

YouTube-Videos zum Deutschlernen für Lernende mit Japanisch als Muttersprache

Axel HARTING

Zentrum für Fremdsprachenforschung und -lehre

Universität Hiroshima

1. Einleitung

Der vorliegende Beitrag befasst sich mit YouTube-Videos zum Deutschlernen für Lernende in Japan. Die Inspiration zu dieser Studie entstammt der durch die Corona-Krise verursachten Notwendigkeit, Unterricht online durchführen zu müssen, womit digital verfügbaren Lernressourcen eine verstärkte Bedeutung zufällt. Ziel der vorliegenden Studie ist es, einen Überblick über das Ausmaß und die Beschaffenheit von YouTube-Videos zum Deutschlernen für Lernende mit Japanisch als Muttersprache zu geben. Dazu wurde eine explorative, empirische Untersuchung durchgeführt, bei der über die Suchfunktion von YouTube nach entsprechenden Videos gesucht und die inhaltlichen, formalen und didaktischen Charakteristika dieser Videos analysiert wurden. Angesichts des enormen Ausmaßes an verfügbaren Videos auf der Plattform beschränkt sich die vorliegende Untersuchung auf jeweils zehn Videos von insgesamt 20 YouTuberInnen (n=200). Bei der quantitativen und qualitativen Analyse der Videos wurde folgenden Fragestellungen nachgegangen:

- (1) Welche sprachlichen Fertigkeiten sollen durch die Videos trainiert werden?
- (2) Welche technischen und formalen Charakteristika haben die Videos?
- (3) Welche inhaltlichen und didaktischen Charakteristika weisen die Videos auf?

Im Folgenden wird zunächst ein Überblick über die für diesen Bereich relevante Forschungsliteratur gegeben (Abschnitt 2). Darauf folgt eine Erläuterung meines Vorgehens bei der Datenerhebung und -analyse (Abschnitt 3). Abschnitt 4 widmet sich der Präsentation der Untersuchungsergebnisse, wobei zunächst ein Vergleich zwischen den Besonderheiten der Videos deutscher und japanischer YouTuberInnen vorgenommen wird (4.1.), während sich die übrigen Abschnitte den Eigenschaften von Videos einzelner inhaltlicher Schwerpunkte widmen: Landeskunde (4.2.), Grammatik (4.3.), Ausdruck (4.4.), Wortschatz (4.5.), sowie Kommunikation, Lernstrategien, Aussprache, und Hör- und Leseverstehen (4.6.). Im fünften Abschnitt soll darüber reflektiert werden, wie mit den Untersuchungsergebnissen weitergearbeitet werden kann.

2. Literaturüberblick

Aufgrund ihrer Mobilität und Kompatibilität bietet die Videoplattform YouTube insbesondere für die mit digitalen Medien aufgewachsenen Millennials ein ideales Medium zum Fremdsprachenlernen (Liu, 2010). YouTube-Videos ermöglichen den Lernenden, den Lernstoff unabhängig von Zeit und Ort, beliebig oft und nach eigenem Tempo zu konsumieren (Becher, 2012). Damit lässt sich zum Beispiel auch das

Konzept des ‚flipped classrooms‘ realisieren, bei dem die Erarbeitung des Lernstoffes, wie zum Beispiel Grammatik- oder Wortschatzvermittlung außerhalb des Klassenzimmers erfolgt, so dass im Unterricht selbst mehr Zeit für Übungsphasen und Interaktion in der Fremdsprache bleibt (Karasic & Vedantham, 2015). Abgesehen davon wird durch den didaktischen Einsatz von YouTube auch mediengesteuertes Lernen gefördert (Eick & King, 2012).

Neben einem weitreichenden Unterhaltungsangebot befinden sich auf der Plattform auch viele für das Lernen von Fremdsprachen geeignete Videos. Darunter gibt es sowohl Videos, in denen gezielt Teilbereiche der Zielsprache, wie Grammatik, Aussprache oder Wortschatz vermittelt werden, als auch Videos (wie zum Beispiel Vlogs), in denen Berichte über Erfahrungen oder Erlebnisse im Vordergrund stehen. Letztere gewähren einen authentischen Einblick in die Zielsprachenkultur und sind besonders gut für die Vermittlung landeskundlicher Aspekte und das Training des Hörverstehens geeignet. Untersuchungen haben gezeigt, dass audiovisuelle Lernmaterialien den Wissenserwerb unterstützen, da sie die gesamte Umgebung zeigen, in der Sprache existiert, einschließlich kultureller, sozialer, ethnischer, historischer und vieler anderer Aspekte (Pisarenko, 2017). Abgesehen davon ist die Aneignung kulturspezifischen Wissens viel interessanter und einprägsamer, wenn diese im Kontext erfolgt. Der über verschiedene Sinne erfolgende Aufnahmeprozess erleichtert die Verarbeitung neuer Informationen und fördert die Tiefe des Verstehens (Jones & Graham, 2013). Unterstützend für das Hörverständnis wirken Transkriptionen des Gesagten, aber auch Untertitel in der L1 der Lernenden. Berk (2009) zufolge bieten sich audio-visuelle Lernmaterialien besonders gut zur Vermittlung schwieriger Grammatikkonzepte an: Visualisierungen und Animationen helfen dabei, die Informationen kognitiv zu verarbeiten. Ähnliche Vorzüge wurden von Arndt & Woore (2018) auch für die Aneignung fremdsprachlichen Wortschatzes nachgewiesen. Schließlich scheint einigen Untersuchungen zufolge, die Verwendung von Sprachlernvideos auch zu einer erhöhten Motivation (Wang & Wei-yu, 2020) und Autonomie (Blake, 2017) der Lernenden beizutragen. Höfler (2017) sieht es als besonders motivationsfördernd an, wenn sich Lernende Videos ihrer YouTube-Stars in der Zielsprache ansehen, wobei sie nicht nur Sach- und Fachwissen erwerben, sondern auch interkulturelle Kompetenzen.

3. Datenerhebung und -analyse

Da es mir bei dieser Untersuchung um das Auffinden potenzieller Online-Ressourcen zum Deutschlernen ging, habe ich für die Datenerhebung ein exploratives Vorgehen gewählt. Dazu habe ich mit verschiedenen japanischen Suchbegriffen (ドイツ語会話 jeweils in Kombination mit レッスン・授業・文化・インタラクティブ・コミュニケーション・文法) nach geeigneten Videos für japanische Deutschlernende gesucht. Für die im vorliegenden Beitrag vorgenommene Analyse wurden jeweils zehn Videos von insgesamt 20 YouTuber(inne)n berücksichtigt, die in Tabelle 1 mit ihren (teilweise abgekürzten) Profilnamen verzeichnet sind. Detaillierte Angaben zum Auffinden der einzelnen YouTube-Kanäle finden sich im Quellenverzeichnis. Weiterhin enthält Tabelle 1 Angaben über die Muttersprache (L1) der YouTuber(innen), wie viele sprach(lern)-relevante Videos auf deren Kanälen veröffentlicht sind und wie viele Personen diesen Kanal abonniert haben (Stand: Oktober 2021). In der letzten Spalte finden sich Angaben über die durchschnittliche Länge der von mir analysierten Videos. Von jedem/jeder YouTuber(in) wurden zehn Videos analysiert (n=200). Die Auswahl der für die Analyse berücksichtigten Video erfolgte zufällig, allerdings wurden Videos ausgeschlossen, die für eine didaktische Verwendung unangemessen erschienen.

Tabelle 1. Analyisierte YouTube-Videos

YouTuber(in)	L1	Schwerpunkt	Abo.	Videos	Länge
<i>Tobi</i>	D	Landeskunde, Interkulturelles	44.600	144	10:24
<i>Lena & Taka</i>	D/J	Landeskunde, Interkulturelles	35.400	63	09:16
<i>Atsuko</i>	J	Landeskunde, Kommunikation	10.800	163	08:11
<i>Roruchan</i>	D	Kommunikation, Grammatik	10.100	258	14:38
<i>Maxi</i>	D	Landeskunde, Aussprache	6.180	572	07:14
<i>Elina</i>	J	Ausdruck, Aussprache, Grammatik	6.120	177	12:01
<i>Verbal-Ästhet</i>	D	Grammatik	4.900	18	08:32
<i>ECOM</i>	D	Ausdruck, Aussprache	4.040	48	02:47
<i>Nana</i>	J	Grammatik	3.090	170	10:12
<i>Ayumi</i>	J	Ausdruck, Landeskunde	2.640	37	08:37
<i>Erina</i>	J	Ausdruck, Landeskunde	2.360	45	08:39
<i>Leira</i>	D	Wortschatz	1.760	39	04:33
<i>Eri</i>	J	Grammatik	1.280	25	06:43
<i>Pengin-Sensei</i>	J	Grammatik	779	455	17:54
<i>Thomas</i>	D	Wortschatz	508	68	27:30
<i>Denise & Katsuya</i>	D/J	Landeskunde, Interkulturelles	496	63	10:50
<i>Nina</i>	J	Grammatik, Landeskunde, Lerntipps	347	83	13:12
<i>DZGO</i>	D/J	Hör- und Leseverstehen, Grammatik	175	86	04:46
<i>Maron</i>	J	Ausdruck	----	18	05:57
<i>Sven</i>	D	Grammatik, Wortschatz	----	127	08:18
Durchschnitt (ø):			7532	133	10:00

Wie aus Tabelle 1 ersichtlich wird, wurde für die Analyse, eine etwa gleich große Anzahl an Videos deutscher und japanischer Muttersprachler herangezogen. Unter den japanischen Muttersprachlern widmen sich *Atsuko*, *Erina* und *Ayumi* vorwiegend deutschen Ausdrücken und landeskundlichen Themen, während *Nana*, *Eri* und *Pengin-sensei* hauptsächlich grammatische Aspekte behandeln. *Elina* legt ihren Fokus auf die Aussprache, greift aber auch typische deutsche Ausdrucksweisen und grammatische Themen auf. Auch *Maron* behandelt vorwiegend deutsche Ausdrücke, während *Nina* sich neben Landeskunde und Grammatik vor allem Strategien zum Lernen annimmt. Unter den deutschen Muttersprachlern behandeln *Sven* und der *Verbal-Ästhet* grammatische Aspekte, *Leira* und *Thomas* stellen deutschen Wortschatz vor, und *Maxi* und *Tobi* konzentrieren sich auf interkulturelle bzw. landeskundliche Aspekte. *Roruchan* widmet sich kommunikativen Aspekten der deutschen Sprache, allerdings mit einer starken Betonung auf die dafür erforderlichen grammatischen Strukturen. Die beiden in Deutschland lebenden Paare *Lena & Taka* und *Denise & Katsuya* widmen sich interkulturellen und landeskundlichen Themen, indem sie in ihren Videos Einblick in den deutschen Lebensalltag geben. Unter den größtenteils aus deutschen Muttersprachlern bestehenden YouTuber-Gruppen befasst sich die Gruppe mit dem Titel ECOM mit Ausdruck und Aussprache, während DZGO (lautmalerisches Akronym für „doitsugo“) einen Schwerpunkt auf Grammatik und Hör- und Leseverstehen legt.

Die in Tabelle 1 verzeichnete Anzahl der Abonnenten (Abo.) gibt Auskunft darüber, wie beliebt die Videos sind, allerdings lassen sich daraus keine Aussagen über deren Qualität in Hinblick auf das Deutschlernen ableiten. Die Anzahl an Videos der einzelnen YouTuber(innen) gibt an, wie viele der auf

ihren jeweiligen Kanälen veröffentlichten Videos sich im weitesten Sinne mit Sprach- und Kulturvermittlung befassen. Unabhängig von dieser Anzahl wurden im Rahmen dieser Studie von jedem/jeder YouTuber(in) jeweils genau zehn Video analysiert. Die durchschnittliche Länge der analysierten Videos beträgt genau zehn Minuten, wobei sich allerdings deutliche Abweichungen ergeben: so dauern die Videos von *Pengin-Sensei* im Durchschnitt fast eine halbe Stunde, während *Leira's* Videos durchschnittlich gerade nur knapp über vier Minuten lang sind. Insgesamt gesehen war genau ein Viertel der analysierten Videos zwischen sieben und zehn Minuten lang, 27% zwischen zehn und 15 Minuten, 14% zwischen drei und fünf Minuten, jeweils 11% zwischen 15 und 30 Minuten und unter 3 Minuten, 10% zwischen fünf und sieben Minuten und nur 2% waren über 30 Minuten lang. Für die Analyse der Videos haben mich sowohl inhaltliche, als auch formale und didaktische Aspekte interessiert, die in Tabelle 2 überblicksartig dargestellt sind.

Tabelle 2. Analysekriterien

inhaltlicher Schwerpunkt	Wortschatz	Ausdruck	Grammatik
	Aussprache	Landeskunde	Kommunikation
	Leseverstehen	Hörverstehen	Lernstrategien
formale Charakteristika	Länge	Episoden	Fotos
	Filme	Schaubilder	Illustrationen
	Tabellen	Landkarten	Emojis
	Musik	Toneffekte	Texte
didaktische Aspekte	Moderator(in)	Sprecher(in)	Dokumentation
	Tafel	Realia	Lehrwerk
	Quiz	Übung	Wiederholung
	Transkription	Übersetzung	Untertitel

Wie anhand der in Tabelle 2 aufgelisteten Analysekategorien ersichtlich wird, sollte zur Definierung der inhaltlichen Ausrichtung der Videos bestimmt werden, ob diese ihren Schwerpunkt (bzw. ihre Schwerpunkte) auf Grammatik, Kommunikation, Landeskunde, Aussprache, lexikalische Aspekte, wie Wortschatz und Ausdruck, rezeptive Fähigkeiten, wie Hör- und Leseverstehen oder aber auf die Vermittlung von Lernstrategien legen. Ausdruck und Kommunikation unterscheiden sich im Rahmen dieser Analyse insofern, als dass beim Ausdruck nur einzelne Äußerungen zur Realisierung einer Sprechabsicht im Mittelpunkt stehen, während es beim letzteren um Interaktionen zwischen mehreren Gesprächsteilnehmern geht. Des Weiteren wurden auch formale bzw. gestaltungstechnische Charakteristika der Videos analysiert: Neben der zeitlichen Dauer und der Anzahl der einzelnen auf YouTube verfügbaren Videos auf den untersuchten Kanälen (hier als Episoden bezeichnet) wurde festgehalten, ob in den Videos Texte, Illustrationen, Tabellen, Landkarten oder Schaubilder präsentiert werden und ob zusätzliches optisches Veranschaulichungsmaterial (wie Fotos oder Filme) bzw. akustische Mittel (Musik oder Toneffekte) verwendet werden.

Was aus didaktischer Perspektive interessant erscheinende Aspekte betrifft, so wurde zunächst zwischen drei verschiedenen Moderationsformen differenziert: (1) Videos, in denen der Moderator bzw. die Moderatorin visuell präsent ist, (2) Videos, in denen Kommentare nur akustisch erfolgen (hier als Sprecher (in) bezeichnet) und (3) Videos, die mit einer mobilen Kamera aufgenommen sind und einen Dokumentarfilm-

Charakter haben (hier als Dokumentation bezeichnet). Des Weiteren wurde betrachtet, welche didaktischen Hilfsmittel (Tafel, Lehrwerk oder Realia) verwendet werden und ob Quiz, Übungen oder Wiederholungen für das Training bestimmter sprachlicher Strukturen oder lexikalischer Einheiten zum Einsatz kommen. Darüber hinaus wurde auch notiert, ob die Erläuterungen des Moderators bzw. Kommentators als Untertitel erscheinen, ob nur bestimmte zu vermittelnde zielsprachliche Wörter oder Sätze als Text eingeblendet werden (Transkription), und ob dabei japanische Übersetzungen verwendet werden.

4. Ergebnisdarstellung

In den folgenden Abschnitten soll jeweils betrachtet werden, ob es Unterschiede zwischen den Videos deutscher und japanischer YouTuber(innen) gibt (4.1.) und welche formalen und didaktischen Charakteristika Videos mit unterschiedlichen inhaltlichen Schwerpunkten (Landeskunde, Grammatik, Ausdruck, Wortschatz etc.) aufweisen (4.2. bis 4.6).

4.1. Vergleich deutscher und japanischer YouTuber(innen)

Für den im vorliegenden Abschnitt vorgenommenen Vergleich der Charakteristika von Videos deutscher und japanischer YouTuber(innen) wurden die insgesamt 20 Videos der beiden binationalen Paare (*Lena & Taka* und *Denise & Katsuya*) nicht mit einbezogen (n=180).

Tabelle 3. Charakteristika der Videos deutscher und japanischer YouTuber(innen)

inhaltlicher Schwerpunkt								
	D	J		D	J		D	J
Wortschatz	18%	8%	Ausdruck	19%	27%	Grammatik	23%	31%
Aussprache	27%	12%	Landeskunde	18%	24%	Kommunikation	12%	7%
Lesen	3%	2%	Hörverstehen	4%	1%	Lernstrategien	3%	10%
formale Charakteristika								
	D	J		D	J		D	J
Länge (ø)	9:50	10:06	Episoden (ø)	151	130	Fotos	14%	12%
Filme	17%	19%	Schaubilder	17%	12%	Illustrationen	23%	24%
Tabellen	9%	8%	Landkarten	0%	0%	Emojis	3%	16%
Musik	23%	49%	Toneffekte	7%	23%	Texte	11%	36%
didaktische Aspekte								
	D	J		D	J		D	J
Moderator(in)	53%	75%	Sprecher(in)	30%	24%	Dokumentation	17%	1%
Tafel	3%	17%	Realia	6%	4%	Lehrwerk	14%	2%
Transkription	49%	43%	Übersetzung	51%	59%	Untertitel	17%	40%
Quiz	0%	2%	Übung	7%	7%	Wiederholung	10%	16%

Was quantitative Aspekte der Videos deutscher und japanischer YouTuber(innen) betrifft, so fällt im Bereich der inhaltlichen Schwerpunkte zunächst auf, dass sich etwa ein Viertel der Deutschen mit Aussprache und Grammatik beschäftigt, und jeweils knapp ein Fünftel mit Landeskunde, Ausdruck und Wortschatz. 12% widmen sich auch kommunikativen Aspekten. Unter den Japanern befasst sich demgegenüber fast ein Drittel mit grammatischen Aspekten, etwa ein Viertel jeweils mit Ausdruck und Landeskunde, 10% vermitteln Lernstrategien und jeweils unter 10% Wortschatz und Kommunikation. Lese- und Hörverstehen werden sowohl von deutschen als auch von japanischen YouTuber(inne)n nur äußerst selten behandelt.

Was formale und gestaltungstechnische Charakteristika betrifft, so zeigen sich weder in der Länge, noch in der Anzahl der auf den einzelnen Kanälen vorhandenen Videos zum Sprachenlernen deutliche Unterschiede zwischen deutschen und japanischen Muttersprachlern. Gleiches gilt auch für die Verwendung von Illustrationen (jeweils ca. ein Viertel), Filmen (jeweils knapp ein Fünftel), Fotos (jeweils gut 10%), und Tabellen (knapp 10%). Ein deutlicher Unterschied zeigt sich demgegenüber beim Einsatz von Hintergrundmusik, der von fast der Hälfte der japanischen und nur von knapp einem Viertel der deutschen YouTuber(innen) verwendet wird. Ebenso scheinen japanische YouTuber(innen) eine Bevorzugung für die Verwendung von Texten (gut ein Drittel), Toneffekten (knapp ein Viertel) und Emoji (16%) zu haben, was bei den deutschen jeweils deutlich geringer ist.

Was die didaktische Gestaltung der Videos betrifft, so tritt in den meisten Videos ein/e Moderator(in) auf, die/der durch das Video führt. Dies ist bei drei Vierteln der Japaner und bei mehr als der Hälfte der Deutschen der Fall. Bei knapp einem Viertel der Japaner und knapp einem Drittel der Deutschen ist nur die Stimme des Moderierenden zu hören. Videos, die mit einer mobilen Kamera aufgenommen wurden und einen Dokumentarfilm-Charakter haben, wurden fast nur von deutschen YouTuber(inne)n verwendet. Ein weiterer Unterschied besteht darin, dass 17% der Japaner eine Tafel bzw. ein Whiteboard als Illustrationsmittel einsetzen, was bei den Deutschen fast gar nicht vorkommt. Deutsche YouTuber(innen) benutzen demgegenüber eher Lehrwerke, die wiederum bei den Japanern kaum verwendet werden. Mehr als die Hälfte der deutschen und japanischen YouTuber(innen) verwendet japanische Übersetzungen der zu vermittelnden sprachlichen Einheiten und jeweils knapp die Hälfte zeigt die geschriebene Form solcher Einheiten mittels Transkriptionen. Japaner tendieren gegenüber Deutschen eher dazu, die zu vermittelnden Inhalte zu wiederholen. Untertitel zu den zumeist auf Japanisch präsentierten Erläuterungen werden demgegenüber vorwiegend von japanischen YouTuber(inne)n eingesetzt. Realia, Quiz und Übungen dagegen werden sowohl von deutschen als auch von japanischen YouTuber(inne)n eher selten verwendet.

4.2. Videos mit Schwerpunkt Landeskunde

Mit einem Anteil von 27% bilden Videos zu landeskundlichen Aspekten die größte Gruppe unter den analysierten Videos, deren formale und didaktische Charakteristika in Tabelle 4 verzeichnet sind. Die Werte in Klammern geben jeweils den Durchschnittswert aller 200 analysierten Videos an. Daraus lässt sich ablesen, ob die Videos der jeweils betrachteten inhaltlichen Rubriken besondere Charakteristika aufweisen.

Tabelle 4. Charakteristika von Videos mit Schwerpunkt Landeskunde

formale Charakteristika					
Anteil	27%	Länge (ø)	10:14 (10:00)	Fotos	24% (14)
Filme	35% (21)	Schaubilder	2% (13)	Illustrationen	13% (22)
Tabellen	4% (8)	Landkarten	0% (3)	Emojis	6% (9)
Musik	37% (39)	Toneffekte	30% (19)	Texte	19% (21)
didaktische Aspekte					
Moderator(in)	46% (63)	Sprecher(in)	8% (25)	Dokumentation	46% (13)
Tafel	6% (9)	Realia	17% (7)	Lehrwerk	0% (8)
Transkription	22% (44)	Übersetzung	39% (50)	Untertitel	70% (33)
Quiz	0% (1)	Übung	0% (6)	Wiederholung	6% (12)

Wie aus Tabelle 4 ersichtlich wird, enthalten Videos mit landeskundlichem Schwerpunkt überdurchschnittlich viele Fotos und Filme, die der visuellen Veranschaulichung landeskundlicher Aspekte dienen; sei es, indem Fotos deutscher Waren oder Produkte darin gezeigt werden oder Filme von Festen oder Aktivitäten präsentiert werden. *Lena & Taka* zeigen auch Landkarten, um damit die Tour für ihre Deutschlandreise zu dokumentieren. Die Verwendung von Illustrationen, Schaubildern und Tabellen tritt demgegenüber in dieser Rubrik eher in den Hintergrund. Dafür finden aber Toneffekte recht häufig Einsatz, insbesondere in den Videos von *Tobi* und *Atsuko*. Was die Form der Moderation betrifft, so ist der Moderierende in insgesamt fast der Hälfte der Videos dieser Rubrik optisch präsent. Einen ebenso großen Anteil nehmen allerdings auch Videos im Dokumentarstil ein, bei denen mit einer mobilen Kamera Originalschauplätze oder authentische Szenen gezeigt werden. So präsentiert *Ayumi* in ihrem Video das Oktoberfest, *Tobi* führt über einen deutschen Weihnachtsmarkt in Japan und interviewt Leute auf der Straße, *Lena & Taka* zeigen Sehenswürdigkeiten an verschiedenen deutschen Touristenorten, wie Köln und Heidelberg und *Atsuko* zeigt Szenen, die in einem Café, einem Restaurant, beim Bäcker oder beim Fleischer spielen. Videos, die nur eine Bildschirmaufnahme des Computers zeigen und sich auf eine akustisch erfolgende Moderation beschränken, betragen in dieser Rubrik nur 8%. Beispiele dafür wären *Nina*, die anhand einer Videoaufnahme ihres Bildschirms einen Berufseignungstest durchführt und *Nana*, die anhand einer Power-Point-Präsentation kulturelle Besonderheiten bei der Benutzung von „du“ und „Sie“ erläutert.

Überdurchschnittlich häufig werden in dieser Rubrik Untertitel verwendet, um das visuell präsentierte Material zusätzlich durch schriftsprachliche Erläuterungen zu unterstützen, was insbesondere bei den Dokumentarfilmen von *Tobi* und *Lena & Taka* der Fall ist. Diese Dokumentarfilme weisen Eigenschaften japanischer Unterhaltungsprogramme im Fernsehen auf, was japanischen Lernenden durchaus vertraut vorkommen dürfte. Abgesehen davon werden auch überdurchschnittlich häufig Realia bei der Präsentation landeskundlicher Besonderheiten verwendet, so stellen *Denise & Katsuya* deutsche Markenprodukte vor, *Erina* präsentiert Krapfen, *Atsuko* demonstriert die Nutzung eines Ticketautomaten einer öffentlichen Toilette und *Lena & Taka* zeigen ein deutsches Frühstück. Wiederholungen und Übersetzungen spielen in dieser Rubrik eine eher untergeordnete Rolle und eine Tafel wird nur von *Atsuko* verwendet, die mittels eines Whiteboards zu Beginn ihrer Videos häufig eine Vorschau auf ihr Programm gibt. Quiz, Lehrwerke und

Übungen wurden in den Videos dieser Kategorie gar nicht nachgewiesen.

Inhaltlich gesehen befassen sich die 54 Videos dieser Rubrik mit allgemeinen landeskundlichen Themen, die auch häufig in Lehrwerken zu finden sind, wie *Essen & Trinken (zehn)*, *Arbeiten (acht)*, *Einkaufen und deutsche Feste (jeweils sechs)*, *Studieren und Reisen (jeweils drei)*, und *Wohnen (eins)*. Darüber hinaus thematisieren fünf der Videos interkulturelle Unterschiede zwischen Deutschland und Japan, zehn widmen sich dem Deutschlandbild von Japanern (*Tobi*) und zwei greifen die Problematik deutsch-japanischer Beziehungen auf (*Denise & Katsuya* und *Lena & Taka*).

4.3. Videos mit Schwerpunkt Grammatik

Inhaltlich gesehen bilden Grammatikvideos die zweitgrößte Gruppe. Tabelle 5 gibt zunächst einen Überblick über die einzelnen Charakteristika dieser Rubrik.

Tabelle 5. Charakteristika von Videos mit Schwerpunkt Grammatik

formale Charakteristika					
Anteil	26%	Länge (ø)	10:22 (10:00)	Fotos	2% (14)
Filme	6% (21)	Schaubilder	35% (13)	Illustrationen	29% (22)
Tabellen	22% (8)	Landkarten	2% (3)	Emojis	2% (9)
Musik	29% (39)	Toneffekte	6% (19)	Texte	38% (21)
didaktische Aspekte					
Moderator(in)	45% (63)	Sprecher(in)	55% (25)	Dokumentation	0% (13)
Tafel	22% (9)	Realia	0% (7)	Lehrwerk	14% (8)
Transkription	24% (44)	Übersetzung	51% (50)	Untertitel	10% (33)
Quiz	2% (1)	Übung	10% (6)	Wiederholung	2% (12)

Der Anteil der Videos mit grammatischem Schwerpunkt beträgt 26%, womit diese Gruppe fast ebenso groß ist, wie die der Landeskundevideos. Die ebenfalls eine durchschnittliche Länge von etwa zehn Minuten umfassenden Videos dieser Rubrik zeichnen sich dadurch aus, dass sie zur Demonstration grammatischer Konzepte häufig mit Tabellen, Illustrationen und Schaubildern arbeiten. Ebenso häufig werden auch Texte zur Erläuterung herangezogen. Die Verwendung von Fotos, Filmen, Musik, Toneffekten und Emojis ist demgegenüber für diese Rubrik eher unbedeutend. Eine Ausnahme bildet ein Video von *Ayumi*, in dem sie ein Lied vorstellt, mit dem man sich merken kann, welchen Kasus verschiedene Präpositionen erfordern.

Was den Moderationsstil betrifft, so gibt es in dieser Rubrik einen überaus großen Anteil an Videos, in denen der Moderator optisch nicht präsent ist. So verwendet der *Verbal-Ästhet* in einigen seiner Videos nur ein einziges Schaubild, welches er mithilfe eines Zeigeelements und farbiger Markierungen erläutert. Überdurchschnittlich häufig wird in Videos mit grammatischem Schwerpunkt eine Tafel verwendet, insbesondere von *Penguin-Sensei*, der seine gesamten Erläuterungen mittels eines Whiteboards vornimmt, an dem er nicht nur Beispiele aufführt, sondern auch auf Japanisch Notizen zu seinen Erklärungen macht. Auch Lehrwerke werden in dieser Rubrik häufig verwendet, so basiert *Sven* seine ganze Videoreihe auf den Übungen eines online kostenlos zur Verfügung stehenden Lehrwerks der Aoyama Gakuin Universität. Für das Training grammatischer Strukturen werden in den Videos häufig Übungen (*Sven*) und Quiz (*Nana*) zum

Einsatz gebracht. In der Hälfte der Videos dieser Rubrik wird mit Übersetzungen gearbeitet, häufig handelt es sich dabei um die japanischen Übersetzungen von Beispielsätzen, die eine bestimmte grammatische Struktur veranschaulichen (*Nana*). Untertiteln, Wiederholungen und Transkriptionen fällt in dieser Rubrik eine vergleichsweise geringe Bedeutung zu, und Realia werden gar nicht verwendet.

Inhaltlich befassen sich 16 der 51 Videos mit grammatischem Schwerpunkt mit der Konjugation deutscher Verben. Fünf widmen sich dem grammatischen Geschlecht, jeweils vier der Satzstellung, dem Plural, Präpositionen, Konjunktionen und Artikeln, und jeweils zwei befassen sich mit Kasi und Pronomen und jeweils eins mit dem Komparativ, Fragewörtern und der Negation. Darüber hinaus gibt es auch noch drei Videos, die sich explizit der „Schwierigkeit der deutschen Sprache“ annehmen.

4.4. Videos mit Schwerpunkt Ausdruck

Mit einem Anteil von gut einem Fünftel (21%), widmet sich die drittgrößte Gruppe unter den analysierten Videos deutschen Ausdrücken und hat damit einen lexikalischen Schwerpunkt. Details zu den einzelnen formalen und didaktischen Charakteristika dieser Gruppe lassen sich Tabelle 6 entnehmen.

Tabelle 6. Charakteristika von Videos mit Schwerpunkt Ausdruck

formale Charakteristika					
Anteil	21%	Länge (ø)	11:02 (10:00)	Fotos	12% (14)
Filme	14% (21)	Schaubilder	2% (13)	Illustrationen	43% (22)
Tabellen	2% (8)	Landkarten	0% (3)	Emojis	14% (9)
Musik	45% (39)	Toneffekte	38% (19)	Texte	26% (21)
didaktische Aspekte					
Moderator(in)	76% (63)	Sprecher(in)	21% (25)	Dokumentation	3% (13)
Tafel	10% (9)	Realia	2% (7)	Lehrwerk	12% (8)
Transkription	67% (44)	Übersetzung	76% (50)	Untertitel	43% (33)
Quiz	2% (1)	Übung	12% (6)	Wiederholung	24% (12)

Wie anhand der Angaben aus Tabelle 6 ersichtlich wird, ist der gut ein Fünftel der analysierten Videos betragende Anteil an Videos zum Schwerpunkt Ausdruck mit durchschnittlich etwa elf Minuten geringfügig länger als der Gesamtdurchschnitt. Bei Betrachtung der Werte fällt auf, dass bei dieser Rubrik besonders häufig Illustrationen, Texte, Emojis, sowie auch Musik und Toneffekte zum Einsatz kommen. So arbeitet *Maron* mit Tonsignalen und *Thomas* verwendet Tonsignale in Kombination mit Illustrationen. Auch Musik ist ein beliebtes Element; diese dient allerdings zumeist nur der Untermalung, insbesondere in den Videos von *Atsuko*, *Eri*, *Elina*, *Leira* und *Erina*. Emojis finden sich entweder in Texte integriert, wie bei *Atsuko*, oder aber sie werden groß eingeblendet, um damit eine bestimmte Äußerung des Moderierenden visuell zu unterstützen, wie bei *Maron*.

In gut drei Vierteln der Videos dieser Rubrik gibt es einen optisch präsenten Moderierenden, allerdings haben *Eri*, *Nana*, *Sven* und *Thomas* auch einige Videos, in denen nur ihre Stimme zu hören ist. Besonders häufig werden in dieser Rubrik schriftsprachliche Darstellungen verwendet, wie Texte, Übersetzungen,

Transkriptionen und Untertitel. Für die Vermittlung deutscher Ausdrücke scheint den Moderierenden deren mündliche Präsentation allein unzureichend zu sein. Daher greifen sie zur Unterstützung des Verständnisses häufig auf die Schriftform ergänzt durch japanische Übersetzungen zurück. Darüber hinaus werden in dieser Rubrik auch besonders häufig Wiederholungen als didaktisches Mittel eingesetzt, insbesondere bei *Atsuko*, *Maxi* und *Maron*.

Inhaltlich gesehen nehmen sich sieben der Videos zum Ausdruck Begrüßungen, jeweils vier Alltagsausdrücken (*Eri*), Sprichwörtern (*Elina* und *ECOM*), sowie der Umgangssprache und dem Slang (*Elina* und *Nana*) an, so stellt Nana zum Beispiel umgangssprachliche Wendungen, wie „nicht alle Tassen im Schrank haben“ vor. Zwei Videos behandeln nützliche Ausdrücke für die Selbstvorstellung (*Thomas* und *Atsuko*). Des Weiteren werden in einigen Videos auch Ausdrucksweisen zu einem bestimmten thematischen Schwerpunkt behandelt, wie Wetter (*Sven*), Hobbys (*Thomas*) und Bestellen & Einkaufen (*Atsuko*). Besonders interessant für japanische Muttersprachler ist das Video von *Ayumi*, in dem sie sich verschiedenen deutschen Entsprechungen für den viel verwendeten Ausdruck „otsukaresama“ widmet.

4.5. Videos mit Schwerpunkt Wortschatz

Mit einem Anteil von 12% widmet sich die viertgrößte Gruppe der hier betrachteten Videos der Wortschatzvermittlung. Quantitative Charakteristika der Videos mit diesem Schwerpunkt lassen sich Tabelle 7 entnehmen.

Tabelle 7. Charakteristika von Videos mit Schwerpunkt Wortschatz

formale Charakteristika					
Anteil	12%	Länge (ø)	5:55 (10:00)	Fotos	9% (14)
Filme	9% (21)	Schaubilder	0% (13)	Illustrationen	13% (22)
Tabellen	4% (8)	Landkarten	9% (3)	Emojis	9% (9)
Musik	65% (39)	Toneffekte	22% (19)	Texte	13% (21)
didaktische Aspekte					
Moderator(in)	87% (63)	Sprecher(in)	13% (25)	Dokumentation	0% (13)
Tafel	13% (9)	Realia	17% (7)	Lehrwerk	9% (8)
Transkription	78% (44)	Übersetzung	78% (50)	Untertitel	30% (33)
Quiz	0% (1)	Übung	4% (6)	Wiederholung	9% (12)

Wie anhand der Angaben aus Tabelle 7 ersichtlich wird, sind Videos zum Thema Wortschatz mit durchschnittlich knapp sechs Minuten deutlich kürzer als die der zuvor dokumentierten Rubriken. Eine weitere Besonderheit ist, dass diese vergleichsweise wenig Fotos, Filme, Texte, Illustrationen und Tabellen enthalten; und Schaubilder wurden in den analysierten Videos dieser Gruppe gar nicht nachgewiesen. Demgegenüber wurden aber überdurchschnittlich häufig Musik und Toneffekte zum Einsatz gebracht: So arbeitet *Thomas* mit akustischen Untermalungen seiner Präsentation zum Wetterwortschatz und *Leira* singt ein Lied, mit dem sich die Namen der Monate einprägen lassen. Ein weiteres charakteristisches Merkmal der Wortschatzvideos ist, dass die Moderierenden darin zumeist visuell präsent sind und das Verständnis der zu vermittelnden lexikalischen Einheiten in mehr als drei Vierteln der Fälle durch ein Schriftbild (Transkrip-

tion) zumeist in Kombination mit einer japanischen Übersetzung unterstützt wird. Des Weiteren werden auch Realia und Tafeln häufig zum Einsatz gebracht: so zeigt *Leira* in ihren Videos bei der Vermittlung der Farben, jeweils bunte Papiere. Außerdem verwendet sie selbst geschriebene Blätter, auf denen sie die schriftliche Form des zu vermittelnden Wortschatzes präsentiert, was gewissermaßen die gleiche Funktion erfüllt wie eine Tafel. Übungen kommen in dieser Rubrik zwar eher selten zum Einsatz, allerdings lässt *Maron* ihre Zuhörer die deutschen Zahlen nachsprechen.

Inhaltlich widmen sich jeweils drei der 23 Videos dieser Rubrik mit der Einführung der deutschen Zahlen sowie Wortschatz zum Thema Essen & Trinken. Weitere Themen, die jeweils in einem Video aufgegriffen werden, sind: Farben, Wochentage, Monate, Jahreszeiten, Körperteile, Wetter, Hobbys, Möbel und Berufe. *Eri* stellt in einem Video den Wortschatz für die Goethe-Prüfung A1 vor, *Elina* widmet sich unterschiedlichen Komposita und präsentiert eine App zum Wortschatzlernen und *Erina* behandelt in einem Video Wörter, die aus dem Englischen bekannt erscheinen, aber im Deutschen eine andere Bedeutung haben, wie zum Beispiel „Gift“. Und schließlich greift *Leira* in einem Video verschiedene Verben auf, die das Grundverb „machen“ enthalten.

4.6. Videos mit anderen Schwerpunkten

Was die anderen im Rahmen dieser Untersuchung analysierten inhaltlichen Rubriken betrifft, befassen sich 9% mit Kommunikation, jeweils 8% mit Aussprache und Lernstrategien und jeweils 3% mit Hör- und Leseverstehen. Unter den 16 Videos, die sich schwerpunktmäßig kommunikativen Aspekten der deutschen Sprache widmen, stellt *Roruchan* in seinen Videos Musterdialoge vor, in denen er selbst beide Rollen spricht. Zu diesen Dialogen werden jeweils Transkriptionen eingeblendet und ausführliche grammatische Erläuterungen geliefert, die *Roruchan* vor dem virtuellen Bildschirmhintergrund eines Klassenzimmers vornimmt. *Atsuko* widmet sich in ihren Videos zur Kommunikation Bestellsituationen beim Fleischer, beim Bäcker, im Restaurant, sowie kommunikativen Aspekten bei der Begrüßung und Selbstvorstellung. Das Verständnis dieser Dialoge wird durch Wiederholungen, Transkriptionen, Untertitel und japanische Übersetzungen unterstützt. Ihre Videos spielen stets an authentischen Schauplätzen und beinhalten jeweils andere Kommunikationspartner. *Maron* stellt in einem ihrer Videos einen typischen Dialog der Jugendsprache vor, den sie transkribiert, übersetzt und mehrmals wiederholt.

Weiterhin wurden im Rahmen der Analyse 15 Videos identifiziert, die sich einzig und allein der Aussprache widmen, sechs davon befassen sich mit der Aussprache einzelner Konsonanten, wie „r“ (*Maxi*, *Elina*) oder „ß“ (*Maxi*), oder den Umlauten „ä“, „ö“ und „ü“ (*Erina*, *Thomas*, *Maxi*), welche insbesondere japanischen Muttersprachlern Schwierigkeiten bereiten. Drei Videos präsentieren die Aussprache der Buchstaben des gesamten Alphabets (*Verbal-Ästhet*, *Maxi*, *Maron*) und drei weitere beschäftigen sich mit Zungenbrechern (*ECOM*). Ein Video von *Erina* behandelt ‚verschluckte‘ Laute, bzw. Auslassungen bei der Aussprache; ein Video von *Sven* widmet sich der Aussprache der neuen Vokabeln einer gesamten Lektion seines Lehrwerks, und *Maron* greift am Beispiel der Aussprache deutscher Städte typische Aussprachefehler von Japanern auf. Zur Unterstützung der richtigen Aussprache blendet *Maxi* in einem gesonderten Videofenster groß ihre Mundbewegungen ein, während *Thomas* in seinem Video ein Schaubild der Mundhöhle zeigt, auf dem verzeichnet ist, wo im Mund die einzelnen Laute produziert werden. Abgesehen davon zeichnen sich die Videos mit Schwerpunkt Aussprache dadurch aus, dass sie überdurchschnittlich häufig mit

Transkriptionen und Wiederholungen der jeweils ausgesprochenen Wörter arbeiten und die Aussprache darin besonders betont, langsam und deutlich ist.

Ebenfalls 15 Videos stellen schwerpunktmäßig Strategien zum Deutschlernen vor. Die meisten Videos dieser Rubrik enthalten in diesem Zusammenhang ganz allgemeine Ratschläge zum Deutschlernen. So präsentiert *Nina* in ihren Videos Tipps für Anfänger und Eselsbrücken, wie man sich das Genus von Nomen merken kann. Der *Verbal-Ästhet* stellt eine Methode zum Wortschatzlernen vor, *Denise & Katsuya* geben Tipps für eine effektive Bearbeitung von Fertigkeitsprüfungen und *Maxi* zeigt, wie man bei der Übersetzung längerer Sätze vorgehen kann. *Elina* stellt in ihren Videos eine App zum Wortschatzlernen und eine weitere zur Einprägung der Genera von Nomen vor, und *Nina* demonstriert anhand einer Video-Bildschirmaufnahme ihres Computers, wie man Computerspiele (in diesem Fall Pokemon) auf Deutsch spielen kann. Dabei kommentiert und übersetzt sie die deutschen Spielanweisungen ins Japanische.

Nur äußerst wenige Videos widmen sich schwerpunktmäßig dem Hör- und Leseverstehen. Eine Ausnahme bilden drei Video von *ECOM*, in denen der Moderator jeweils vor einem virtuellen Hintergrund deutsche Märchen mit musikalischer Untermalung vorliest. Der vorgelesene Text erscheint dabei jeweils auch in seiner schriftlichen Form. Zwar legen nur wenig Videos einen expliziten Schwerpunkt auf das Hör- oder Leseverstehen, allerdings bieten sich viele der im Rahmen dieser Untersuchung analysierten Videos zu diesem Zweck an, da sie stets mit gesprochener Sprache arbeiten, die in vielen Fällen auch mit dem Schriftbild versehen ist.

5. Zusammenfassung und Ausblick

Auf Basis der Analyse von 200 YouTube-Videos, die sich der Vermittlung der deutschen Sprache und Kultur annehmen, konnten einige interessante Einblicke in die Gestaltungsweise dieser Videos gewonnen werden. Beim Vergleich der im Rahmen dieser Untersuchung analysierten Videos deutscher und japanischer YouTuber(innen) fiel zunächst auf, dass Japaner sich bevorzugt Grammatik, Landeskunde, Ausdruck und Lernstrategien widmen, während Deutsche eher Wortschatz, Aussprache und kommunikative Aspekte behandeln. Was technische und formale Charakteristika betrifft, so verwenden Japaner mehr Texte, Untertitel, Hintergrundmusik, Toneffekte und Emojis als Deutsche. Außerdem bringen sie auch häufiger Tafeln und Wiederholungen zum Einsatz. Bei deutschen YouTuber(inne)n waren demgegenüber häufiger Videos zu beobachten, die mit einer mobilen Kamera aufgenommen worden waren.

Was die Analyse der einzelnen inhaltlichen Rubriken betrifft, so zeichnet sich die größte Gruppe (27%) der landeskundlichen Videos dadurch aus, dass darin häufig allgemeine Themen, wie zum Beispiel Essen & Trinken, Wohnen, Arbeiten, Einkaufen, Studieren und Reisen behandelt werden, wobei zumeist auf kulturelle Unterschiede zwischen Deutschland und Japan eingegangen wird. Kulturspezifische Eigenheiten, wie zum Beispiel deutsche Produkte werden dabei mitunter durch Realia präsentiert. Die Moderationsform dieser Rubrik ist häufig im Dokumentarstil gehalten, wobei die Kamera die Zuschauer an verschiedene authentische Orte wie ein Restaurant oder einen Supermarkt führt und Sehenswürdigkeiten präsentiert. Zur Verständniserleichterung werden in dieser Rubrik auch häufig Untertitel benutzt, um das bildliche Material mit der schriftlichen Form zu dokumentieren. Videos mit grammatischem Schwerpunkt bilden die zweitgrößte Gruppe (26%) und widmen sich inhaltlich häufig der Konjugation von Verben, der Artikelverwendung sowie allgemeinen Schwierigkeiten der deutschen Grammatik. Auffällig bei dieser Rubrik ist, dass die Moderierenden

in vergleichsweise vielen Videos nur akustisch in Erscheinung treten und damit dem präsentierten Material mehr Gewicht als ihrer eigenen Person verleihen. Um bestimmte grammatische Phänomene zu illustrieren, werden häufig Tabellen, Illustrationen und Schaubilder verwendet. Zum Training der grammatischen Strukturen werden auch teilweise Übungen und Quiz zum Einsatz gebracht. Die drittgrößte Gruppe bilden Videos zum Themenschwerpunkt Ausdruck (21%). Diese widmen sich inhaltlich der Alltags- und Umgangssprache, Sprichwörtern, sowie Ausdrücken verschiedener Themenbereiche, wie zum Beispiel Wetter, Hobbys, und Einkaufen. Besonders häufig werden in dieser Rubrik Illustrationen, Texte, Emojis sowie Musik und Toneffekte zum Einsatz gebracht, um die Bedeutung der vermittelten Ausdrücke leichter verständlich zu machen. Zu den einzelnen Ausdrücken finden sich auch häufig Texte, Untertitel, Übersetzungen, und Transkriptionen, die ebenfalls der Verständniserleichterung dienen. Wortschatz-Videos bildeten die viertgrößte Gruppe (12%) und widmen sich insbesondere den Zahlen, Speisen und Getränken sowie den Vokabeln verschiedener Wortschatzfelder, wie zum Beispiel Monate, Farben, Körperteile, Hobbys, Berufe, Möbel, etc. Neben Musik und Toneffekten werden dabei häufig Transkriptionen der zu vermittelnden Vokabeln eingeblendet. Die fünftgrößte Gruppe bilden Videos, die ihre Betonung auf Kommunikation legen (9%); darin werden häufig Musterdialoge verschiedener alltäglicher Situationen präsentiert. 8% der Videos legen eine deutliche Betonung auf die Aussprache. Zumeist wird darin die Aussprache der Buchstaben des gesamten Alphabets präsentiert, teilweise wird der Fokus aber auch auf einzelne Laute gelegt, die für Japaner schwierig auszusprechen sind, wie zum Beispiel die Umlaute oder die Konsonanten „r“ und „ß“. Ebenfalls 8% der Videos widmen sich Lernstrategien, wobei in einigen Videos ganz allgemeine Ratschläge fürs Deutschlernen gegeben werden und in anderen Videos konkrete Apps für das Erlernen verschiedener Teilfertigkeiten vorgestellt werden. In nur 3% der analysierten Videos wurde ein Schwerpunkt auf Lese- und Hörverständnis nachgewiesen, in diesen Videos werden stets Texte vorgelesen, die auch in ihrer schriftlichen Form erscheinen.

Die Frage, die sich nun stellt, ist wie die Ergebnisse dieser Untersuchung für den Deutsch-als-Fremdsprache Unterricht nutzbar gemacht werden können. Dazu bieten sich grundsätzlich zwei Möglichkeiten an: Entweder erstellt man auf Basis der ermittelten Charakteristika der Videos einzelner Rubriken selbstständig neue Videos, die konkret auf den eigenen Lehrkontext zurechtgeschnitten sind, oder man integriert die bereits auf YouTube vorhandenen Videos in den eigenen Unterricht. In meiner weiteren Forschung möchte ich mich mit beiden Möglichkeiten beschäftigen. Als ersten Schritt möchte ich allerdings zunächst ein paar Anregungen zu Einsatzmöglichkeiten bereits verfügbarer Videos geben. Dazu habe ich sieben Verwendungszwecke unterschieden, die ich im Anschluss kurz erläutern werde: (1) Erarbeitung eines grammatischen Konzeptes, (2) Vermittlung von Wortschatz, (3) Präsentation landeskundlicher Aspekte, (4) Förderung kommunikativer Fertigkeiten, (5) Präsentation von Lernstrategien, (6) Förderung des (inter)kulturellen Verständnisses und (7) Förderung der Motivation.

Videos, in denen ein grammatisches Phänomen erklärt wird (Punkt 1), lassen sich, gut als Vorentlastung für dessen Erläuterung im Klassenplenum einsetzen, so dass im Unterricht selbst mehr Zeit für die Einübung der neuen Struktur bleibt (vgl. Karasic & Vedantham, 2015). Außerdem ermöglicht die Verwendung von Lernvideos, dass die Lernenden sich in ihrem eigenen Tempo mit den neuen Lerninhalten beschäftigen können. Das ist insbesondere für Lernende geeignet, die lieber deduktiv arbeiten, d. h. die zunächst kognitiv verstehen möchten, worum es geht (vgl. Becher, 2012). Zu diesen Zweck bieten sich insbesondere die Vi-

deos von *Pengin-Sensei* und dem *Verbal-Ästhet* an. Für Anfänger sind als Ergänzung auch die Videos von *Sven* geeignet. Zur außerunterrichtlichen Präsentation von Wortschatz und Landeskunde (Punkte 2 und 3) unterstützen Visualisierungen, wie Illustrationen, Bilder und Kurzfilme die Lernenden beim Verständnis neuer sprachlicher Einheiten und Konzepte (vgl. Jones & Graham, 2013 und Arndt & Woore, 2018). Für den Bereich Landeskunde kämen hier insbesondere die Reisevideos von *Atsuko* und von *Lena & Taka* infrage. Für die Aneignung neuen Vokabulars wären die Videos von *Thomas* geeignet, die mitunter einen sehr umfangreichen Wortschatz präsentieren. Auch kommunikative Fertigkeiten lassen sich gut durch audiovisuelles Lernmaterial trainieren, da diese den situativen Kontext optisch darstellen können, in dem die sprachlichen Äußerungen getätigt werden, was den Lernenden wichtige Anhaltspunkte für das Verständnis gibt (vgl. Pisarenko, 2017). Für diesen Punkt (4) bieten sich die Videos von *Atsuko* an, die Kommunikationssituationen an authentischen Orten präsentiert. Auch die Vermittlung von Lernstrategien lässt sich gut mithilfe von Videos realisieren (Punkt 5). Besonders geeignet dafür sind Videos von anderen Deutschlernenden, die auf Basis eigener Erfahrungen Ratschläge geben und Werkzeuge und Methoden vorstellen, die ihnen bei der Aneignung der deutschen Sprache geholfen haben, wie beispielsweise die Videos von *Nina* und *Elina*. Das interkulturelle Verständnis (Punkt 6) lässt sich mit allen erdenklichen Videos zur Landeskunde stärken, von den im Rahmen dieser Untersuchung betrachteten Videos eignen sich hierfür besonders die der beiden deutsch-japanischen Paare (*Lena & Taka* und *Denise & Katsuya*), die darin ganz gezielt auf kulturelle Differenzen eingehen, aber auch die Videos von dem Japanisch-Lerner *Tobi*, der durch seine auf Japan fokussierten landeskundlichen Interviews einen Perspektivwechsel bietet. Was schließlich die Förderung der Motivation (Punkt 7) betrifft, so kann diese je nach Geschmack durch unterschiedlichste Videos geleistet werden. Besonders wünschenswert wäre, wenn die Lernenden selbst eine(n) YouTuber(in) auswählen würden, mit dem/der sie sich identifizieren können und dessen/deren Videoangebot sie gerne folgen möchten (vgl. Höfler 2017). Für einige Lernende mag es motivierend sein, von in Deutschland lebenden Japanerinnen, wie *Maron* oder *Nina* etwas über die deutsche Sprache und Kultur zu erfahren, während sich andere vielleicht lieber von in Japan lebenden Deutschen, wie *Sven*, *Maxi* oder *Roruchan* inspirieren lassen.

Abschließend möchte ich noch darauf hinweisen, dass die quantitativen Befunde dieser Studie mit Vorsicht zu interpretieren sind, denn die Auswahl der für die Analyse berücksichtigten Videos erfolgte nur bedingt zufällig, da dabei Videos bevorzugt wurden, die mir persönlich für den Anfängerunterricht mit Deutschlernenden in Japan als besonders geeignet erschienen. Allerdings bieten die für die Untersuchung zugrunde gelegten Analysekatgorien bereits einen Anhaltspunkt, welche Kriterien man bei einer Suche nach geeigneten Lernvideos berücksichtigen kann. Der Einsatz von YouTube-Videos im Unterricht sollte auf jeden Fall didaktisch begründet sein, auf ein paar Einsatzmöglichkeiten habe ich bereits hingewiesen (Punkte 1 bis 7). Es lässt sich jedoch davon ausgehen, dass die Lernenden dadurch inspiriert werden, selbstständig nach Material zum Deutschlernen auf der Plattform zu suchen. Eine solche Eigeninitiative wäre äußerst begrüßenswert, allerdings sollten die Lernenden zu einem kritischen Umgang mit solchen authentischen Lernmaterialien angeregt und auf potenzielle Probleme wie mangelnde Qualität, unangemessene Inhalte und begrenzte Verfügbarkeit von Videos hingewiesen werden.

Literaturverzeichnis:

- Arndt, H. L., & Woore, R. (2018). Vocabulary learning from watching YouTube videos and reading blog posts. *Language Learning & Technology*, 22(1), 124–142. <https://doi.org/10.125/44660>
- Becher, A. (2012). Lernvideos auf YouTube. Magisterarbeit der TU Dresden: Retrieved in August 2020 from: https://ddi.inf.tu-dresden.de/ddiweb/forschung/e_learning/studentische_arbeiten/master_becher_web.pdf
- Berk, R. A. (2009). Multimedia teaching with video clips: TV, movies, YouTube, and mtvU in the college classroom. *International Journal of Technology in Teaching and Learning*, 5(1), 1–21.
- Blake, R. (2017). Distance Education for Second and Foreign Language Learning. In: Thorne S., May S. (eds) *Language, Education and Technology. Encyclopedia of Language and Education* (3rd ed.). Springer.
- Engler, S., Ferdinand, J., & Fischer, C. (2020, March 17). Khan Academy: Lernen mit einem „digitalen Nachhilfelehrer“. <https://doi.org/10.31219/osf.io/kyutm>
- Höfler, Elke (2017). Mit YouTube-Stars Fremdsprachen lernen: Eine interdisziplinäre Annäherung. In: A. Corti & J. Wolf. (Hrsg). *Romanistische Fachdidaktik: Grundlagen - Theorien - Methoden*, Münster, Waxmann, 147 - 159.
- Blake, R. (2017). Distance Education for Second and Foreign Language Learning. In: Thorne S., May S. (eds) *Language, Education and Technology. Encyclopedia of Language and Education* (3rd ed.). Springer.
- Eick, C., & King, T. (2012). Nonscience majors' perceptions on the use of YouTube video to support learning in an integrated science lecture. *Journal of College Science Teaching*, 42(1), 26-30.
- Jones, B., & Graham, C. (2002). Practices and tools in online course delivery. In K. Yefim, *Learning Management Systems and Instructional Design: Metrics, Standards, and Applications*. (pp. 288-302). Hershey, PA: I.G.I. Global.
- Karasic, V., & Vedantham, A. (2015). Video Creation Tools for Language Learning: Lessons Learned. In D. Dixon & C. Fuchs (Eds.), *Researching Language Learner Interactions Online: From Social Media to MOOCs*, (pp. 107-128). CALICO.
- Pisarenko, V. (2017). Teaching a Foreign Language Using Videos. *Soc. Sci.* 2017, 6, 125.
- Wang, H. & Wei-yu, C. (2020). Learning English from YouTubers: English L2 learners' self-regulated language learning on YouTube, *Innovation in Language Learning and Teaching*, 14:4, 333-346.

Quellenverzeichnis:

- Atsuko (German info-channel). (2020) YouTube. <https://www.YouTube.com/c/ドイツ語あつこGermaninfochannel/featured>
- Ayumi (Japanese in France). (2018) YouTube. https://www.YouTube.com/channel/UCg_Fe_5zw2MzrYZb5nu7ayQ
- Denise & Katsuya (Denise & Katsuya). (2020) YouTube. <https://www.YouTube.com/channel/UCLOKQaiEw0pL7bruybXuqhA>
- DZGO (Japan & Germany - DZGO). (2015) YouTube. <https://www.YouTube.com/channel/UCW5UMFgHzKk-k4LDGTIME7w>
- ECOM (Ecomドイツ語ネット - German lessons). (2009) YouTube. <https://www.YouTube.com/user/>

ecomgerman

- Elina (Life of Elina). (2016) YouTube. https://www.YouTube.com/channel/UCkLq5-KiF_VfuWAZAmRXl6g
- Eri (doitsugodayo ドイツ語チャンネル). (2015) YouTube. <https://www.YouTube.com/channel/UC22Glr1gEw2mO8QijO9bQEg>
- Erina (綿谷エリナのゆっくり急ぐFestina Lente). (2020) YouTube. <https://www.YouTube.com/channel/UCiLuE8oXjiopl4QGdxDPoA>
- Leira (レイラランドチャンネル). (2019) YouTube. <https://www.YouTube.com/channel/UCI4jf9rVsirWZp2VNESCGDw>
- Lena & Taka (LT VLOG). (2017) YouTube. <https://www.YouTube.com/channel/UCsi7YN3qH7LuauDBGwToW1A>
- Maron(マロンChannel). (2016) YouTube. <https://www.YouTube.com/channel/UCntQ1DVYEH2m6QTEk89Wxcg>
- Maxi (German in Tokyo). (2017) YouTube. <https://www.YouTube.com/channel/UCxvDIh3eJxHuw0vGhusjZsQ>
- Nana (Nanaマルチリンガル). (2018) YouTube. <https://www.YouTube.com/channel/UCpMUqywc4jMccMqyPGAwY3A>
- Nina (ニーナ / ドイツ語だいすきクラブ). (2020) YouTube. https://www.YouTube.com/channel/UCy_pgljFzEwB47P5ejAR-PQ
- Pengin-Sensei (ペンギン先生). (2017) YouTube. <https://www.YouTube.com/channel/UCrnun8qRofQAibw7Upp4ifQ>
- Roruchan (Roruchan2). (2006) YouTube. <https://www.YouTube.com/user/roruchan2>
- Sven (スヴェン先生とドイツ語). (2015) YouTube. https://www.YouTube.com/channel/UCPUtBEfPbQ_mJ0ZI-kartrg
- Thomas (Galaxie AZ). (2020) YouTube. https://www.YouTube.com/channel/UCmLvifQ0Hk_nry6PdMRs5jQ
- Tobi (Mr Nippon). (2017) YouTube. <https://www.YouTube.com/channel/UCsVBw4Uis3W2OUEQYWg3XDQ>
- Verbal-Ästhet (Verbal Ästhet). (2011) YouTube. <https://www.YouTube.com/user/Verbalaesthet>

ABSTRACT

L2 German Instruction Videos available on YouTube for Japanese Learners

Axel HARTING

Institute for Foreign Language Teaching and Research
Hiroshima University

The aim of this explorative study is to investigate the properties of L2 German instruction videos available on YouTube. A total of 200 instruction videos (10 videos of 10 German and 10 Japanese YouTubers respectively) identified through YouTube's search function have been analyzed according to their contents, as well as formal and didactic properties. The results of the content analysis reveal that Japanese YouTubers focus on grammar, L2 expressions, cultural aspects and learning strategies in their videos, while German YouTubers prefer to deal with vocabulary, pronunciation, and communication. As far as technical and formal characteristics are concerned, the results indicate that videos on grammar instruction often use illustrations and diagrams, while videos on L2 vocabulary and expressions make more use of translations and transcriptions of the words to be taught. Cultural videos, on the other hand, rely on sound effects, subtitles, audio visual materials such as pictures and video clips as well as authentic objects for teaching purposes. Compared to German YouTubers, Japanese tend to use more acoustic and visual effects to support their explanations, in particular texts, subtitles, background music, sound effects, and emojis.

要 約

YouTube で利用可能な日本人学生のためのドイツ語指導ビデオ

アクセル・ハーディング

広島大学外国語教育研究センター

この探索型研究の目的は、YouTube で利用可能な、学習言語としてのドイツ語指導ビデオの特性を調査することである。YouTube の検索機能によって得られた総計200本の指導ビデオ（それぞれ10人のドイツ人と日本人のユーチューバーによる10本ずつのビデオ）が、その内容上、形式上ならびに教育上の特徴にしたがって分析された。内容分析によって明らかになったのは、日本人ユーチューバーは、そのビデオの中で文法、学習言語の諸表現、文化的な側面および学習方略を好んで扱うのに対し、ドイツ人ユーチューバーは、むしろ、語彙、発音およびコミュニケーションを扱っていることである。形式的な、あるいは技術的かつ形式的な特徴に関して言うと、調査結果が示しているのは、文法指導用ビデオは多くの場合イラストや図表を使うのに対し、学習言語の語彙や表現に関するビデオは教えようとする単語の翻訳や発音表記をより多く使うことである。それに対し、文化を扱ったビデオは、その教育目的のために、むしろ、音響効果や字幕、写真やビデオクリップ並びに実物などの視聴覚資料に頼る傾向がある。ドイツ人のユーチューバーに比べると、日本人ユーチューバーは、説明の際の助けとして音響効果や映像効果を、特に、テキスト、字幕、背景音楽、効果音ならびに絵文字などをより使う傾向がある。