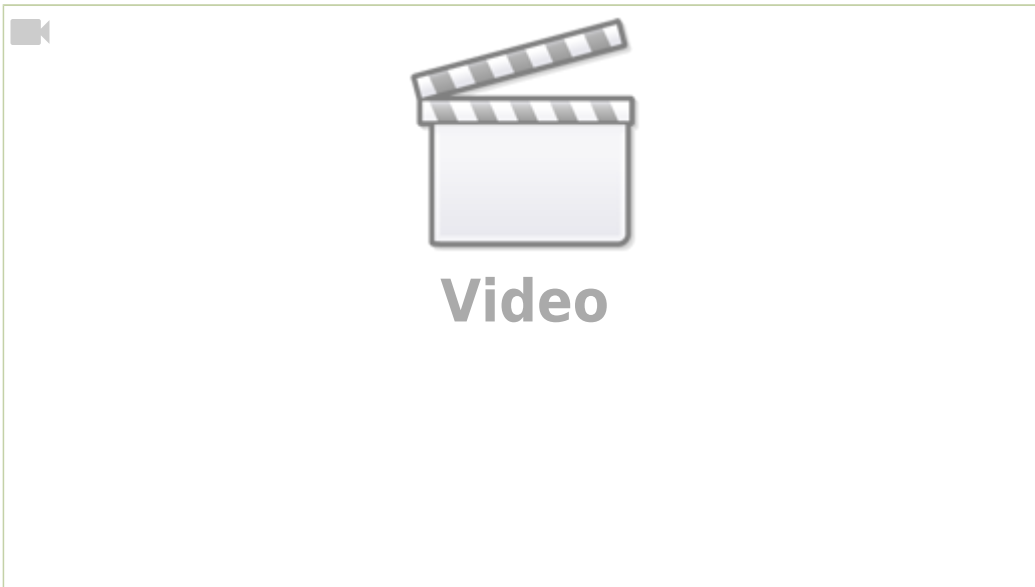


Fallbeispiel: Wirkung und Kritik am Video »Kony 2012«

Im März 2012 erschien ein Video auf Youtube, das die kleine Organisation [Invisible Children](#) aus den USA erstellt hatte. Es ging um einen Rebellenführer aus [Uganda](#) namens [Joseph Kony](#). Näheres über das Video, die Hintergründe etc. kann man zunächst im entsprechenden [Wikipedia-Artikel](#) nachlesen.



Hintergründe und Kritik

Es wurde bald verschiedene Kritik laut bezüglich der Absichten der Organisation *Invisible Children*, bezüglich der sehr plakativen und vereinfachenden Darstellung des Problems etc.

Ausgewählte Reaktionen

Hier einige ausgewählte Reaktionen.

- [Kony 2012 und das Problem von Werbebotschaften](#)
- [Nachtrag zu Kony 2012: Das Bild der Zauberlehrlinge, das um die Welt ging](#)
- [Eine Kampagne, die frösteln lässt](#)
- [Internet-Interventionismus](#)

Weitere Artikel in ungeordneter Reihenfolge

- [Invisible Children](#)
- [Invisible Children, the next chapter « Scarlett Lion](#)
- [Solving War Crimes With Wristbands: The Arrogance of 'Kony 2012' - Kate Cronin-Furman & Amanda Taub - International - The Atlantic](#)
- [Invisible Children responds to critics | FP Passport](#)

- [Kony 2012 und das Problem von Werbebotschaften | zoon politikon | ScienceBlogs.de - Wissenschaft, Kultur, Politik](#)
- [Nachtrag zu Kony 2012: Das Bild der Zauberlehrlinge, das um die Welt ging | zoon politikon | ScienceBlogs.de - Wissenschaft, Kultur, Politik](#)
- [Umstrittenes Video "Kony 2012" - Eine Kampagne, die frösteln lässt - Digital - sueddeutsche.de](#)
- [Internet-Interventionismus | Telepolis](#)

Hintergrund: Virale Videos

Der Vortrag von Kevin Alloca [Why videos go viral](#) kann Dir Einblicke geben, wie es zu einem Phänomen wie »Kony 2012« kommt. ([Was bedeutet »viral« im Zusammenhang mit Werbung oder Marketing?](#))

[medien](#), [reflexion](#), [kritisches-denken](#), [medienkompetenz](#), [video](#), [texte](#), [debatte](#)