie bietet YouTube zu einem Thema allerdings nicht einen einzelnen Eintrag, sondern eine ganze Reihe alternativer Videos mit unterschiedlichen Erklärungen bzw. Anleitungen (Wolf 2015a, 33). Sie unterscheiden sich u.a. in ihrer didaktischen Struktur, ihren Inhalten, ihrer

² Wenn in diesem Artikel von Autor:innen, YouTuber:innen oder Videoprotagonist:innen gesprochen wird, sind die Personen gemeint, welche für die Rezipient:innen im Video sichtbar sind. Es ist nicht Bestandteil der Analyse, die Produktions- und Redaktionsteams der teils professionalisierten YouTube-Kanäle hinsichtlich der Diversität zu analysieren. Der Fokus liegt auf dem, was den Rezipient:innen im digitalen lern- und Bildungsraum zu-sehen-gegeben (Schade und Wenk 2011) wird.

audiovisuellen (ästhetischen) Gestaltung, dem Einsatz von Humor, dem vorausgesetzten Vorwissen und – falls sichtbar – der Erklärperson. Dieses parallele, in weiten Teilen redundante Angebot ermöglicht den Nutzer:innen, sich – algorithmisch durch Suchergebnisse und Empfehlungen der Plattform unterstützt bzw. beeinflusst – individuell für ein oder mehrere Video(s) zu entscheiden. Relevante Auswahlkriterien sind dabei auch Eigenschaften der sichtbaren Erklärprotagonist:innen, zum Beispiel weil sie besonders sympathisch oder kompetent erscheinen (Wolf 2015a, 33).

Während im formalen Bildungssystem eine vermittelnde Tätigkeit nur einer vorselektierten Gruppe – zum Beispiel studierten und staatlich examinierten Lehrer:innen – vorbehalten ist, wird die Beteiligung an der Produktion von relevantem Wissen auf YouTube deutlich weniger reglementiert. Jede Person mit entsprechender technischer Ausstattung und dem nötigen Know-how bzw. der benötigten Digital Literacy (vgl. kritisch zum digital divide z. B. van Dijk 2020; Ragnedda und Muschert 2018) kann grundsätzlich Erklärvideos und Tutorials produzieren und ohne weitere Upload- oder Hosting-Kosten auf YouTube hochladen. YouTube steht damit einer *erweiterten Autor:innenschaft* offen, die nicht den ökonomischen Entscheidungslogiken oder ästhetischen Gestaltungsnormen der professionellen Film- und Fernsehproduktionen entsprechen muss, sondern eigene und gegebenenfalls neue Gestaltungsprinzipien und Erkläransätze entwickeln kann.

Eine breite Diversität der beteiligten YouTuber:innen könnte im *Rezeptionskontext* die jeweils individuelle Passung zu den kognitiv-motivationalen Anforderungen, den individuellen und kulturellen Erfahrungen sowie den ästhetischen Präferenzen der Rezipient:innen verbessern und damit neue und niedrigschwellige Zugänge zu Bildungsressourcen eröffnen. Im *Produktionskontext* verspricht dies, eine breitere Teilhabe an diskursiven Prozessen der Gesellschaft und der Bildungskultur durch die Präsentation eigener Perspektiven zu ermöglichen. Um sich diesem hypothetischen Potenzial empirisch anzunähern, soll in diesem Beitrag exemplarisch an der Diversitätsdimension *Gender* geklärt werden, ob (1) Diversität bei den Rezeptionsentscheidungen von Jugendlichen auf YouTube eine Rolle spielt und ob (2) in den am häufigsten rezipierten Erklärvideos und Tutorials geschlechterstereotype Darstellungen aufgebrochen werden.

2. Gender und Diversity

Der Begriff Gender verweist auf den Konstruktionscharakter von Geschlecht. Sowohl das soziale Geschlecht (*Gender*) als auch das biologische Geschlecht (*Sex*) sowie die Vorstellung von Heterosexualität als Norm (*Desire*) wurden (und werden) diskursiv hervorgebracht (Butler 1991). Unterschiede zwischen dem, was als weiblich oder männlich gilt, sind als dichotome, binäre Oppositionen konstruiert, zwischen denen

scheinbar kein Raum für weitere non-binäre Subjektpositionen besteht. Somit wird der Konstruktionscharakter von Geschlecht unsichtbar gemacht bzw. naturalisiert, bis Geschlecht als natürlich gegeben scheint (Becker 2013; Butler 1991; Hipfl 2008).

Das Konzept des *Doing Gender* (Becker 2013; Hipfl 2008; West und Zimmermann 1991) postuliert, dass Geschlecht in einer ständigen sozialen Interaktion inszeniert und performativ hergestellt wird. Durch die stetige Wiederholung von Normen werden fixierte genderspezifische Rollenvorstellungen gefestigt. Geschlecht kann somit anhand äusserer Merkmale wie Kleidung, Sprache und Interessen abgelesen und inszeniert werden.

Der Begriff Gender wird häufig im Zusammenhang mit dem Konzept Diversität genannt und ist eine von mehreren benannten Differenzkategorien. Diversität lässt sich vereinfacht als Vielfalt beschreiben (Mecheril und Plößner, 2011; Walgenbach, 2017). Der Begriff fokussiert auf «individuelle, soziale und strukturelle Unterschiede und Gemeinsamkeiten von Menschen und Gruppen ...» (Abdul-Hussain und Hofmann 2013). Im Kontext des Diskurses zu Bildungsbeteiligung und Bildungsgerechtigkeit werden deshalb neben Gender weitere Differenzkategorien diskutiert, insbesondere der Zugang zu Lern- und Bildungsressourcen (Ziegler et al. 2017; Rutter 2021; Pühr 2023); Alter (Simonson und Kortmann 2022; Höppner und Wanka 2021) sowie Race und Ethnicity (Redding 2019; Driessen 2015).

Walgenbach (2017, 93) unterscheidet in Anlehnung an Mecheril und Plößner (2011) erstens «eine empirisch-analytische Dimension» und zweitens «eine normativ-präskriptive Dimension» von Diversität. Erstere besteht in der (An-)Erkennung einer durch Diversität bzw. Differenz geprägten Gesellschaft, die auch Bildungsprozesse beeinflussen. Zweitere meint die Anerkennung und den Einbezug von Diversität geprägter Lebensrealitäten als Ressource (nicht nur) im Bereich der pädagogischen Arbeit.

«Die empirisch-analytische Dimension zeigt sich darin, dass zunächst einmal nur festgestellt wird, dass in modernen Gesellschaften unterschiedliche Identitäten, soziale Zugehörigkeiten und Gruppenmerkmale existieren. Beispiele dafür sind: Ethnizität, Nation, sexuelle Orientierung, Behinderung, Geschlecht, Alter etc. Es wird davon ausgegangen, dass diese Gruppenmerkmale wirkmächtig sind in Erziehungs- und Bildungsprozessen. (...) Die normativ-präskriptive Dimension zeigt sich darin, dass diese Unterschiede auch eine Wertschätzung in pädagogischen Handlungsfeldern erfahren sollen. Die Ressourcen der Organisationsmitglieder wie Mehrsprachigkeit, unterschiedliche kulturelle Perspektiven oder altersspezifische Erfahrungshintergründe sollen für die Bildungsorganisation bzw. pädagogische Arbeit nutzbar gemacht werden.» (Walgenbach 2017, 93)

Mit dem Begriff und dem Diskurs über Diversität geht die Analyse von Machtverhältnissen und der Anspruch, «das Recht» minorisierter Gruppen einher, innerhalb von Gesellschaft und Bildung, «sichtbar zu sein, anerkannt und einbezogen zu werden» (Steyn und Dankwa 2021, 40f.).

Das Konzept der Diversität wurde in den 1960er-Jahren als eine Sichtweise etabliert, die mit tradierten Normen von Gender, Körperlichkeit und Ethnizität bricht (Allemann-Ghionda und Bukow 2011, 7). Zunächst wurde der Diversitätsdiskurs in auf einzelne Merkmale fokussierten Strängen geführt. Insbesondere seit den 1990er-Jahren werden die Diskurse aber vermehrt miteinander verwoben, da

«... Minderheiten, die nach verschiedenen Merkmalen und Kriterien definiert werden, den gleichen Mechanismen der Distinktion und oft auch der Diskriminierung unterliegen» (Allemann-Ghionda und Bukow 2011, 7).

Da Differenzmerkmale «nicht isoliert, sondern kombiniert oder kumuliert auftreten (niemand ist ausschließlich Frau oder jung oder dunkelhäutig [sic!] [...])» (Allemann-Ghionda 2011, 25), sollten Differenzkategorien möglichst intersektional oder interdependent analysiert werden, da sie in ihrer Wirkung und Konstitution ineinander verwoben und voneinander abhängig sind (Allemann-Ghionda 2011; Crenshaw 1989; Degele 2019; Kosnick, Allemann-Ghionda, und Bukow 2011).³ Wichtige weitere Differenzkategorien wie insbesondere Alter sowie Race/Ethnicity können im Kontext eines Einzelbeitrags nur ergänzend berichtet werden und sollen in weiteren Beiträgen detailliert analysiert werden.

3. Forschungsstand

Der partizipativen Videoplattform YouTube wird das Potenzial zugesprochen, Raum zur Dekonstruktion von etablierten binären Vorstellungen von Geschlecht zu offerieren (Döring 2019). Aktuelle Forschung zeigt, dass dieser Raum prinzipiell besteht. Allerdings werden insbesondere populäre YouTube-Videos (gemessen an einer hohen View-Rate) in grossen Teilen entlang stereotyper, also reduzierter, verkürzter, einseitiger und naturalisierter⁴ Vorstellungen von Geschlecht produziert (Wegener, Prommer, und Linke 2020; Döring 2019). Die Beteiligung von Frauen auf YouTube ist limitiert:

3 Parallel dazu entwickelte sich der pädagogische Ansatz der Diversity Education (Banks 2004, Prenzel 2007), in der Diversität zunehmend als Vorteil und Chance wahrgenommen wird, welcher nicht als störende Heterogenität über äußere Differenzierung zu homogenisieren ist (Sliwka 2010). Ein zentrales Konzept stellt die «egalitäre Differenz» nach Prenzel dar, also hierarchiefrei wahrgenommene Differenzmerkmale bei gleichzeitiger Gleichberechtigung zur Sicherung vielfältiger Lebensweisen (Prenzel 2001, 96ff).

4 Vgl. zum Prozess und Begriff der Stereotypisierung Hall (2001).

«Female channel operators are significantly underrepresented in the most popular videos, they are more limited in their range of topics, and they appear predominantly in and with topics with a stereotypically female connotation. Further, most of women's (self-)portrayals take place in private settings.» (Wegener, Prommer, und Linke 2020)

Im Freizeitbereich werden von Mädchen und jungen Frauen vor allem die Themen Mode und Beauty rezipiert und bespielt, während Jungen und junge Männer sich eher für Gaming, Technik und Finanzen interessieren. Es fällt auf, dass YouTuber insgesamt häufiger männlich sind und im öffentlichen Raum eine grössere Bandbreite an Themen bespielen (Döring 2019; Wegener, Prommer, und Linke 2020).

«Die im gesellschaftlichen Mainstream verorteten Videoangebote vermitteln ein tradiertes Bild des Mädchenseins. Die Rezipientinnen folgen den Schmink-, Styling- und Kauf Tipps ihrer YouTube-Idole und träumen davon, selbst Social-Media-Stars zu werden. Analog orientieren sich viele Rezipienten an den tradierten Männlichkeitsbildern auf YouTube, die sich um Muskeln, Geld, Autos und Erfolg bei Frauen drehen.» (Döring 2019, 6)

Bezogen auf Erklärvideos und Tutorials wird Diversität in der Autor:innenschaft bzw. der sichtbaren Protagonist:innen zwar als zentrales Charakteristikum des informellen digitalen audio-visuellen Lern- und Bildungsraums beschrieben (Wolf 2015a). Bisher liegen jedoch keine systematischen empirischen Analysen multipler wahrnehmbarer Differenzkategorien – insbesondere Alter oder Race/Ethnicity – der sichtbaren Protagonist:innen in Erklärvideos und Tutorials bezogen auf deren Selektion und Rezeption vor. Der Forschungsfokus zu Erklärvideos liegt im deutschsprachigen Raum eher auf didaktischen Analysen, lerntheoretischen Abhandlungen sowie Empfehlungen für Produktion und Einsatz von Erklärvideos im Unterricht (Anders 2019; Kulgemeyer 2020; Schmidt-Borcherding 2020; Schön und Ebner 2020; Wolf und Kratzer 2015; Beautemps und Bresges 2021). Erste diversitätssensible Analysen fokussieren auf die Kategorie Gender. Matthes und Lachner (2021) zeigen in ihrer Analyse des populären Erklärvideokanals *simpleclub*, wie die YouTuber sexistische Stereotypen reproduzieren und verstärken. Steffen und Bunnenberg (2019) betonen, dass bei der Analyse von Erklärvideos in der Geschichtsdidaktik die Kategorie Gender stärker berücksichtigt werden sollte, um Rezeptions- und Produktionsweisen auf der Videoplattform zu untersuchen.

In einer Analyse von Altmaier et al. (2023) von 382 Erklärvideos bzw. Tutorials aus verschiedenen ausserschulischen Themenfeldern im Projekt «Digitale ausserschulische lern- und bildungsbezogene Praktiken von Jugendlichen» (Dab-J) wurden ebenfalls fast doppelt so viele Videoprotagonisten (58%) wie Protagonistinnen (32%) identifiziert (Altmaier et al. 2023; 3% beide Gender, 5% keine Angabe

möglich). Allerdings ist die weibliche Beteiligung an Erklärformaten deutlich höher als auf YouTube allgemein (17% laut Prommer et al. 2019). Videos, die insbesondere von YouTuberinnen bespielt werden (70% oder mehr weibliche YouTuberinnen), finden sich bei Suchanfragen in den Themenfeldern Upcycling, Reiten und Mode. Zu den Suchbegriffen in den Domänen Gaming, Finanzen oder Musik sind überwiegend männliche Personen in den Videos zu sehen. Es wurden hier, wie auch bei den vorangehenden Autor:innen, keine YouTuber:innen als non-binär kodiert.

4. Forschungsfragen zur genderspezifischen Performanz von YouTuber:innen

Ausgehend von der skizzierten theoretischen Basis sowie dem aktuellen Forschungsstand ergeben sich weitere Forschungsfragen. Im Fokus der vorliegenden Analyse steht die Rezeption der Kategorie Gender in Erklärvideos und Tutorials auf YouTube:

1. Welche Themen und Kanäle rezipieren Jugendliche vorrangig, wenn sie sich auf YouTube über ihre Freizeitinteressen oder für die Schule informieren und inwiefern lassen sich dabei genderspezifisch Unterschiede entlang der Protagonist:innen unter Berücksichtigung weiterer Diversitätsdimensionen wie Alter und *Race/Ethnicity* beschreiben?
2. Welche Rolle spielt die Kategorie Gender (a) allgemein bei der Wahl einer:er YouTuber:in durch die Rezipient:innen unter Berücksichtigung weiterer Diversitätsdimensionen wie Alter und *Race/Ethnicity* und (b) speziell bei der Zuschreibung von (Erklär-)Kompetenz und Fachexpertise der Videoprotagonist:innen?

4.1 Forschungsdesign

Die Beantwortung dieser aus der Theorie abgeleiteten Fragestellungen erfolgt mithilfe der empirischen Daten, die im Rahmen des Forschungsprojektes «Digitale außerschulische lern- und bildungsbezogene Handlungspraxen von Jugendlichen [Dab-J]» erhoben wurden. Bei dem Projekt Dab-J handelt es sich um eine Multisite Studie mit mehreren Datenquellen, in der das Spannungsfeld zwischen dem formalen Bildungssystem Schule und dem informellen digitalen Lern- und Bildungsraum YouTube erschlossen werden soll. Das Forschungsprojekt untersucht, wie sich das Verhältnis von formaler und non-formaler Bildung durch die Rezeption von Tutorials und Erklärvideos auf YouTube verschieben kann und inwiefern der informelle digitale Bildungsraum direkten Einfluss auf die Lernpraktiken und medienbezogenen Handlungsrepertoires von Jugendlichen nimmt. An den zwei Projektstandorten RWTH Aachen und Universität Bremen wurden dazu sowohl qualitative als auch quantitative Daten erhoben. Insgesamt wurden (in Bremen und Aachen) 1.392 Schüler:innen (8.–13. Klasse) in einer quantitativen Fragebogenstudie befragt (Wolf et al. 2021), es wurden (in Bremen) 382 Erklärvideos und Tutorials auf didaktische

und gestalterische Merkmale hin analysiert (Honkomp-Wilkens et al. 2022) und (ebenfalls in Bremen) 59 leitfadengestützte Interviews mit Jugendlichen und jungen Erwachsenen geführt.

Zur Beantwortung der oben formulierten Forschungsfragen bilden die Interviews die Datengrundlage dieses Beitrags. Von den insgesamt 59 leitfadengestützten Interviews, die von September 2020 bis November 2021 durchgeführt wurden, fließen alle bisher vollständig codierten Interviews (20) in die Beantwortung der ersten Forschungsfrage ein. Um die zweite Forschungsfrage zu beantworten, werden die Ergebnisse der vollständig kodierten Interviews um die in Memos und Postskripten festgehaltenen Beobachtungen und Auffälligkeiten aus den weiteren Interviews ergänzt (39).

4.2 Datenerhebung und -auswertung

Die Teilnehmer:innen der Interviewstudie wurden zunächst per Schneeball Sampling akquiriert, da aufgrund der pandemischen Bedingungen in den Jahren 2020 und 2021 entgegen der ursprünglichen Planung keine Möglichkeit zur direkten Ansprache in Schulen oder Veranstaltungen der ausserschulischen medienpädagogischen Praxisarbeit möglich war. Im Verlauf des Forschungsprozesses wurde die Gruppe der Teilnehmenden in Anlehnung an das Theoretische Sampling der Grounded Theory erweitert (Glaser und Strauss 2010; Przyborski und Wohlrab-Sahr 2014). Die Ansprache spezifischer Zielgruppen im Rahmen des Samplingprozesses, welche über ein klassisches Schneeballsampling nicht erreicht werden konnten, wurde im weiteren Verlauf gemeinsam mit einer Werbeagentur gestaltet. Dazu wurde eine Werbekampagne entwickelt, die auf verschiedenen Social Media Plattformen gezielt ausgewählten Personengruppen angezeigt wurde. Über inhaltliches und soziodemografisches Targeting auf den Werbeplattformen von Meta (Instagram, Facebook) und Google (YouTube, Google Displaynetzwerk) wurden Jugendliche über das Forschungsprojekt informiert und zur Teilnahme an den Interviews eingeladen. So konnte die Werbung speziell für Jugendliche an bestimmten Orten, zum Beispiel in Stadtteilen mit heterogener Sozialstruktur (hoher Anteil von Personen mit Migrationsbiografie, hohe Arbeitslosenquote) ausgespielt werden.

An den Interviews nahmen 26 als Mädchen/junge Frauen gelesene, 31 als Jungen/junge Männer gelesene Personen teil sowie 2 Personen, die sich gegenüber dem/der Interviewer:in als Transpersonen positionierten. Alle Teilnehmenden sind zwischen 14 und 22 Jahren alt, der Grossteil der Personen lebt in den Bundesländern Bremen und Niedersachsen und besucht dort eine Schule oder Universität.

Die Interviews wurden leitfadengestützt durchgeführt. Die Fragen zielten darauf, die Erfahrungen der Zielgruppe und ihre subjektive und kontextspezifische Wahrnehmung von YouTube als digitale Lernplattform herauszuarbeiten und theoretisch

zu fassen. Die Jugendlichen wurden nach ihren Nutzungsgewohnheiten, Konzepten und Meinungen zu Erklärvideos und Tutorials befragt, die sie für individuelle Freizeitinteressen oder Schulfächer rezipieren. Der Interviewleitfaden wurde in die zwei Themenblöcke Freizeit und Schule strukturiert, wovon in der Interviewpraxis je nach Erzählstruktur des Gegenübers abgewichen wurde. Beide Interviewteile wurden mit der Entwicklung einer Repertoirekarte abgeschlossen, auf der die Teilnehmer:innen ihre Medienumgebung visualisierten (Hepp, Berg, und Roitsch 2014). Während des gesamten Erhebungszeitraumes wurden Modifikationen des Leitfadens vorgenommen. Bereits theoretisch gesättigte Fragen wurden durch neue Fragen ersetzt, die sich erst während der Datenerhebung und aus der parallelen Auswertung der ersten Interviews ergaben. Dazu gehören z. B. spezifischere Nachfragen nach der Relevanz von Geschlecht und Alter einer Person bei der Rezeption von Erklärvideos und Tutorials. Auf Basis der erhobenen Interviewdaten wird im vorliegenden Artikel insbesondere die Differenzkategorie Gender, verbunden mit den Kategorien Alter und *Race/Ethnicity* thematisiert.

Die Transkripte der Interviews wurden entlang vorab festgelegter Regeln (Kuckartz 2018; Przyborski und Wohlrab-Sahr 2014) von zwei Personen mit der Software F4 (Version 8) erstellt. Die Interviews wurden mit der inhaltlich strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse (Kuckartz 2018) mithilfe des Programms MaxQDA (Version 20) ausgewertet. Dabei steht die Entwicklung eines Kategoriensystems zur Zusammenfassung und inhaltlichen Strukturierung der Daten im Zentrum des Auswertungsprozesses. Die Interviews wurden zunächst in wechselnden Tandems konsensuell codiert. Ein Kategoriensystem wurde vorab deduktiv entworfen und im Prozess der Codierungen induktiv weiterentwickelt.

Alle Interviews wurden aufgrund der anhaltenden Corona-Pandemie digital als Videoanruf mit der Software Zoom durchgeführt. Die Interviews konnten so verlässlich geplant werden und der Einladungslink sowie ausführliche Informationen zum Forschungsvorhaben und zum Datenschutz konnten vorab an die Teilnehmenden versendet werden.

5. Ergebnisse

Die vollständig ausgewerteten 20 Interviews wurden mit 13 Mädchen/jungen Frauen und sieben Jungen/jungen Männern geführt. Der Grossteil der Teilnehmer:innen lebt in Niedersachsen und Bremen. Die Teilnehmenden waren zwischen 14 (2 TN) und 22 Jahren (1 TN) alt, die meisten Teilnehmer:innen waren zum Erhebungszeitpunkt 16 Jahre alt (6 TN). Die Teilnehmenden besuchen zum Erhebungszeitpunkt mehrheitlich die 10. Klasse und zwei Drittel von ihnen besuchen ein (Fach-)Gymnasium. Unter den ersten 20 Interviewpartner:innen befindet sich keine Person of Color (PoC) oder

nonbinäre Person. Die Befragten der ersten Interviews waren per Schneeballverfahren ermittelt worden. Die Heterogenität der Teilnehmenden im Gesamtsample steigt im weiteren Verlauf des Samplingprozesses (s. o.).

5.1 Genderspezifische Ordnung der Videoplattform YouTube

5.1.1 Freizeit

In den ausgewerteten 20 Interviews nannten die Teilnehmer:innen der Interviewstudie ungestützt 51 unterschiedliche Kanäle,⁵ auf denen sie Erklärvideos und Tutorials schauen, um sich für ihre Freizeitinteressen «schlau zu machen». Die Kanalnennungen setzten sich zusammen aus den Themenbereichen Beauty; Geschichte, Politik, Wissen, Gesellschaft; Finanzen; Backen und Kochen; Sport und Fitness; Musik machen; Technik; Gaming; Lesen und Literatur; sowie Kreatives, Gestaltung, Lifestyle und Alltagshacks. Nur wenige Kanäle wurden dabei mehrfach, d.h. von unterschiedlichen Studienteilnehmer:innen genannt. Dazu gehören zum Beispiel «Boho Beautiful Yoga», «Chloe Ting» und «Pamela Reif» aus dem Bereich «Sport», «IKnowReview» aus dem Feld «Technik», «LaserLuca» aus dem Themenfeld «Gaming» und «maiLab» aus der Domäne «Wissen». Der Kanal «Pamela Reif» zu den Themen Fitness und Beauty wird mit vier Nennungen von den Teilnehmer:innen am häufigsten genannt.

Sechs der 19 genannten weiblich gelesenen YouTuberinnen widmen sich den Themen Sport und Fitness: davon widmen sich drei Kanäle dem Thema Reiten, zwei Kanäle dem Thema Fitness und ein Kanal dem Thema Yoga. Weitere fünf der genannten YouTuberinnen sind in Videos zum Thema Beauty (hier: Frisuren, Make-up und Mode) zu sehen. Zwei Kanäle können dem Themenbereich Kreatives und Gestaltung zugeordnet werden und jeweils ein Kanal fällt auf die Themen Kochen, Musik, Literatur sowie Wissen(schaft).

Ein Grossteil der genannten Videos thematisiert Körperbilder und das Aussehen junger Frauen und Mädchen. Eine Ausnahme bildet unter den Nennungen der Interviewpartner:innen die Wissenschafts-YouTuberin Mai Thi Nguyen-Kim vom Kanal «MaiLab». Es fällt auf, dass die genannten Videoprotagonistinnen zu einem sehr hohen Anteil *weiss* sind (siehe Abb. 1, 2. Zeile). Dagegen kann die YouTuberin Mai Thi Nguyen-Kim vom Kanal «MaiLab» als eine deutschsprachige YouTuberin of Color gelesen werden (siehe Abb. 1, 1. Zeile links).⁶ Ausserdem sind die YouTuberin des englischsprachigen Kanals «NavaRose» (siehe Abb. 1, 1. Zeile rechts), auf

5 Bei den angegebenen 51 Kanälen handelt es sich um solche, die Erklärvideos, Tutorials und Performanzvideos nach der Definition von Wolf (2015b) anbieten (vgl. auch Honkomp-Wilkens et al. 2022). Darüber hinaus dienen Schüler:innen weitere Videoformate als individuelle Informations- und Lernquellen. Insgesamt wurden hier mehr als 75 Kanäle genannt.

6 Mehr zu ihrer Rolle als Frau of Color in der Naturwissenschaft z. B. beim Podcast «Gute Deutsche» mit Linda Zervakis (<https://open.spotify.com/episode/7abybVXZFfXYwtakbQJqMm>).

dem Mode- und Schminktutorials rezipiert werden, und die Videoprotagonistin des deutschsprachigen Kanals YamYamFoods, der Kochtutorials zu «authentischen Asiatischen Rezepten» veröffentlicht, of Color. Insgesamt werden in dem Sample 3 von 19 YouTuberinnen als of Color gelesen. Alle YouTuberinnen* werden als jung wahrgenommen, zwischen 20 und 35 Jahren alt.



MaiLab, Corona geht gerade erst los, 6,714 Mio. Aufrufe, hochgeladen am 02.04.2020, Stand 13.02.2024. <https://www.youtube.com/watch?v=3z0gnXgK8Do>



Nava Rose, STEALING an UPCYCLING MY BROTHER'S CLOTHES DIY HACKS!, 3,305 Mio. Aufrufe, hochgeladen am 20.03.2019, Stand 13.02.2024. <https://www.youtube.com/watch?v=LPPTrgWt5F0>



BinieBo, Dem SCHREIBTISCH entfliehen und zu den PFERDEN fahren! 37.032 Aufrufe, hochgeladen am 12.03.2021, Stand 13.02.2024. https://www.youtube.com/watch?v=gjMhhWhI_mk



Tonipure, Top 10 JUGENDBÜCHER/MEINE EMPFEHLUNGEN, 78.327 Aufrufe, hochgeladen am 02.11.2018, Stand 13.02.2024 <https://www.youtube.com/watch?v=ZSlnQ7kTrn8>

Abb. 1: Beispiele für genannte YouTuberinnen im Freizeitbereich (1. Zeile: of Color gelesene YouTuberinnen; 2. Zeile: weiss gelesene YouTuberinnen).

Die männlich gelesenen YouTuber sind entsprechend in genderstereotyp als männlich assoziierten Themenbereichen aktiv. Insgesamt 18 der genannten 29 Kanäle befassen sich mit Themen rund um digitale Endgeräte: 13 Kanäle erstellen Technikreviews, auf drei Kanälen geht es um das Thema Gaming, in zwei Kanälen um das Thema Programmieren. Jeweils zwei Kanäle sprechen über Finanztipps und Politik. Nur zwei der genannten Kanäle sind in nicht eindeutig männlich assoziierten Themenbereichen (Reiten sowie Musik machen) aktiv.

Lediglich zwei der genannten YouTuber sind of Color. Die Videoprotagonisten MKBHD/Marques Brownlee (siehe Abb. 2, 1. Zeile links) und MrWhoseTheBoss veröffentlichen auf ihren englischsprachigen Kanälen Technikreviews.



Marques Brownle, iPhone 14 Review: Repackaging 101!, 5,781 Mio. Aufrufe, 17.09.2022, Stand 13.02.2024. <https://www.youtube.com/watch?v=Oy8zSYKkczl>



Breaking Lab, Chipmangel – Warum Gamer auf ihre Konsolen warten müssen, 177.718 Aufrufe, hochgeladen am 16.11.2021, Stand 13.02.2024. <https://www.youtube.com/watch?v=dYMTMYWWWvs>



Terry B. Ewell, Who Should Play Bassoon?, 2097 Aufrufe, hochgeladen am 26.12.2021, Stand 13.02.2024. https://www.youtube.com/watch?v=cLNMKQX_AH4



Riding Academy by Wolfgang Rust, F3 Pferde im Schritt richtig treiben lernen! Schritt reiten lernen! Zeitlupenanalyse Geraderichtung!, 244.207 Aufrufe, hochgeladen am 25.07.2019, Stand 13.02.2024. <https://www.youtube.com/watch?v=-5aSJLPz-m4>

Abb. 2: Beispiele für genannte YouTuber im Freizeitbereich (1. Zeile links: Beispiel für YouTuber of Color; 1. Zeile rechts: Beispiel für weiss gelesenen YouTuber; 2. Zeile: Beispiele für YouTuber im Alter 40+).

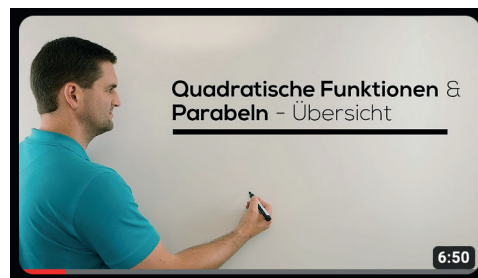
Mit Blick auf die Kategorie Alter fällt auf, dass einzelne ältere Videoprotagonisten rezipiert werden. Dazu gehören z. B. Wolfgang Rust (siehe Abb. 2, 2. Zeile rechts), der als Reitlehrer tätig ist und Unterrichtseinheiten auf YouTube hochlädt, sowie der Musikprofessor Terry B. Ewell (siehe Abb. 2, 2. Zeile links), der Tutorials und Erklärvideos online stellt und u.a. Techniken des Fagott Spielens erläutert.

5.1.2 Schule

Der Vielzahl der rezipierten Kanäle im Freizeitbereich stehen nur acht Kanäle gegenüber, die die Teilnehmer:innen der Interviewstudie für den Bereich der Erklärvideos und Tutorials für die Schule nannten. Schulbezogene Erklärvideos werden insbesondere für die Fächer Mathematik, Naturwissenschaften (Physik, Chemie, Biologie) und Geschichte geschaut (vgl. zu bestätigenden Ergebnissen einer quantitativen Studie

Wolf et. al 2021). Einzelne Nennungen fallen auch auf Fremdsprachen, Deutsch, Sport, Politik/Wirtschaftslehre, Musik und Erdkunde. Besonders häufig und für verschiedene Fächer (Mathe, Chemie, Physik, Biologie) wird der Kanal «simpleclub» von den Jugendlichen benannt (siehe Abb. 3, 2. Zeile links). Die YouTuber werden von 15 Personen (75% der Teilnehmenden) explizit benannt. Der Kanal «Mathe by Daniel Jung» (siehe Abb. 3, 1. Zeile links) für das Fach Mathematik folgt mit acht Nennungen, die Kanäle «LehrerSchmidt» (Mathe; siehe Abb. 3, 1. Zeile rechts), «maiLab» (Chemie) und «Mr. Wissen2Go» (Geschichte, siehe Abb. 3, 2. Zeile rechts) werden jeweils dreimal genannt. Von jeweils einer Person werden ausserdem die Kanäle «DorFuchs» (Mathematik) und «Finanzfluss» (Politik/Wirtschaftslehre) genannt.

Im Schulbereich werden noch stärker als im Freizeitbereich insbesondere weisse YouTuber zwischen Ende 20 und Ende 40 Jahren rezipiert. Eine Ausnahme bildet der YouTube Kanal MaiLab, der auch im Schulbereich geschaut wird.



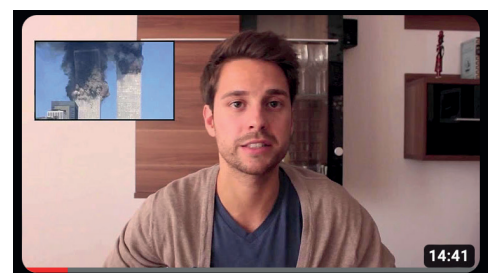
Mathe by Daniel Jung, Parabeln, Quadratische Funktionen, Übersicht, Scheitelpunkt, Stauchung, Streckung, 2,217 Mio. Aufrufe, hochgeladen vor 9 Jahren, Stand 13.02.2024. <https://www.youtube.com/watch?v=KEuNUglilyI>



Lehrerschmidt, Schriftliches Dividieren – EINFACH ERKLÄRT | Mathematik | | Lehrerschmidt – einfach erklärt!, 3,209 Mio. Aufrufe, hochgeladen vor 5 Jahren, Stand 13.02.2024. https://www.youtube.com/watch?v=2A-9_-GCXrA



MATHE-ABI 2024: SO kannst du easy 15 Punkte bekommen! 😊, 50.777 Aufrufe, hochgeladen am 13.11.2022, Stand 13.02.2024. <https://www.youtube.com/watch?v=ldzfvbDBhpU>



MrWissen2go, wissen2go: Die fünf grössten Lügen der Geschichte, 1,735 Mio. Aufrufe, hochgeladen am 23.10.2012, Stand 13.02.2024. <https://www.youtube.com/watch?v=vMmqCgWC1ks>

Abb. 3: Beispiele für genannte YouTuberinnen im schulischen Bereich.

5.1.3 Analyse

Der Überblick über die vielfältigen Kanalnennungen *im Freizeitbereich* scheint die Annahme einer hohen Diversität zunächst zu bestätigen. Es werden sowohl weibliche als auch männliche Videoprotagonist:innen aus sehr unterschiedlichen Themenfeldern genannt. Dabei fällt auf, dass einige Personen of Color sind, einige Personen um die 20 Jahre, andere werden bereits auf Mitte 30 geschätzt, seltener älter.

Der erste Eindruck einer von hoher Diversität geprägten Videoplattform YouTube muss aber nach unserer Analyse revidiert werden. Insgesamt sind deutlich mehr männlich als weiblich gelesene YouTuber:innen zu sehen. In der offenen / ungestützten Nennung wurden sie ausserdem nahezu ausschliesslich dem eigenen Geschlecht konnotierten Themenbereichen zugeordnet. People of Color sind fast ausschliesslich in englischsprachigen Kanälen zu sehen. Das Alter der Protagonist:innen ist relativ homogen zwischen 20 und 35. In noch weniger Ausnahmen wird mit der vorherrschenden stereotypisierenden Ordnung von Themenspezifik entlang der Dimension Gender gebrochen: MaiLab als Wissenschaftlerin of Color ist die einzige Videoprotagonistin, die – im Rahmen des öffentlich-rechtlich finanzierten FUNK-Formates – auf mehreren Ebenen die stereotypen Nutzungsmuster der Jugendlichen auf YouTube durchbricht.

Im Vergleich mit genannten Personen und Kanälen *im Schulbereich* verschärft sich das Bild einer niedrigen Diversität der besonders populären Kanäle. Hier werden nur *weisse* YouTuber genannt, die zwischen 30 und 50 Jahren alt sind. Auch wenn – ebenfalls nur *weisse* – *YouTuberinnen* auf der Plattform aktiv sind, bewegen sich deren Abo-Reichweiten – mit Ausnahme des Kanals MathemaTrick (Susanne Scherer) mit aktuell 512.000 Abonnent:innen – bei aktiven Kanälen im Bereich von maximal 10.000 Abonnenten (Frau Weber digital: 7.700 Abos; Mathematik Digital: 640 Abos). Der öffentlich-rechtliche Kanal «musstewissen Mathe» von funk mit 73.500 Abonnenten sowie «musstewissen Chemie» mit 210.000 Abonnenten mit ausschliesslich weiblichen Erklärprotagonistinnen, welche teils of Color sind, wurde 2018 wieder eingestellt⁷.

Zusammenfassend kann trotz der stereotypisierenden Darstellungen von Geschlecht und einer – abgesehen von Ausnahmen – geringen Diversität in einzelnen Themenbereichen die *Diversität im Freizeitbereich* entlang der Merkmale Geschlechtsidentität, Alter und Hautfarbe der genannten YouTuber:innen *als höher beschrieben*

⁷ Obwohl es keine offizielle Begründung für die Einstellung einzelner Kanäle gibt, stehen die einzelnen funk-Formate in einer Konkurrenz um das verfügbare gemeinsame Budget. In einem Reddit AMA (Ask Me Anything) erläutern die Content-Verantwortlichen von funk, dass die Kanäle quantitative und qualitative Ziele erreichen müssen (https://www.reddit.com/r/de/comments/j6pxdr/ama_wir_verantworten_die_funkinhalte_fragt_uns/), um weiter betrieben zu werden. Im Kontext der musstewissen-Formate ist anzunehmen, dass die Abo- und Aufrufzahlen im Vergleich zu anderen schulischen Erklärvideokanälen zu niedrig waren, um das Angebot weiter zu betreiben. Weiterhin mag auch das Wechseln von erfolgreichen Moderatorinnen wie Mai Thi Nguyen-Kim in andere Formate den Fortbestand von bestimmten musstewissen Kanälen wie musstewissen Mathe oder musstewissen Chemie in Frage gestellt haben.

werden als die Diversität von YouTuber:innen im schulischen Erklärvideobereich. Bei englischsprachigen Videos scheint die Diversität insgesamt etwas höher zu sein (vgl. auch Diskussion und Ausblick).

5.2 Gender als Kriterium für Rezeptionsauswahl und Kompetenzzuschreibung

Anhand ausgewählter Interviewzitate aus allen Interviews (59) wird im folgenden Abschnitt die zweite Forschungsfrage untersucht: *Welche Rolle spielt die Kategorie Gender und ihre Verwobenheit mit den Kategorien Alter sowie Race/Ethnicity bei der Wahl einer:er YouTuber:in durch die Rezipient:innen und für die Zuschreibung von (Erklär-)Kompetenz und Fachexpertise an die Videoprotagonist:innen?*

Auf die Frage, anhand welcher Kriterien ein Erklärvideo oder Tutorial ausgewählt wird, nannten die Teilnehmenden der Interviewstudie verschiedene Gründe. Ein wiederholt genanntes Auswahlkriterium stellt der:die YouTuber:in dar. Ein Kanal wurde wiederholt besucht, wenn der:die YouTuber:in bereits bekannt, der Erklärstil als ansprechend und die Aufbereitung der Inhalte als hilfreich empfunden wurden. Wichtig war auch die sympathische Wirkung von YouTuber:innen sowie das Potenzial, sich mit diesen identifizieren zu können.

«(...), weil ich einfach auch glaube, dass, wenn man eine Person sympathisch findet und ja, man vielleicht eher so- ich meine durchs Internet kann man nicht auf einer Wellenlänge sein. Aber wenn man sich damit doch eher identifizieren kann, dass man sich dann die Videos auch eher anschaut (...).» (Interview 16, Pos. 40)

Detaillierte Fragen zur Wahrnehmung einer geschlechterspezifischen Ordnung von Erklärvideos und Tutorials auf YouTube wurden von den Interviewleitenden angeschlossen. Auf die Fragen nach der Relevanz/Rolle des Geschlechts des:der YouTuber:in für die Wahl eines Videos, das Interesse an einem Thema und die Wahrnehmung von Kompetenz fielen die Reaktionen der Teilnehmenden unterschiedlich aus.

5.2.1 Bei Schach sind irgendwie mehr Männer

Eine eigene aktive Präferenz für Videos mit männlichen, weiblichen oder nonbinären Protagonist:innen ist den Interviewten überwiegend nicht bewusst oder wird klar verneint («Ob das ein Mann oder eine Frau ist mir im Grunde genommen egal», Interview 51, Schüler, Sekundarstufe II). Auf die Gründe für eine etwaige Ungleichverteilung in spezifischen Themenfeldern angesprochen, werden unterschiedliche Interessen von Männern und Frauen benannt.

«Also darauf habe ich irgendwie nie geachtet. Aber wenn ich mal so darüber nachdenke. (...) wenn ich eher so Sportvideos schaue, dann kommen da irgendwie mehr Frauen. Okay bei Malen macht es keinen Unterschied. Aber zum Beispiel bei Schach sind irgendwie mehr Männer. So es kommt auch darauf an, ob jetzt Frauen sich mehr für diese Themen interessieren oder die Männer.» (Interview 55, Schülerin, 10. Klasse, 15 Jahre)

Die Zuschreibung unterschiedlicher Interessen von Männern und Frauen ist in den Interviews das am häufigsten genannte Muster, die Gender-Verteilung in verschiedenen Themenfeldern zu erklären.

5.2.2 *Die macht ganz schöne Sachen, die man sonst eher von Männern kennt*

Die Zuschreibung genderspezifischer Interessen erfolgt dabei zumeist anhand stereotyper Rollenklischees. Einigen Interviewten sind diese Klischees durchaus bewusst und sie können YouTube-Kanäle benennen, welche diese Erwartungen brechen.

«Es gibt einen Kanal für bayerische Kost. Also ich koche gerne. Ich koche vor allem gerne Bayerisch. (...) Und die [Kanal: «Die Frau am Grill»] macht ganz schöne Sachen, die man sonst eher von Männern kennt tatsächlich so. Einen richtig kräftigen Braten, oder grillt auch ständig. Und da, wie gesagt, das ist mir eigentlich egal, wer das macht. Hauptsache es ist etwas vernünftig.» (Interview 51, Schüler, Sekundarstufe II)

«(...) also ich gucke sowohl auch von Männern als von Frauen Videos [zum Schminken]. Ich kenne auch ganz typisch das Klischee, dass nur Frauen sich schminken. Auf YouTube, da gibt es heutzutage unendliche Männer, die das auch machen, (...) und ich finde das sehr interessant.» (Interview 48, Schülerin, 18. Jahre, 13. Klasse)

5.2.3 *Frauen können Mathe nicht erklären*

Eine Teilnehmerin sieht Erklärkompetenz und Fachexpertise im Schulfach Mathematik eher bei Männern angesiedelt und findet auf YouTube kein positives Gegenbeispiel.⁸ Die Schülerin reproduziert die im gesellschaftlichen Mainstream bestehende Annahme, Mathematik sei kein «Frauenthema» (Kessels 2015; Weinhardt 2017) und

⁸ Die drei grössten Mathematik-Erklärvideokanäle – LehrerSchmidt (1,29 Mio. Abonnenten, Mathe by Daniel Jung (838.000 Abos) sowie SimpleClub Mathe (815.000 Abonnenten) – werden ausnahmslos von männlichen Protagonisten moderiert.

spricht Frauen* die Fähigkeit ab, gute Erklärungen anzubieten. Entsprechend findet sie auf YouTube keine Erklärerinnen zu diesem Fach, die ihre Aufmerksamkeit erhalten und eine kompetente Erklärung anbieten.⁹

«Also ich bevorzuge, wenn es Lernvideos sind, meistens eher Männer, weil (...) also es gibt glaube ich gar keine Frauen. (...) Also ich habe bis jetzt selten eine Frau gesehen, die irgendwie etwas in Mathe erklärt und das dann auch noch so gut erklärt, dass man da dranbleibt (...).» (Interview 2, Schülerin, 10. Klasse, 16 Jahre)

Die Teilnehmerin überträgt individuelle Erfahrungen aus dem Schulalltag in den informellen digitalen Lernraum YouTube. Ihre Erfahrungen mit Lehrkräften formen die generelle Wahrnehmung von Geschlecht als ausschlaggebendem Faktor für Erklärkompetenz. In ihrer selektiven Rezeption von Erklärvideos und Tutorials und in ihrem Sprechen über diese wiederholt die Schülerin bestehende Vorstellungsbilder und trägt zur Festigung ihrer stereotypisierenden Bedeutung und Wirkung bei (ohne dies zu reflektieren oder schon reflektieren zu können).

Interviewerin: «Du hast ja schon gesagt, dass viele Männer Videos machen, gerade zum Thema Mathe. Hast du eine Idee oder eine Vermutung, woran das liegen könnte?»

Schülerin: «Also ich kann mir vorstellen, dass Frauen einfach viel komplizierter erklären (...). Also wenn ich jetzt zum Beispiel gezielt etwas suche (...), dann erklären Frauen meistens die anderen Sachen nicht, weil sie denken, dass man das weiss. (...) Männer machen das glaube ich anders und erklären, was das noch ist, und dann hat man alles. Weshalb ich glaube, dass Frauen, das ein bisschen schlechter machen, so Erklärvideos. Deshalb sind doch mehr Männer da in diesem Bereich.» (Interview 2, Schülerin, 10. Klasse, 16 Jahre)

Die genderstereotype Zuschreibung von Erklärkompetenz und die sich daraus abgeleitete genderbezogene Rezeptionspräferenz erstreckt sich jedoch über weitere Themenfelder, wenn die Interviewpartnerin darüber hinaus berichtet, dass sie im Freizeitbereich eher Frauen rezipiert. Videos, die sie hierzu schaut, sind in den

9 Auf YouTube finden sich folgende deutschsprachige Mathe-Erklärerinnen mit vollumfänglichen Angeboten: «MathemaTrick» (512.000 Abonnenten) <https://www.youtube.com/@MathemaTrick>, musstewissen Mathematik (71.400 Abonnenten; seit 4 Jahren inaktiv) <https://www.youtube.com/c/musstewissen-Mathe> sowie «Einfach Mathe!» (38.500 Abonnenten) <https://www.youtube.com/channel/UCUzBvaznPnie0C2H6q3b6LA>.

Domänen Backen und Kochen; Dekoration und Umgestaltung von Zimmern, Inspirationen für Geschenke sowie Schminke-Tutorials angesiedelt. Die Interviewpartnerin identifiziert sich mit den jungen Frauen* und den Rollen, in denen sie repräsentiert werden.

«Es sind teilweise mehr YouTuberinnen in meiner Freizeit. (...) Ja. Das ist dann zum Beispiel- da mag ich es eher, also wenn ich in der Freizeit Videos gucke, mag ich es eher, wenn das jüngere Menschen sind, die das machen, weil da kann ich mich auch besser mit, wie sagt man das, besser mit, nicht vergleichen, sondern also ich kann mich einfach, ich habe dann so, dass die so sind wie ich, also sie haben die gleichen Interessen und sowas». (Interview 2, Pos. 31ff.)

Die Interviewpartnerin spricht jungen Frauen fachliche Expertise und Kompetenz in schulischen Fächern wie Mathematik ab. Gleichzeitig identifiziert sie sich mit den jungen weiblichen Videoprotagonistinnen und den Themen, die die YouTuberinnen in ihren Tutorials bespielen. Die Interessen und Kompetenzen junger Frauen im Allgemeinen, sich selbst eingeschlossen, beschreibt die Interviewpartnerin entsprechend stereotypen Vorstellungen von Weiblichkeit. Durch ihre Aussagen im Interview und ihr Rezeptionsverhalten im Alltag reproduziert sie im eigenen *doing gender* Stereotype und trägt damit zu einer Festigung etablierter und verkürzter Vorstellungen über soziale Geschlechterrollen (*gender*) bei.

5.2.4 Inhaltliche Qualität vs. Identifikationsmöglichkeit als Auswahlkriterium

Ein anderer Teilnehmer an der Interviewstudie sieht im ablesbaren, da performativ hergestellten, *Gender* einer Person persönlich keine Relevanz für die Wahl oder die Bewertung eines Videos. In erster Linie geht es ihm, so sagt er, um den Inhalt des Videos und die Qualität der Erklärung. Wenn ein Persönlichkeitsmerkmal der Videoprotagonist:innen aus seiner persönlichen Sicht relevant ist, so wäre es auch hier das Alter der YouTuber:in, das ihm eine Identifikationsmöglichkeit offeriert.

«Also es ist mir total egal, ob das junge Personen und alte Personen, oder männliche Personen oder weibliche Personen sind. Das einzige, was vielleicht hilfreich sein könnte, wäre bei interessehalber geguckten Videos, dass man sich identifizieren kann. Also eher jüngere Leute. Aber bei Tutorials ist das eigentlich relativ egal. Da geht es um den Inhalt.» (Interview 37, Schüler, 11. Klasse, 16 Jahre)

Für den Schüler erscheint die Frage nach der Rolle sowohl von Alter als auch von Geschlecht der Videoprotagonist:innen zunächst irrelevant. Der Kategorie Alter schreibt der Schüler nach einer ersten eher ablehnenden Reaktion auf die Interviewfrage in Bezug auf nicht-schulische, also interessenbezogene Videos dann doch

ein Identifikationspotenzial und damit Relevanz zu. Obwohl er zunächst YouTube als einen genderunspezifisch strukturierten Raum beschreibt, sieht er – auf erneute Nachfrage – in der Domäne *Programmieren und Gaming* einen ungenutzten Raum für weibliche Vorbilder.

Interviewerin: «Denkst du, dass es zum Beispiel im Programmierbereich für Mädchen eine Rolle spielen könnte, wer da im Video zu sehen ist?»

Schüler: «Glaube ich auf jeden Fall. Ja, klar. Also letztendlich Vorbilder zu haben, die da in dem Bereich was machen, schadet denke ich mal nicht. Und gerade weil ja der Programmierbereich auch geschlechtsmässig ganz gross anteilig bei den Männern liegt, würde ich denken, dass es auf jeden Fall helfen würde, wenn da auch weibliche Tutorials, – komische Formulierung – wenn man sich da auch als Mädchen eher identifizieren kann, wenn da tatsächlich auch mal von einer weiblichen Person Tutorials gedreht werden.» (Interview 37, Schüler, 11. Klasse, 16 Jahre)

Der Schüler rezipiert aufgrund seines exklusiven Fokus auf Erklärvideos und Tutorials aus dem Bereich Programmieren und Gaming (beinahe) ausschliesslich männliche YouTuber. Die eingangs getroffene Aussage, die ablesbare Geschlechtsidentität von YouTuber:innen spiele für die Wahl eines Videos und die Identifikation mit Videoprotagonist:innen keine Rolle, relativiert der Schüler hier. Wenn er sagt, dass «weibliche Tutorials» ein Identifikationspotenzial und damit eine Vorbildfunktion auf YouTube einnehmen können, reflektiert er (implizit) auch seine eigene (un-)bewusste Wahrnehmung von YouTube als genderunspezifisch geordnetem digitalen Raum. Das Potenzial und die Relevanz von weiblichen Vorbildern beschreibt er als vorhanden: Es würde *nicht schaden*, wenn auch weibliche Personen in Erklärvideos und Tutorials aus dem Bereich Gaming und Programmieren zu sehen sind. Die Vermutung, dass der Schüler gegenüber der als weiblich adressierten Interviewpartnerin entsprechend sozialer Erwünschtheit antwortet, liegt nahe. Einen *eigenen* Mehrwert, der aus mehr von Frauen erstellte Erklärvideos in seinen eigenen Interessensgebieten und somit einer höheren Diversität resultieren könnte, benennt er nicht.

Insgesamt lässt sich anhand der Aussage des Schülers festhalten, dass YouTube ein von Genderstereotypen durchzogener Raum ist, der insbesondere in der eigenen Nutzung wenig hinterfragt wird. Weiblichen und nonbinären Vorbildern wird ein Potenzial für eine Öffnung männlich konnotierter Themenfelder auch für Mädchen sowie nonbinäre Personen zugeschrieben, während der umgekehrte Fall nur in Einzelfällen (und nicht von Jungen) beschrieben wird.

6. Beschränkungen der Studie

Das Ziel der in diesem Beitrag vorgestellten Studie war die qualitative Erforschung alltäglicher Handlungspraxen und distinkter Argumentationsmuster von zufällig ausgewählten Schüler:innen in Bezug auf die genderspezifische Ordnung ihrer YouTube-Rezeption von Erklärvideos und Tutorials. Aufgrund der Durchführung der Interviewstudie während der Corona-Schulschließungen konnten die Schüler:innen nicht direkt in Schulen oder Freizeiteinrichtungen angesprochen werden, sodass zunächst ein Schneeballsampling eingesetzt werden musste, welches zu einer Überrepräsentation von Gymnasiast:innen führte. Erst durch die Nutzung von Online-Werbekampagnen konnte die Heterogenität des Teilnehmer:innenfelds gesteigert werden.

Während es zu schulischen Themen eine hohe Kohärenz der Rezeptionsmuster gibt, welche sich durch quantitative Auswertungen standardisierter Fragebogenerhebungen im Rahmen der Dab-J Studie (Wolf et al. 2021) bestätigen lassen, zeigt sich in der vorliegenden Studie eine hohe Vielfalt in den freizeitlichen Interessen, welche nur punktuell untersucht werden konnte. Insbesondere beschränkt sich diese Studie auf besonders häufig geschaute YouTube-Kanäle, welche ohne Antwortvorgaben von den Teilnehmer:innen im Interview genannt wurden. Möglicherweise werden auch kleinere Kanäle eher zufällig über die YouTube-Empfehlungen genutzt, nicht aber in den Interviews thematisiert. Da durch die ungestützte Nennung von häufig geschauten Kanälen nur relativ wenige Kanäle erhoben werden konnten, ist für zukünftige Studien die Erhebung mittels der Abonnements und Wiedergabeverläufe der Nutzer:innen sinnvoll.

Aufgrund der verhältnismässig geringen Studiengrösse fokussiert die Auswertung lediglich auf binäre Subjektpositionen. Durch die direkte thematische Ansprache bzgl. diversitäts- bzw. genderbezogener Auswahlstrategien in den Interviews ist weiterhin eine Tendenz zur sozialen Erwünschtheit der Antworten und einer Reproduktion von Stereotypisierung zu erwarten, welche ggf. auch durch das im Videointerview ablesbare Geschlecht der Interviewer:innen verstärkt wurde.

7. Diskussion und Fazit

Die Ergebnisse aktueller Studien (Wegener, Prommer, und Linke 2020; Döring 2019), welche eine genderspezifische Ordnung der Videoplattform YouTube beschreiben, werden auch durch die empirischen Datenquellen des vorliegenden Beitrags bestätigt. In den von Jugendlichen bevorzugten Erklärvideos und Tutorials verfestigen sich gesellschaftlich etablierte Vorstellungen davon, was es heisst, männlich oder weiblich zu sein. Frauen* rezipieren Themen wie Mode, Make-up oder Kreatives und sind vor allem in Videos zu diesen als weiblich konnotierten/konstruierten

Themenbereichen zu sehen. Für männliche Rezipienten wie auch Protagonisten sind insbesondere Videos aus den Domänen Programmieren, Gaming und Technikreviews (Freizeit) interessant.

Nicht nur über die Bespielung einer Vielzahl von Kanälen innerhalb einer Domäne durch Vertreter:innen eines der binär konstruierten Geschlechter, sondern auch durch die inhaltliche Beschränkung eines Kanals auf die ausschliessliche Produktion genderstereotyper und stereotypisierender Inhalte werden Vorstellungen über Weiblichkeit und Männlichkeit stetig wiederholt und so in ihrer Bedeutung gefestigt.

Das Geschlecht einer Person und das Identifikationspotenzial mit diesem wird von Interviewpartner:innen als Auswahlkriterium für ein Video genannt. Dabei werden Themenbereiche fortgesetzt als spezifisch weiblich oder männlich konstruiert, ohne dass ein Reflexionsprozess dieser exkludierenden Praxis stattfindet. Wenn Erklärkompetenz und Fachexpertise Frauen im schulisch-naturwissenschaftlichen Bereich abgesprochen wird und Schülerinnen sich eher mit jungen YouTuberinnen im Bereich von Schminktutorials identifizieren, wird deutlich, wie hochproblematisch stereotypisierende Repräsentationen von Geschlecht sein können. Das Potenzial einer hohen Diversität in der Autor:innenschaft von Erklärvideos und Tutorials auf YouTube, das einen niedrigschwelligen, interessenbasierten und stereotypenbrechenden Zugang zu Informationen und Wissen ermöglichen soll, bleibt hier zumindest für die interviewten Rezipient:innen weitgehend unsichtbar und ungenutzt – auch wenn diese Kanäle auf YouTube durchaus mit hohen Abonnenten- und Aufrufzahlen erfolgreich sind.¹⁰

Auch wenn die Videoplattform von einigen der interviewten jugendlichen Rezipient:innen als ein von Stereotypen und Stereotypisierungen durchzogener Raum kritisch reflektiert wird, erscheint eine medienpädagogische Reflexion zu Gender bzw. allgemeiner mit Diversität auf YouTube notwendig. Vor diesem Hintergrund ist auch die Entscheidung des öffentlich-rechtlichen Internetangebotes «funk» kritisch zu hinterfragen, deren «musste wissen»-Reihe im Jahr 2018 einzustellen, welche explizit das Ziel hatte, ein Gegenangebot zum genderstereotypen Erklär-Mainstream auf YouTube anzubieten (Valenzuela und Wolf 2021).

Weiterhin zeigt sich der Bedarf, im Kontext der Medienbildung stärker Aspekte von Diversität einzubeziehen, damit das durchaus vorhandene Potenzial alternativer und nicht-stereotyper YouTube-Kanäle auch von Kindern und Jugendlichen erschlossen werden kann, um einen nicht nur niedrigschwelligen, sondern auch diversitätsoffenen Zugang zu Informationen, Wissen und Bildung auf partizipativen Videoplattformen wie YouTube zu ermöglichen. Der zunehmende Erfolg von

10 Mathematik: MathemaTrick <https://www.youtube.com/c/MathemaTrick/about> (512.000 Abos), Programmieren & Techjobs: Tiff in Tech <https://www.youtube.com/c/TiffInTech> (347.000 Abos), Gaming: Girlfriend Reviews <https://www.youtube.com/c/GirlfriendReviews> (1,44 Mio. Abos), Aphmau <https://www.youtube.com/AphmauGaming> (19,5 Mio. Abos), Wissenschaft: Sabine Hossenfelder <https://www.youtube.com/c/SabineHossenfelder> (1.13 Mio. Abos).

nicht-stereotypen Kanälen wie z. B. MathemaTrick oder Sabine Hossenfelder zeigt, dass dies möglich ist. Allerdings müsste hierzu eine ausgeglichene Empfehlung durch Lehrende in den Schulen oder aber auch über den YouTube-Algorithmus erfolgen. Hier stellt sich auch die Forschungsfrage, warum die durchaus vorhandenen nicht-stereotypen Angebote von den Interviewten in unserem Sample so wenig genutzt bzw. entdeckt wurden – werden sie von den Rezipierenden selbst stereotypisierend ausgefiltert, werden beim Suchen nur bekannte Kanäle genutzt oder existiert ein Bias in den Such- und Empfehlungsalgorithmen von YouTube? Hierzu bedarf es beobachtender Studien zur Nutzung von YouTube im Alltag.

Bezüglich weiterer Diversitätsdimensionen zeigt sich in unserer Studie ein klares Bild. Gute schulische Angebote werden mit grosser Mehrheit Erwachsenen zugeschrieben, welche älter als die Rezipierenden sind. Im Freizeitbereich ist die Bandbreite des Alters der rezipierten YouTuber:innen grösser. Je nach Themenfeld werden durchaus Gleichaltrige als kompetent akzeptiert, für Spezialthemen werden zusätzlich auch deutlich ältere Personen rezipiert. People of Color werden insgesamt im deutschsprachigen Kontext von Tutorials und Erklärvideos deutlich weniger rezipiert als auf englischsprachigen Kanälen. Im schulischen Kontext stellen sie die absolute Ausnahme (wie die PoC-YouTuberin Mai Thi Nguyen-Kim) dar. Hier schliesst sich direkt eine Forschungsfrage bzgl. nationaler/sprachraumbezogener vs. internationaler Unterschiede an, nämlich ob das deutschsprachige Angebot auch eine mangelnde Offenheit und damit Diversität des gesamten Bildungssystems abbildet. Die durchaus häufige Nutzung von englischsprachigen Kanälen bzw. Präferenz¹¹ dieser könnte durchaus ein Potenzial für eine Diversity Education darstellen, da diese auch eine höhere Diversität der Protagonist:innen aufweisen.

Literatur

- Abdul-Hussain, Surur, und Roswitha Hofmann. 2013. «Dossier Diversitätsmanagement». *erwachsenenbildung.at*. 2013. <https://erwachsenenbildung.at/themen/diversitymanagement>.
- Allemann-Ghionda, Christina. 2011. «Orte und Worte der Diversität – gestern und heute». In *Orte der Diversität. Formate, Arrangements und Inszenierungen*, herausgegeben von Christina Allemann-Ghionda und Wolf-Dieter Bukow, 15–34. Wiesbaden: VS.

11 Ein typischer Interviewauszug zur Präferenz englischsprachiger Videos lautet: «Ich gucke am liebsten, glaube ich auch amerikanische YouTuber, weil die den Deutschen ziemlich weit voraus sind. Von der Art her, was sie machen, das ist auch eher das, was im Trend ist, als bei den Deutschen. Die machen, das eher so- ich weiß nicht, ich finde den Stil auch oft nicht so cool» (Interview 4, Schülerin, 17 Jahre, 12. Klasse).

- Allemann-Ghionda, Christina, und Wolf-Dieter Bukow. 2011. «Einleitung». In *Orte der Diversität. Formate, Arrangements und Inszenierungen*, herausgegeben von Christina Allemann-Ghionda und Wolf-Dieter Bukow. Wiesbaden: VS. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-92087-0>.
- Altmaier, Nina, Verena Honkomp-Wilkens, Katrin Ellen Klieme, Christian Pentzold, und Karsten D. Wolf. 2023. «Is There a Gendered Response to YouTube Tutorials? Self-Representation and Commenting Behavior Around Extracurricular Educational Content». Interactive Poster Session gehalten auf der ICA 2023, Toronto, Mai 26.
- Anders, Petra. 2019. «Erklärvideo». In *Einführung in die Filmdidaktik. Kino, Fernsehen, Video, Internet.*, herausgegeben von Petra Anders, Michael Staiger, Christian Albrecht, Manfred Rüssel, und Claudia Vorst, 255–68. Stuttgart: J.B. Metzler. <https://doi.org/10.1007/978-3-476-04765-6>.
- Banks, James A. 2004. «Teaching for Social Justice, Diversity, and Citizenship in a Global World». *The Educational Forum* 68 (4): 296–305. <https://doi.org/10.1080/00131720408984645>.
- Beautemps, Jacob, und André Bresges. 2021. «What Comprises a Successful Educational Science YouTube Video? A Five-Thousand User Survey on Viewing Behaviors and Self-Perceived Importance of Various Variables Controlled by Content Creators». *Frontiers in Communication* 5 (April): 600595. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2020.600595>.
- Becker, Ulrike. 2013. «Medien und Geschlecht». In *EEO Enzyklopädie Erziehungswissenschaft Online*, herausgegeben von Dorothee Meister, Friederike von Gross, und Uwe Sander. Weinheim Basel: Beltz Juventa.
- Butler, Judith. 1991. *Das Unbehagen der Geschlechter*. 22. Auflage 2021. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Crenshaw, Kimberle. 1989. «Demarginalizing the intersection of Race and gender in anti-discrimination law, feminist theory, and antiracist politics.» *Chicago Legal Forum*, 139–67.
- Degele, Nina. 2019. «Intersektionalität: Perspektiven der Geschlechterforschung». In *Handbuch Interdisziplinäre Geschlechterforschung*, herausgegeben von Beate Kortendiek, Birgit Riegraf, und Katja Sabisch, 341–48. Wiesbaden: Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-658-12496-0_32.
- Dijk, Jan van. 2020. *The digital divide*. Cambridge: Polity. <https://suche.suub.uni-bremen.de/peid=B166827300>.
- Döring, Nicola. 2019. «Videoproduktion auf YouTube: Die Bedeutung von Geschlechterbildern». In *Handbuch Medien und Geschlecht: Perspektiven und Befunde der feministischen Kommunikations- und Medienforschung*, herausgegeben von Johanna Dorer, Brigitte Geiger, Brigitte Hipfl, und Viktorija Ratković, 1–11. Wiesbaden: Springer Fachmedien. https://doi.org/10.1007/978-3-658-20712-0_53-1.
- Driessen, Geert. 2015. «Teacher Ethnicity, student Ethnicity, and student outcomes». *Intercultural Education* 26 (3): 179–91. <https://doi.org/10.1080/14675986.2015.1048049>.

- Feierabend, Sabine, Thomas Rathgeb, Hediye Kheredmand, und Stephan Glöckler. 2020. *JIM-Studie 2020. Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger*. Herausgegeben von MPFS. Stuttgart. https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2020/JIM-Studie-2020_Web_final.pdf.
- Feierabend, Sabine, Thomas Rathgeb, Hediye Kheredmand, und Stephan Glöckler. 2021. *JIM-Studie 2021. Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger*. Herausgegeben von MPFS. Stuttgart. https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2021/JIM-Studie_2021_barrierefrei.pdf.
- Glaser, Barney G., und Anselm L. Strauss. 2010. *Grounded Theory. Strategien qualitativer Forschung*. 3., unv. Bern: Hans Huber.
- Hall, Ronald E. 2001. «The Ball Curve: Calculated Racism and the Stereotype of African American Men». *Journal of Black Studies* 32 (1): 104–19. <https://doi.org/10.1177/002193470103200106>.
- Hepp, Andreas, Matthias Berg, und Cindy Roitsch. 2014. *Mediatisierte Welten der Vergemeinschaftung. Kommunikative Vernetzung und das Gemeinschaftsleben junger Menschen*. Medien – Kultur – Kommunikation. Wiesbaden: Springer VS. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-02425-3>.
- Hipfl, Brigitte. 2008. «Gender und Medien». In *Handbuch Medienpädagogik*, herausgegeben von Uwe Sander, Friederike von Gross, und Kai-Uwe Hugger, 473–88. Wiesbaden: VS. https://doi.org/10.1007/978-3-531-91158-8_71.
- Honkomp-Wilkens, Verena, Karsten D. Wolf, Patrick Jung, und Nina Altmaier. 2022. «Informelles Lernen auf YouTube: Entwicklung eines Analyseinstruments zur Untersuchung didaktischer und gestalterischer Aspekte von Erklärvideos und Tutorials». *MedienPädagogik: Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung* 18 (Jahrbuch Medienpädagogik): 495–528. <https://doi.org/10.21240/mpaed/jb18/2022.03.08.X>.
- Höppner, Grit, und Anna Wanka. 2021. «Un/Doing Age: Multiperspektivität Als Potential Einer Intersektionalen Betrachtung von Differenz- Und Ungleichheitsverhältnissen». *Zeitschrift für Soziologie* 50 (1): 42–57. <https://doi.org/10.1515/zfsoz-2021-0005>.
- Kessels, Ursula. 2015. «Zur Kompatibilität von Geschlechtsidentität, MINT-Fächern und schulischem Engagement: Warum wählen Mädchen seltener Physik und machen häufiger Abitur als Jungen?» In *Heterogenität und Diversität – Vielfalt der Voraussetzungen im naturwissenschaftlichen Unterricht. Gesellschaft für Didaktik der Chemie und Physik, Jahrestagung in Bremen 2014*, herausgegeben von S. Bernholt, 19–30. Kiel: IPN.
- Kosnick, Kira, Christina Allemann-Ghionda, und Wolf-Dieter Bukow. 2011. «Gender and Diversity». In *Orte der Diversität. Formate, Arrangements und Inszenierungen*, 161–69. Wiesbaden: VS. <http://doi.org/10.1007/978-3-531-92087-0>.
- Kuckartz, Udo. 2018. *Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung*. 4. Aufl. Weinheim: Beltz Juventa.
- Kulgemeyer, C. 2020. «Didaktische Kriterien für gute Erklärvideos.» In *Lehren und Lernen mit Tutorials und Erklärvideos*, herausgegeben von Stephan Dogerloh und Karsten D. Wolf, 70–75. Weinheim Basel: Beltz.

- Matthes, Eva, und Hannah Rabea Lachner. 2021. «Sexismus in Erklärvideos von simpleclub». In *Lehrvideos – das Bildungsmedium der Zukunft? Erziehungswissenschaftliche und fachdidaktische Perspektiven*, herausgegeben von Eva Matthes, Stefan T. Siegel, und Thomas Heiland, 50–69. Klingenhardt.
- Mecheril, Paul, und M. Plößer. 2011. «Diversity und soziale Arbeit». In *Handbuch Soziale Arbeit*, herausgegeben von Hans-Uwe Otto und Hans Thiersch, 278–87. München.
- Prenzel, Annedore. 1993. «Integrationspädagogik». In *Pädagogik der Vielfalt: Verschiedenheit und Gleichberechtigung in Interkultureller, Feministischer und Integrativer Pädagogik*, herausgegeben von Annedore Prenzel, 138–65. Reihe Schule und Gesellschaft. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.1007/978-3-663-14850-0_5.
- Prenzel, Annedore. 2001. «Egalitäre Differenz in der Bildung». In *Unterschiedlich verschieden: Differenz in der Erziehungswissenschaft*, herausgegeben von Helma Lutz und Norbert Wenning, 93–107. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.1007/978-3-663-11705-6_5.
- Prenzel, Annedore. 2007. «Diversity Education – Grundlagen und Probleme der Pädagogik der Vielfalt». In *Diversity Studies: Grundlagen und disziplinäre Ansätze*, herausgegeben von Gertraude Krell, Barbara Riedmüller, Barbara Sieben, und Dagmar Vinz, 49–68. Frankfurt am Main: Campus Verlag.
- Prommer, Elizabeth, Claudia Wegener, und Christine Linke. 2019. «Geschlechterdarstellungen auf YouTube». *BZgA Forum für Sexualaufklärung* 2019 (1): 16–20.
- Przyborski, Aglaja, und Monika Wohlrab-Sahr. 2014. *Qualitative Sozialforschung. Ein Arbeitsbuch*. 4., erw. Auflage. München: Oldenbourg.
- Puhr, Kirsten. 2023. «Heterogene Schulleistungen als (De)Legitimation von Inklusion/Exklusion». In *Studienbuch Inklusion/Exklusion: Eine Einführung in die inklusionsorientierte Schul-Pädagogik*, herausgegeben von Kirsten Puhr, 323–62. Wiesbaden: Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-658-19063-7_8.
- Ragnedda, Massimo, und Glenn W. Muschert. 2018. *Theorizing digital divides*. Routledge advances in sociology. London: Routledge, Taylor & Francis <https://suche.suub.uni-bremen.de/peid=B89597982>.
- Rat für Kulturelle Bildung e.V., Hrsg. 2019. *Jugend / YouTube / Kulturelle Bildung. Horizont 2019. Studie: Eine repräsentative Umfrage unter 12- bis 19-Jährigen zur Nutzung Kultureller Bildungsangebote an digitalen Kulturorten*. Essen. https://www.rat-kulturelle-bildung.de/fileadmin/user_upload/pdf/Studie_YouTube_Webversion_final.pdf.
- Redding, Christopher. 2019. «A Teacher Like Me: A Review of the Effect of Student-Teacher Racial/Ethnic Matching on Teacher Perceptions of Students and Student Academic and Behavioral Outcomes». *Review of Educational Research* 89 (4): 499–535. <https://doi.org/10.3102/0034654319853545>.
- Rutter, Sabrina. 2021. «Soziale Ungleichheit im Bildungssystem». In *Sozioanalyse in der pädagogischen Arbeit: Ansätze und Möglichkeiten zur Bearbeitung von Bildungsungleichheit*, herausgegeben von Sabrina Rutter, 1–66. Bildung und Gesellschaft. Wiesbaden: Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-658-32065-2_1.

- Schade, Sigrid, und Silke Wenk. 2011. *Studien zur visuellen Kultur. Einführung in ein transdisziplinäres Forschungsfeld*. Bielefeld: transcript.
- Schmidt-Borcherding, Florian. 2020. «Zur Lernpsychologie von Erklärvideos: Theoretische Grundlagen.» In *Lehren und Lernen mit Tutorials und Erklärvideos*, herausgegeben von Stefan Dorgerloh und Karsten D. Wolf, 63–69. Weinheim, Basel: Beltz.
- Schön, Sandra, und Martin Ebner. 2020. «Was macht ein gutes Erklärvideo aus?» In *Lehren und Lernen mit Tutorials und Erklärvideos*, herausgegeben von Stefan Dorgerloh und Karsten D. Wolf, 75–80. Weinheim Basel: Beltz.
- Simonson, Julia, und Lisa Kortmann. 2022. *Bildungsbeteiligung von Menschen in der zweiten Lebenshälfte: Befunde des Deutschen Alterssurveys (DEAS) 2020/21*. DZA-Fact Sheet. Berlin: Deutsches Zentrum für Altersfragen.
- Sliwka, Anne. 2010. «From Homogeneity to Diversity in German Education». Paris: OECD. <https://doi.org/10.1787/9789264079731-12-en>.
- Steffen, Nils, und Christian Bunnenberg. 2019. «Geschichte auf YouTube – ein Ausblick.» In *Geschichte auf YouTube: Neue Herausforderungen für Geschichtsvermittlung und historische Bildung*, herausgegeben von Christian Bunnenberg und Nils Steffen, 315–18. Berlin, Boston: De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110599497-016>.
- Steyn, Melissa, und Serena O. Dankwa. 2021. «Revisiting Critical Diversity Literacy: Grundlagen für das einundzwanzigste Jahrhundert.» In *Kultur und soziale Praxis*, herausgegeben von Serena O. Dankwa, Sarah-Mee Filep, Ulla Klingovsky, und Georges Pfruender, 39–58. Bielefeld: transcript. <https://doi.org/10.14361/9783839458266-004>.
- Valenzuela, Nicole, und Karsten D Wolf. 2020. «Erklärvideos auf die leise Art: das Format musstewissen auf Funk.» In *Lehren und Lernen mit Tutorials und Erklärvideos*, herausgegeben von Stephan Dorgerloh und Karsten D. Wolf, 42–45. Weinheim: Beltz.
- Walgenbach, Katharina. 2017. *Heterogenität - Intersektionalität - Diversity in der Erziehungswissenschaft*. Opladen: Verlag Barbara Budrich.
- Wegener, Claudia, Elisabeth Prommer, und Christine Linke. 2020. «Gender Representations on YouTube». *M/C Journal*, Nr. 23(6). <https://doi.org/10.5204/mcj.2728>.
- Weinhardt, Felix. 2017. «Ursache für Frauenmangel in MINT-Berufen? Mädchen unterschätzen schon in der fünften Klasse ihre Fähigkeiten in Mathematik». *DIW Wochenbericht* 84 (45): 1009–14.
- West, Candace, und Don H. Zimmerman. 1991. «Doing Gender». In *Gender Inequality*. Los Angeles: Roxbury.
- Wolf, Karsten D. 2015a. «Bildungspotenziale von Erklärvideos und Tutorials auf YouTube: AudioVisuelle Enzyklopädie, adressatengerechtes Bildungsfernsehen, Lehr-Lern-Strategie oder partizipative Peer Education?». *merz | medien + erziehung* 59 (1): 30–36. <https://doi.org/10.21240/merz/2015.1.11>.

- Wolf, Karsten D. 2015b. «Video-Tutorials und Erklärvideos als Gegenstand, Methode und Ziel der Medien- und Filmbildung.» In *Filmbildung im Wandel*, herausgegeben von Anja Hartung, Thomas Ballhausen, Christine Trültzsch-Wijnen, Alessandro Barberi, und Katharina Kaiser-Müller, 2, 121–31. Mediale Impulse. Wien: NAP, New Academic Press. https://www.researchgate.net/profile/Alessandro-Baberi/publication/307477402_Filmbildung_im_Wandel_Mediale_Impulse_2/links/5f80217a299bf1b53e185058/Filmbildung-im-Wandel-Mediale-Impulse-2.pdf#page=69.
- Wolf, Karsten D., Ilona Cwielong, Sven Kommer, und Katrin Klieme. 2021. «Selbstopтимierung von Schüler*innen durch schulbezogene Erklärvideonutzung: Entschulungsstrategie oder Selbsthilfe?» Herausgegeben von Peter Bettinger, Klaus Rummler, und Karsten D. Wolf. *Zeitschrift MedienPädagogik* Optimierung in der Medienpädagogik. Forschungsperspektiven im Anschluss an den 27. Kongress der DGfE. Themenheft (42).
- Wolf, Karsten D., und Verena Kratzer. 2015. «Erklärstrukturen in selbsterstellten Erklärvideos von Kindern». In *Jahrbuch Medienpädagogik 12*, herausgegeben von K. Hugger, A. Tillmann, S. Iske, P. Grell, und T. Hug, 29–44. Wiesbaden: Springer.
- Ziegler, Albert, Kimberley L. Chandler, Wilma Vialle, und Heidrun Stoeger. 2017. «Exogenous and Endogenous Learning Resources in the Actiotope Model of Giftedness and Its Significance for Gifted Education». *Journal for the Education of the Gifted* 40 (4). <https://doi.org/10.1177/0162353217734376>.

Förderhinweis

Das Projekt wurde gefördert durch das BMBF (FKZ 01JD1804B).