

Arbeitsfassung eines Ordnungsschemas und Zugänge zu Youtube-Clips

Clipkategorien

response = visuelle Erwiderung	<i>re-enactment</i>	<i>cover</i>	<i>remix</i>	<i>remake</i>	<i>parodie</i>
transform found footage					

egoclips = selfdesign konforme selbstwerbung	mediaremix found footage	doku/ eventclip eigene aufnahmen	artclip	arty/ artresponse
karaoke	tv		ausstellung/perform	artistik
dance	film			cover
vlog	game			
	5second movies			
	musikvideo			
	werbung			
skillzclips	fan/ hater	battleclip	experiment/ transform	funclips
		haterdissflame war	hacks	mockumentary
musik-kultur	zufall/ surprise			
misheard lyrics				
shred				

Suchwege bei Youtube

tags	assoziativ mind map	social bookmarks
Schlagwörteruche mit einem oder mehreren tags (mehrere gezielter aber stark eingrenzend, clips gehen verloren) Suchvorgang findet in Titeln der Clips und in den von den Nutzern gewählten tags statt	Suche im flow der Youtube Recherche assoziative Synomsuche, inhaltliche Referenzfelder Möglichkeiten gleicher Nutzer oder related Videos (automatisch generierter Zusammenhang)	Suche in den von anderen Nutzern empfohlenen, diskutierten etc Videos top rated- most discussed- most responded hier müssen alle Videos auf ihren content gesichtet werden oder Suche über thematische Gruppen hier kann nicht nach dem tag gesucht werden

prof.dr.b.richard

institut für kunstpädagogik, bereich neue medien, goethe universität frankfurt