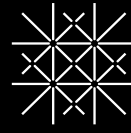




TECHNISCHE
UNIVERSITÄT
DRESDEN



Universität
Basel

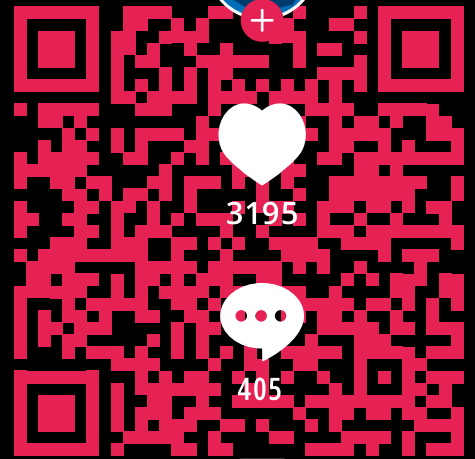


Erkunden Folge ich Für dich



#LinguisTikTok

Linguistische Forschung zu und auf TikTok



24.–26. März
2025

Riesa Efau.
Kultur Forum

Dresden

Professur für Angewandte Linguistik // TU Dresden

✉ germ@mail.zih.tu-dresden.de
📍 tud.de/gsw/slk/germanistik/al/forschung/linguistiktok
📍 Riesa Efau //
Wachsbleichstraße 4A //
01067 Dresden



Home



Freund*innen



Posteingang



Profil

Mitglied im Netzwerk von:



gefördert durch:



Welcome

Dear presenters, dear guests,

We are delighted to welcome you to the conference **“LinguisTikTok: Linguistic Research on TikTok”**! This event brings together linguists who study TikTok as both an object and a medium of research, as well as active creators who engage with linguistic topics on TikTok. We are excited about the variety of contributions and look forward to the discussions that will emerge from this practice-oriented exploration of TikTok.

The conference is organized by **Simon Meier-Vieracker (TU Dresden)** and **Jana Tschannen (University of Basel)**. Our aim is to bring together current research on TikTok, foster exchange among scholars and creators, and explore TikTok as a platform for linguistic science communication.

We wish you an inspiring conference filled with engaging talks, new insights, and stimulating discussions!

Best regards,

Simon Meier-Vieracker & Jana Tschannen

Acknowledgments

We would like to thank everyone who contributed to making this conference possible. Special thanks go to the Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG) and to the Funding Program Internationalization of TU Dresden as part of the Excellence Strategy of the German federal and state governments for funding our conference.

We also extend our gratitude to all presenters and participants for enriching the program with their contributions and discussions.

Important Information

If you have any questions or concerns during the conference, please contact:

- **Simon Meier-Vieracker** (TU Dresden)
- **Jana Tschannen** (University of Basel)
- **Constanze Dörr** (TU Dresden)
- **Sabine Hollmann** (TU Dresden)

For any changes in the program please visit the conference website:
<https://tu-dresden.de/gsw/slk/germanistik/al/forschung/linguistiktok>

Conference Dinner

All contributors are invited to join the conference dinner:

Venue: Altes Wettbüro, Antonstr. 8, 01097 Dresden

Date & Time: Tuesday, March 25, 7:00 p.m.

Self-paid event

WLAN Access

Network: Riesa Efau Guest

Password: hINFDSCE

Monday, March 24, 2025

14:30	Introduction
14:45	Rodney Jones (University of Reading) Keynote: <i>Iconicity, intercorporeality and embodied stereotypes on TikTok</i>
15:30	Coffee Break (30 Min.)
16:00	Janina Wildfeuer (University of Groningen) <i>Multimodal TikTok analysis. Slicing canvases and identifying the semiotic patterns of duets, stitches and other features of short video content</i>
16:30	Simon Meier-Vieracker (TU Dresden) <i>Stitches as metapragmatic devices and their use for science communication on TikTok</i>
17:00	Jannis Androutsopoulos & Lena Schröder (Universität Hamburg) <i>Algospeak: Visual disguise and register formation on German TikTok</i>
17:30	Closing Discussion
17:45	Reception

Tuesday, March 25, 2025

09:00	Ruth Page (University of Birmingham) Keynote: <i>Harmful help? Influencer Stories of Mental Health told on TikTok</i>
09:45	Coffee Break (30 Min.)
10:15	Maciej Grzenkowicz (University of Groningen) <i>Debunking effectively, but attractively: Analyzing fact-checking on TikTok multimodally</i>
10:45	Daniel Pfurtscheller (Universität Innsbruck) <i>From TikTok to Reddit and Back Again: Metadiscourse and Media Ideologies in Cross-Platform Video Recycling</i>
11:15	Simone Causa (University L'Orientale of Naples) <i>Building Resilience on TikTok: A Multimodal Analysis of the EcoTok Community</i>
11:45	Lunch Break (90 Min.)
13:15	Christoph Gschwind (ZHAW Zürich) <i>The revival of the book – BookTok from a linguistic perspective</i>
13:45	Andreas Osterroth (RPTU Kaiserslautern-Landau) <i>I don't believe in Human Rights – Practices of Memeing on TikTok</i>
14:15	Coffee Break (15 Min.)

14:30	Konstanze Marx-Wischnowski (Universität Greifswald) <i>Was zum Teufel ist das ☹️ - Wetterphänomene als Inszenierungen des Mystischen</i>
15:00	Stefan Hauser (Universität Zürich) <i>Dynamisierungsverfahren in Kochvideos auf TikTok – eine medienlinguistische Annäherung</i>
15:30	Coffee Break (30 Min.)
16:00	Jan Kirk (@glima.tuebingen), Simon Meier-Vieracker (@fussballinguist), Wiebke Michaels & Clara Schnell (@linguistik.studieren), Marcel Linnenkohl (@lachundsprachgeschichten), Veronika Sahlbach (@veronika.slb), Alexander Willich (@alexanderwillich) <i>Round Table Talk: Linguistik auf TikTok zwischen Wissensvermittlung und Entertainment. Chair: Konstanze Marx-Wischnowski</i>
17:30	Closing of the Day

Wednesday, March 26, 2025

09:00	Jana Tschannen (Universität Basel) <i>Wissenschaftskommunikation auf TikTok – Multimodale Strategien der Wissen(schaft)svermittlung</i>
09:30	Sören Stumpf (LMU München) & Marie-Luis Merten (Universität Zürich) <i>Verschörungstheorien auf und über TikTok: Linguistische Zugänge, Herausforderungen und Perspektiven</i>
10:00	Ibrahim Cindark & Kevin Syring (IDS Mannheim) <i>Digitale Handlungen und Praktiken von Islamisten auf TikTok</i>
10:30	Coffee Break (30 Min.)
11:00	Veronika Sahlbach (TU Dresden) <i>Dialogische Strukturen im Monolog: Die Rolle des impliziten Publikums in TikTok-Videos</i>
11:30	Hannah Hendriks (Ruhr-Universität Bochum) <i>Argumentative competence in the context of TikTok: Modelling and diagnosis</i>
12:00	Closing Discussion and Farewell
12:15	Lunch Snack

Iconicity, Intercorporeality and Embodied Stereotypes on TikTok

Rodney H. Jones, University of Reading

This talk analyses the way lip-synching on TikTok contributes to the reproduction and circulation of racial stereotypes. Drawing on recent work on the role of affect and iconicity in sociolinguistics, it examines two audio memes that feature the lip-synching of minoritized voices by mostly White creators. Understanding how these practices operate ideologically, it is argued, requires that we go beyond traditional concerns with indexicality to examine the more sensuous, embodied aspects of such performances, especially the ways lip-synching allows creators to simultaneously embody the affect of both speaker and listener. The perspective offered in this paper contributes to our understanding of linguistic stereotyping by accounting for the experiential, and intercorporeal dimension of such practices as well as our understanding of how new forms of embodiment made possible by digital technologies are affecting semiotic and social practices around social categories like race.

Multimodal TikTok analysis. Slicing canvases and identifying the semiotic patterns of duets, stitches and other features of short video content

Janina Wildfeuer, University of Groningen

In this talk, I will approach TikTok's platform-specific patterns from a multimodal-analytical perspective and with the aim of providing a foundational, comprehensive framework for systematic and empirical analyses.

In existing research, the complexity of the meaning-making processes in TikTok videos has not been the primary focus of attention. Some works highlight the dynamicity and wealth of elements coming together in the videos (see, e.g., Schellewald 2021; Marino 2023; Han Zappavigna 2024), others focus on individual resources such as hashtags, written or spoken language, or the use of emojis. However, the simultaneous use of many diverse expressive forms, i.e. their intersemiotic interplay and the extreme degree of orchestration have not been addressed comprehensively yet, especially not with regard to the specific functions these complexities fulfill in features such as duets and stitches, for example.

In contrast, multimodal film research has provided fine-grained approaches and frameworks for the analysis of dynamic, audio-visual artifacts (see, e.g., Bateman & Schmidt 2012; Tseng 2013; Benson 2016; Wildfeuer 2014; Wildfeuer & Coffee 2022). Some of these are similarly suitable for the analysis of short video content and provide a rich potential for application and comparison.

In this talk, I will combine these frameworks with the foundational approach of analyzing multimodal communicative situations provided in Bateman et al. (2017). With the aim of systematically analyzing TikTok's platform-specific features, I will first demonstrate the need to slice the material canvas of these videos into smaller units of analysis in order to determine the semiotic modes and their functions in the meaning-making process. I will then present connection points to several of the multimodal film analytical approaches to provide a basis for more comprehensive analyses of the videos' particular dynamicity and complexity. By discussing examples from several genres, the talk will not only demonstrate the suitability of this methodological triangulation, but also show how these videos initiate specific communicative behaviors, e.g. processes of visual storytelling, identity construction, or science communication.

References

Bateman, John A. & Karl-Heinrich Schmidt (2012): *Multimodal film analysis: how films mean* (Routledge Studies in Multimodality 5). London: Routledge.

Bateman, John A., Janina Wildfeuer & Tuomo Hiippala (2017a): *Multimodality: Foundations, Research and Analysis – A Problem-Oriented Introduction*. De Gruyter.
doi:10.1515/9783110479898.

Benson, Phil (2016): *The Discourse of YouTube*. Routledge. doi:10.4324/9781315646473.

Tseng, Chiao-I (2013): *Cohesion in Film*. London: Palgrave Macmillan UK.
doi:10.1057/9781137290342.

Wildfeuer, Janina (2014): *Film discourse interpretation: towards a new paradigm for multimodal film analysis* (Routledge Studies in Multimodality 9). New York: Routledge.

Wildfeuer, Janina & Joseph Adika Coffie (2022): #socialiseresponsibly. Analyzing the Rhetorical Structure of Heineken TV Commercials During the Pandemic. *Frontiers in Communication* 7. 887706. doi:10.3389/fcomm.2022.887706.

Stitches as metapragmatic devices and their use for science communication on TikTok

Simon Meier-Vieracker, TU Dresden

A remarkable feature of TikTok are so called stitches that allow creators to produce video responses to other videos, snippets of which are integrated into that responses (Quick & Maddox 2024). Together with sound reuse and duets, stitches make TikTok a platform for which digital recontextualization practices (Jones 2018) are crucial. Similar to other forms of digital quoting (Gruber 2017) but expanding these forms to multimodal communication, stitches allow to both reply to and comment on others' contributions. Moreover, as a kind of reaction videos, stitches are usually marked by a characteristic affective stance (Kohout 2021).

Stitches are often used for debunking disinformation or for counter speech against toxic and discriminatory discourse. Moreover, science communication on TikTok often makes use of stitches by responding to and commenting on implicitly or explicitly stated questions or claims from a scientific perspective. Stitches are particularly suitable for science communication in linguistics, as they enable science communicators to take up and continue the metapragmatic reflections of laypeople on language and language use and to present linguistics as being close to everyday life.

In my talk, I will to discuss stitches as metapragmatic devices from the perspective of digital discourse analysis and multimodality research. Based on a selection of videos by German- and English-speaking creators, I will analyze multimodal patterns of (in)coherence (Adami 2014) and present a classification of linguistic and pragmatic levels to which stitches can refer. From this, I will finally derive some theses as to why stitches are so well suited for linguistic science communication.

References

- Adami, Elisabetta. 2014. "Why did dinosaurs evolve from water?": (In)coherent relatedness in YouTube video interaction. *Text & Talk* 34(3). 239–259.
<https://doi.org/10.1515/text-2014-0001>.
- Gruber, Helmut. 2017. Quoting and retweeting as communicative practices in computer mediated discourse. *Discourse, Context & Media* 20. 1–9.
<https://doi.org/10.1016/j.dcm.2017.06.005>.
- Jones, Rodney. 2018. Surveillant media. Technology, language, and control. In Colleen Cotter & Daniel Perrin (eds.), *The Routledge handbook of language and media*. Milton Park etc.: Routledge.
- Kohout, Annkathrin. 2021. REACTION-VIDEOS. *POP* 10(1). 47–53.
<https://doi.org/10.14361/pop-2021-100107>.

Quick, Mackenzie & Jessica Maddox. 2024. Us, Them, Right, Wrong: How TikTok's Green Screen, Duet, and Stitch help shape political discourse. *First Monday*.
<https://doi.org/10.5210/fm.v29i3.13360>.

Algospeak: Visual disguise and register formation on German TikTok

Jannis Androutsopoulos & Lena Schröder, Universität Hamburg

'Algospeak' refers to a digital literacy practice that came up in the early 2020s with the purpose of circumventing the algorithmic censorship of 'sensitive' content in TikTok videos (Klug et al. 2023, Lorenz 2022, Steen et al. 2023). 'Sensitive' content words in semantic fields such as drugs, pornography, sexual abuse or mental health are thereby replaced by euphemism and near-synonyms (e.g. *unalive* for 'dead'); emojis (a corn emoji for 'porn') and especially graphemic modification (forms such as <\$€X> for 'sex').

In this paper we take a closer look at these graphic substitution techniques based on German TikTok videos. Theoretically, we approach algospeak as a *graphic cue*, i.e. a pattern of graphic variation with contextualizing function, and a *heterographic practice*, i.e. the outcome of content creators' intentional deviation from orthographic norms (Androutsopoulos/Busch 2020, Androutsopoulos 2023). Particular to algospeak is its dual addressivity to (imagined) algorithms of content detection, on the one hand, and TikTok publics (both a channel's followers and the general platform audience), on the other. Empirically, we are interested both in a microanalysis of algospeak items by which to determine the range of graphic variation in the data, and a broader contextual analysis of its spread and distribution on German TokTok. Data collection is based on the systematic online observation of German-language TikTok accounts in 2024. We collected a total of 376 algospeak tokens from 88 accounts and 152 postings, with a sharp rise in frequency from 2021 to 2024. Each token was annotated for semantic field; the substituted and substituting characters; semiotic motivation (iconic, symbolic, phonological); and its place of appearance in a posting (video, caption, comment). The documented graphic patterns of algospeak lead us eventually to consider its potential to index a 'light community' (Blommaert/Varis 2015) that is constituted by a shared awareness of algorithmic censorship and creative graphic procedures for circumventing it.

References

- Androutsopoulos J. (2023) Punctuating the other: Graphic cues, voice, and positioning in digital discourse. *Language & Communication*, 88, 141-152.
- Androutsopoulos, J./F. Busch (2020) Register des Graphischen. Skizze eines Forschungsansatzes. In: J. Androutsopoulos/F. Busch (eds.) *Register des Graphischen: Variation, Interaktion und Reflexion in der digitalen Schriftlichkeit*, 1-29. Berlin/Boston: de Gruyter.
- Blommaert, J./P. Varis (2015) Enoughness, accent and light communities: Essays on contemporary identities. *Tilburg Papers in Cultural Studies*, 139.

- Klug, Daniel/Ella Steen/Kathryn Yurechko (2023): How algorithm awareness impacts algospeak use on TikTok. Companion Proceedings of the ACM Web Conference 2023, 234–237. <https://doi.org/10.1145/3543873.3587355>
- Lorenz, Taylor (2022): Internet ‘algospeak’ is changing our language in real time, from ‘nips’ to ‘le dollar bean’. The Washington Post, 08.04.2022. <https://www.washingtonpost.com/technology/2022/04/08/algospeak-tiktok-le-dollar-bean/>
- Steen, E./K. Yurechko/D. Klug (2023) You Can (Not) Say What You Want: Using Algospeak to Contest and Evade Algorithmic Content Moderation on TikTok. Social Media + Society 9(3), 1-17.

Harmful help? Influencer Stories of Mental Health told on TikTok

Ruth Page, University of Birmingham

This paper explores how influencers tell stories about mental health in the multi-modal story formats of TikTok. We compare the stories told by three sets of tellers: mental health professionals who share educational content drawn from narrative medicine (Charon, 2008), alternative health influencers who share stories about non-medical solutions to mental health challenges (Baker and Rojek, 2020) and influencers with lived experience of mental health issues who share their journeys through struggle and recovery (Llewellyn Beardsley et al., 2019). Our data consists of c.26,000 videos posted by a selection of 66 mental health influencers, and a second corpus of comments to a down-sample of 600 videos (88,000 comments). Our methods triangulate corpus-assisted discourse analysis of the online data with evaluation of the videos through two focus groups: one with seven mental health professionals and one with seven lived experience experts. We use the evaluation of focus groups and the comments to explore the perception of the different videos as a source of support, suspicion and 'harmful help'.

Debunking effectively, but attractively: Analyzing fact-checking on TikTok multimodally

Maciej Grzenkowicz, University of Groningen

Originally, many researchers expressed their enthusiasm about TikTok. Academics have pointed, among others, to its educational potential (e.g. Tan et al. 2022, Pomeranz and Field 2022, Escamilla-Fajardo and López-Carril 2021) or the possible role as a safe space for marginalized communities (Skinner 2022). It became clear, however, that there are significant issues with the app, particularly the algorithm that promotes polarizing, far-right content, or the potential for spreading misleading content and propaganda (Shin 2024; Peña-Fernández et al. 2023; Rastrilla 2023; Rochford and Palmer 2022). In response to the problem, a growing number of fact-checking outlets aim to combat the flow of misinformation published on TikTok daily by opening their accounts with videos debunking false claims circulating among the users. The semiotic richness of TikTok videos allows the creators to employ a variety of means to adapt their argument from the form of a written article into a dynamic, audiovisual artifact. This level of complexity exceeds one of the meaning-making practices in earlier similar media, such as films or TV commercials. Yet, the question remains of how to construct such videos in a way that remains argumentatively coherent while also attractive to the users.

In my paper, I will present the outcomes of a multimodal analysis of 60 videos published on 30 fact-checking accounts representing 6 world regions. After annotating the videos using the multi-level, multimodal annotation scheme designed specifically for short videos (Grzenkowicz and Wildfeuer 2024), I have conducted a statistical analysis of the data to establish what are the most engaging practices of employing various semiotic modes in constructing fact-checking videos. Based on the outcomes, I will suggest how fact-checkers can reach TikTok users more effectively by applying specific platform-specific multimodal strategies, such as using specified shot attributes or combining several modalities to represent the participants, in their content.

From TikTok to Reddit and Back Again: Metadiscourse and Media Ideologies in Cross-Platform Video Recycling

Daniel Pfurtscheller, Universität Innsbruck

This paper examines the cross-platform recycling and recontextualization of TikTok videos, analyzing how recycling practices and subsequent interactions shape and reflect media ideologies and aesthetic norms. Drawing on the concept of "linguistic recycling" (Haapanen & Perrin 2020), I explore how TikTok videos are shared, commented upon, and critiqued on other social media platforms, where users engage in metadiscourse about TikTok's multimodal aesthetics. By tracing these intertextual chains (Fairclough 1992), I analyze how TikTok's stylistic features—such as jump cuts, music overlays, and visual effects—are talked about in social media discourse.

My analysis shows how TikTok videos are recontextualized on social media, taking on new meanings and roles within the platform's distinct discursive norms. The interactive commentary culture on Reddit or YouTube often frames TikTok videos from a distanced or ironic perspective, such as through humorous or mocking captions, providing a forum for users to articulate media ideologies and aesthetic expectations. These metadiscursive practices, especially concerning "cringe" (Spiegel, 2023), reflect judgments on TikTok's multimodal design of short video content. These judgments often focus on the perceived overuse of filters and the intensity of multimodal features, such as rapid edits, background music, or reaction shots. Ultimately, this study provides insights into how digital content flows reshape media ideologies and reveals differing aesthetic standards across social media platforms.

References

- Spiegel, T. J. (2023). Cringe. *Social Epistemology*, 1–12.
<https://doi.org/10.1080/02691728.2023.2268588>
- Fairclough, N. (1992). Intertextuality in critical discourse analysis. *Linguistics and Education*, 4(3), 269–293. [https://doi.org/10.1016/0898-5898\(92\)90004-G](https://doi.org/10.1016/0898-5898(92)90004-G)
- Haapanen, L., & Perrin, D. (2020). Linguistic recycling: The process of quoting in increasingly mediated settings. *AILA Review*, 33, 1–20.
<https://doi.org/10.1075/aila.00027.int>
- Pfurtscheller, D. (2022). From Private Phones to Public Screens: Cross-Media Recontextualization of Chat Discourse in the Case of the Austrian ÖVP Corruption Affair. *Frontiers in Communication*, 7(1059131), 1–9.
<https://doi.org/10.3389/fcomm.2022.1059131>

Building Resilience on TikTok: A Multimodal Analysis of the EcoTok Community

Simone Causa, University L'Orientale of Naples

The EcoTok community on TikTok emerged from an organized group of young climate activists and has since expanded to include users who engage in daily environmental practices and showcase eco-friendly products (Denicolai & Domenici, 2023, p. 181). Similar to other TikTok-based communities such as BookTok, JazzTok, JewTok, and WitchTok (Maddox & Gills, 2023; Kaye et al., 2022; Divon & Ebbrecht-Hartmann, 2022; Eugeni, 2023), EcoTok represents a digital space where climate change is perceived as a catalyst for promoting sustainability and resilience.

Drawing upon theoretical frameworks including Social Media Critical Discourse Studies (KhosraviNik, 2017), Meme Studies (Shifman, 2014), and Multimodal Analysis (Kress and Van Leeuwen, 2006), this paper critically examines the EcoTok community through a linguistic and multimodal framework. It specifically investigates how users present themselves on the platform and elucidates the community's constraints.

The analysis focuses on TikTok videos in English tagged with the hashtag #ecotok with at least 500 likes retrieved in a casual span of 4 months of 2024. The data collection strategy is designed to encompass content associated with the specified community and gather material likely to prominently feature on the For You Page of the platform. A dual software approach is employed for data analysis, utilizing ATLAS.ti for content analysis and the examination of memetic elements (e.g., audio, frames), and Sketch Engine for scrutinizing linguistic patterns.

This comprehensive approach aims to provide a nuanced understanding of the EcoTok community, its dynamics, and the communicative strategies, both verbal and visual, employed by its members to foster environmental consciousness and activism.

References

- Abdin C., Kaye D. B. V. (2021) Audio Memes, Earworms, and Templatability: The 'Aural turn' of Memes on TikTok. In C. Arkenbout, J. Wilson, D. De Zeeuw (eds.) *Critical Meme Reader: Global Mutations of the Viral Image*. Amsterdam: Institute of Network Cultures: Amsterdam. (pp. 58-68).
- Denicolai L., Domenici V. (2023) "Comunicare la sostenibilità. Dall'attivismo sociale alla figura del green influencer" in *Mediascapes Journal* (21). (pp. 171-187).

- Divon T., Ebbrecht-Hartmann T. (2022) #JewishTikTok: The JewToks' Fight against Anti-semitism. In T. Boffone (ed.) Tik Tok Cultures in the United States. Routledge. (pp. 47-49).
- Eugeni R. (2023) "TikTok e la magia. WitchTok, i social media e il nuovo avvento della stregoneria" in Marino, G., Surace, B. (eds.), TikTok. Capire le dinamiche della comunicazione ipersocial, Hoepli: Milano. (pp. 43- 63).
- Gillings, M., Mautner G., Baker P. (2023) Corpus-Assisted Discourse Studies. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hautea S., Parks P., Takahashi B., Zeng J. (2021) Showing They Care (Or Don't): Affective Publics and Ambivalent Climate Activism on TikTok. In Social Media + Society 7 (2).
- Jarmillo-Dent D., Alencar A., Asadchy Y. (2022) #Migrantes on TikTok: Exploring Platformed Belongings. In International Journal of Communication (16). (pp. 5578-5602).
- Kaye D. B. V., Zeng J., Wikstrom P. (2022) TikTok: Creativity and Culture in Short Video, Polity.
- KhosraviNik M. (2017) "Social Media Critical Discourse Studies (SM-CDS)" In Flowerdew. J; Richardson. J (eds.) Handbook of Critical Discourse Studies. London: Routledge (pp.582-596).
- Kress, G., & Van Leeuwen, T. (2006). Reading Images: The grammar of visual design. London: Routledge.
- Machin D., Mayr A. (2012) How to Do Critical Discourse Analysis: A Multimodal Introduction. SAGE.
- Maddox J., Gill F. (2023) Assembling "Sides" of TikTok: Examining Community, Culture and Interface through a BookTok Case Study. In Social Media + Society 9 (4).
- Omena J. J., Rabello E., Mintz A. G. (2020) Digital Methods for Hashtag Engagement Research. In Social Media + Society 6 (3).
- Shifman L. (2014) Memes in Digital Culture. MIT Press.

The revival of the book – BookTok from a linguistic perspective

Christoph Gschwind, ZHAW Zürich

Das Phänomen BookTok zeigt, dass das digitale Zeitalter nicht das Ende des Buchzeitalters ist, sondern die digitale Welt das Buch in sich aufnimmt (Lauer 2020), und zwar wie im Falle von BookTok u.a. auch im Sinne der digitalen Inszenierung des physischen Artefakts in einem multimedialen und multimodalen Kontext. Bücher sind auf BookTok in die Logik einer Social-Media-Umgebung eingebunden und werden entsprechend zu einem bestimmten sozialen Zweck inszeniert bzw. abhängig von der System-Logik des Mediums umgewertet. Diese Umwertung kann durch einen linguistischen Zugriff auf die Social-Media-Plattform BookTok als 'Subkultur' (Jerasa/Boffone 2021) von TikTok erhellt werden. Entsprechend geht dieser Beitrag der Frage nach, wie die Inszenierung des physischen Buches im digitalen Kontext von TikTok aus linguistischer Perspektive zu bestimmen ist. Daraus ergeben sich die folgenden Erkenntnisse, die aus der Analyse ausgewählter BookTok-Beiträge gewonnen wurden.

Aus *kommunikationstheoretischer Perspektive* ist die primäre Funktion das Teilen von Emotionen, nicht von Informationen, d.h. der Mitteilungsfokus liegt nicht auf der Wiedergabe von Inhalten oder deren Beurteilung, sondern auf dem Teilen von (Lese-) Erlebnissen mit bestimmten Büchern oder Büchern überhaupt. Darin zeigt sich die mediengeschichtliche Entwicklung des Lesens vom öffentlichen Vorlesen über die stille, immersive Privatlektüre zu einer Art Veröffentlichung des Privaten. Aus *semiotischer Perspektive* betonen die BookToker:innen eine indexikalische Verbindung zwischen den Büchern und Persönlichkeitsmerkmalen. Die Ikonizität des Buches erhält durch die Präsentation der künstlerischen Gestaltung eine herausragende Stellung. Das Buch wird multimodal-psychologisch mit seinem visuellen, auditiven, taktilen und z. T. auch olfaktorischen Zeichencharakter (Stöckl 2016) inszeniert. Aus *soziolinguistisch- bzw. varietätenlinguistischer Perspektive* wird über Bücher außerhalb des Schulkanons in einem prononciert nicht-bildungssprachlichen Soziolekt gesprochen. Darin manifestiert sich die soziale Funktion von BookTok insbesondere für jugendliche Nutzer:innen, sich von der institutionell vorgeschriebenen 'Richtschnur' kanonischer Schullektüre abzugrenzen, im Speziellen und die identitätskonstituierende Funktion sozialer Medien im Allgemeinen.

Literatur

- Jerasa, Sarah/Boffone, Trevor (2021): BookTok 101: TikTok, Digital Literacies, and Out-of-School Reading Practices. *Journal of Adolescent & Adult Literacy* 65 (3). S. 219–226.
- Lauer, Gerhard (2020). Lesen im digitalen Zeitalter. Darmstadt: Wbg Academic.

Stöckl, Hartmut (2016). „Multimodalität – Semiotische und textlinguistische Grundlagen“.
In: Klug, Nina/Stöckl, Hartmut (Hg.): *Handbuch Sprache im multimodalen Kontext*.
Berlin/Boston: de Gruyter, S. 3–35.

I Don't Believe in Human Rights – Practices of Memeing on Tiktok

Andreas Osterroth, RPTU Kaiserslautern-Landau

This study examines memetic practices on TikTok, analyzing the spread of radical views through strategic use of memes and humor. The title quotes a viral video suggesting that any message, no matter how harmful, can be effectively communicated if presented well (TheRussianBadger 2023).

RESEARCH QUESTIONS:

- How do TikTok memes differ from traditional internet memes?
- How do TikTok memes normalize radical ideas?

METHOD:

This study annotates and analyzes 250 TikTok memes using MAXQDA to classify speech acts and narrative patterns. Linguistic analysis methods proven in meme research are applied (Osterroth 2019; 2022).

THEORETICAL FRAMEWORK:

TikTok supports new storytelling forms with dynamic video memes that combine traditional memes with audiovisual elements. The platform encourages content replication (Zulli & Zulli 2022), creating shared cultural experiences. TikTok's narratives are marked by "hyper-narrativity" (Wagener 2019) and "memefication" of identities (Ask & Abidin 2017:7). Humor, imitation, and group affinity are key (Vizcaíno-Verdú & Abidin 2022:884).

INITIAL FINDINGS:

Initial analysis shows that TikTok memes, often using templates, foster community and emotional expression, which may explain how radical ideas are normalized. Further research is needed to pinpoint strategies enabling these processes.

References

- Ask, K., & Abidin, C. (2017). My life is a mess: Self-deprecating relatability and collective identities in the memefication of student issues. In: *Information, Communication & Society*, 21(6), 834–850.
- Osterroth, A. (2019): How to do things with memes? – Internet Memes als multimodale Sprechakte. In: Johann, M./Bülow, L. (Hg.): *Politische Internet-Memes – Theoretische Herausforderungen und empirische Befunde*. Berlin: Frank & Timme, 41–60.
- Osterroth, A. (2022): Internet-Memes als narrative Schemata. In: L. Auteri/N. Barrale/A. Di Bella/S. Hoffmann (Hg.): *Wege der Germanistik in transkultureller Perspektive*. Lausanne: Peter Lang, 35–51.

- TheRussianBadger (2023): I don't believe in Human Rights. URL:
<https://www.youtube.com/watch?v=rfYiMeLMqxs&t=3s> (seen 12/08/2024).
- Vizcaíno-Verdú, A./Abidin, C. (2022): Music Challenge Memes on TikTok: Understanding In-Group Storytelling Videos. In: *International Journal of Communication* 16, 883–908.
- Wagener, A. (2019). Hypernarrativity, storytelling, and the relativity of truth: Digital semiotics of communication and interaction. In: *Postdigital Science and Education*, 2(2), 147–169.
- Zulli, D. & Zulli, D. (2022): Extending the Internet meme: Conceptualizing technological mimesis and imitation publics on the TikTok platform. In: *New Media & Society* 24 (8), 1872–1890.

Was zum Teufel ist das ☹️ - Wetterphänomene als Inszenierungen des Mystischen

Konstanze Marx-Wischnowski, Universität Greifswald

In unserer (Diskurs)-Welt ist das Wetter ein fortwährend salienter Faktor, der in unterschiedlichen Kommunikationssituationen relevant gesetzt wird: im eher kürzeren Ad-hoc-Alltagsgespräch ebenso wie in Situationen, in denen berufliche oder private Pläne als wetterabhängig gelten und deshalb adressiert werden (vgl. Hausendorf 2019: 294). Die Thematisierung des Wetters ist dabei ebenso iterativ (etwa in den sich über den Tag wiederholenden und täglich neu erwartbaren Wetterberichten), wie die Form der Thematisierung musterhaft mit Blick auf lexikalisches Material und datenbankgestützte Themenentfaltung ist (dazu u.a. Mac 2015). Nicht zuletzt deshalb eignet sich eine Textsorte, wie der Wetterbericht, besonders gut für die automatisierte Generierung (Kadel 2021: 17).

Auf TikTok nun finden sich neben typischen Wetterberichten Thematisierungen von Wettererscheinungen, die deutlich von der gewohnten sachlichen Darstellung abweichen. Im Vortrag möchte ich am Beispiel des Nebels zeigen, wie ein in der Breite und unter spezifischen Bedingungen gut wahrnehmbares Wetterphänomen verschwörungstheoretisch umgedeutet wird. Dabei interessiert mich insbesondere das entstehende Spannungsverhältnis zwischen naturwissenschaftlich erklärbaren Erscheinungen auf der einen Seite und multimodal hergestellten Mystifizierungen auf der anderen Seite.

Literatur

Hausendorf, Heiko (2019): Das Ferienwetter auf der Ansichtskarte. Ein Wetterbericht im Schnittpunkt von Textlinguistik, Medienlinguistik und Korpuspragmatik. In: Schröter, Juliane/Tienken, Susanne/Ilg, Yvonne/Scharloth, Joachim/ Bubenhofer, Noah (Hrsg.): Linguistische Kulturanalyse. Berlin, Boston: De Gruyter, 293–321.

Kadel, Ramón (2021): RedakBot. Wiesbaden: Springer.

Mac, Agnieszka (2015): Wie wird das Wetter morgen? Informationsvermittlung in deutschen und polnischen TV-Wetterberichten. In: tekst i dyskurs – text und diskurs 8, 103–131.

Dynamisierungsverfahren in Kochvideos auf TikTok – eine medienlinguistische Annäherung

Stefan Hauser, Universität Zürich

Kochvideos auf TikTok – gelegentlich auch als FoodTok bezeichnet – sind «Perforanzvideos» (Wolf 2021), die die Zubereitung von Essen zum Gegenstand haben und sich im Schnittbereich von Edutainment und Infotainment bewegen. Zu den medienlinguistisch auffallenden Merkmalen von Kochvideos auf TikTok gehören Dynamisierungsverfahren, die darauf ausgerichtet sind, die Darstellung von mehrschrittigen Teilprozessen wie auch das Zeigen längerer Prozesse (garen, backen, einkochen etc.) als unterhaltsame, inhaltlich verdichtete und ästhetisierte Kurzinstruktionen zu präsentieren. Dabei lässt sich eine grosse Bandbreite an Themensetzungen und sprachlich-multimodalen Rahmungsverfahren beobachten, die sich den drei Grundmustern *Zeigen*, *Erklären*, *Erzählen* zuordnen lassen (vgl. auch Endres 2018).

Ähnlich wie in Kochshows des *Fernsehens* (Buck 2008, Weidner 2017), aber stark komprimiert, werden auch in Kochvideos auf TikTok unterschiedliche kulinarische Themen in Szene gesetzt, z.B. «Wie bereite ich gesundes Essen zu?», «Wie bereite ich besonders leckeres Essen schnell zu?» oder «Was sind einfach zu kochende Menüs aus [Ort/Land]?» etc. Bei der Umsetzung dieser Themen zeigen sich aber zwischen Fernsehkochshows und FoodTok markante mediale Unterschiede. Ein wesentliches Merkmal von Kochvideos auf TikTok ist ihre relative Kürze und ihre fragmentierte Darstellung von Kochvorgängen. Mit Hilfe von schnellen Schnitten oder Zeitrafferpraktiken, die in Kombination mit akustischen oder musikalischen Rhythmisierungen auftreten, wird auf die Dynamisierung der gezeigten Kochvorgänge hingearbeitet.

Mit Bezug auf die Multimodalität der Darstellung ist in vielen Kochvideos auf TikTok auffallend, dass sie einen spielerischen Umgang mit den Zutaten zeigen. So werden z.B. Esswaren (wie Fleisch oder Fisch) oft zu Beginn des Beitrags auf die Kochfläche geworfen bzw. geknallt. Auch das Drehen oder Herumwirbeln von Esswaren (z.B. Zucchini oder Aubergine) ist ein auffälliges performatives Stilmerkmal, das in TikTok-Videos den dynamischen Beginn eines Kochvorgangs im Fastforward-Modus markiert (zu visuellen Stilen des Kochens vgl. Meier 2013). Was unterschiedliche Praktiken der Publikumsadressierung betrifft, ist das Blickverhalten der Creator:innen aufschlussreich: Es gibt Köch:innen/Creator:innen, die das Publikum nie direkt adressieren, sondern nur beim Zubereiten einer Speise gezeigt werden. So sieht man z.B. Notorious Foodie nie in die Kamera schauen, ausser ganz kurz am Schluss, wenn er nach dem Probieren des Essens ein Tuch in die

Kamera wirft, was man im wörtlichen Sinne als «Rausschmeisser» verstehen kann (publizistisch auch «Outro» genannt). Im Kontrast dazu finden sich Influencer, die sich direkt an die Zuschauenden wenden und den visuellen Kontakt während des gesamten Kochvorgangs aufrecht erhalten.

Auch in inhaltlicher Hinsicht macht sich eine grosse Bandbreite an Strategien der Selbstvermarktung bemerkbar. So wird in Beiträgen von OnlyPans (in sprachlicher Anlehnung an OnlyFans) das Zeigen von Kochvorgängen mit eindeutig zweideutigen Kommentaren kombiniert. In diesem Fall geht es nicht allein um das Zubereiten von Essen, sondern auch um eine bestimmte Form der Selbstinszenierung der Köchin/Creatorin. Dem stehen andere Selbstpositionierungen gegenüber, die z.B. auf das Alleinstellungsmerkmal der kulinarischen Authentizität abheben; ein Beispiel dafür wäre etwa die Köchin Silvana Bini, die mit 83 Jahren Italiens vielleicht bekannteste Influencerin im Rentenalter ist und die in ihren Videos erläutert, wie man «richtig» italienisch kocht.

Der Beitrag ist als viergängiges Menü konzipiert (1. Einstieg mit ausgewählten Beispielen, 2. theoretische Überlegungen zu Medialität und Affordanzen von FoodTok, 3. Analyse mit Fokus auf Dynamisierungsverfahren, 4. Schlussfolgerungen).

Literatur:

- Buck, Matthias (2008): Das Drama der Fernsehköche. In: Fahlenbach, Kathrin/Brück, Ingrid/Bartsch, Anne (Hrsg.): Medienrituale. Rituelle Performanz in Film, Fernsehen und Neuen Medien. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 125-136.
- Endres, Eva-Maria (2018): Ernährung in Sozialen Medien. Inszenierung, Demokratisierung, Trivialisierung. Wiesbaden: Springer VS.
- Meier, Stefan (2013): 'Das essende Auge' – Visuelle Stile des Kochens als performative und populärkulturelle Praxis. In: Kleiner, Marcus S./Wilke, Thomas (Hrsg.): Performativität und Medialität Populärer Kulturen. Theorien, Ästhetiken, Praktiken. Wiesbaden: Springer VS, S. 253-275.
- Weidner, Beate (2017): Kommunikative Herstellung von Infotainment: gesprächslinguistische und multimodale Analysen einer TV-Kochsendung (= Linguistik – Impulse & Tendenzen 70). Berlin/Boston: De Gruyter.
- Wolf, Karsten. D. (2021): Informelles Lernen mit Performanzvideos und Tutorials auf TikTok. In: Moormann, Peter/Zahn, Manuel/Bettinger, Patrick/Hofhues, Sandra/Keden, Helmke Jan/Kaspar, Kai (Hrsg.): Mikroformate. Interdisziplinäre Perspektiven auf aktuelle Phänomene in digitalen Medienkulturen. München: Ko-pead. S. 171–190.

Round Table Talk: Linguistik auf TikTok zwischen Wissensvermittlung und Entertainment

Jan Kirk, Marcel Linnenkohl, Simon Meier-Vieracker, Wiebke Michaels, Veronika Sahlbach, Clara Schnell, Alexander Willich – Chair: Konstanze Marx-Wischnowski

TikTok wird zunehmend für Wissenschaftskommunikation genutzt, auch in der Linguistik. Im angelsächsischen Raum konnten sich mit @yuvaltheterrible oder @etymologynerd und anderen zahlreiche Accounts etablieren, die mit linguistischen Themen ein Millionenpublikum erreichen. Auch im deutschsprachigen Raum vermitteln zahlreiche Creator:innen sprachwissenschaftliche Themen.

In unserem Round Table Talk wollen wir mit diesen Creator:innen über die Potenziale von TikTok speziell für die linguistische Wissenschaftskommunikation diskutieren, die auf der Unterhaltungsplattform TikTok den Grat zwischen Wissensvermittlung und Entertainment finden kann und muss.

Wissenschaftskommunikation auf TikTok – Multimodale Strategien der Wissen(schaft)svermittlung

Jana Tschannen, Universität Basel

Die visuelle Aufbereitung wissenschaftlicher Inhalte spielt seit jeher eine zentrale Rolle in der externen Wissenschaftskommunikation (Bucher/Boy/Christ 2022:3). Mit jeder medialen Neuerung entstehen neue Mischformen der Kommunikationsmodi, wobei audiovisuelle Formate besonders prägend sind (vgl. Bucher 2020). Während sich auf Plattformen wie YouTube bereits vielfältige Wissenschaftsvideos etabliert haben (Geipel 2018), wird zunehmend auch TikTok von Wissenschaftler*innen genutzt, um kurze, meist unterhaltsame Wissenschaftskommunikation zu betreiben.

Dieser Vortrag widmet sich der Frage, wie sich die multimodale Wissenschaftskommunikation auf TikTok systematisieren und kategorisieren lässt. Untersucht werden typische Gestaltungsmuster von Wissenschaftsvideos, die Art der vermittelten Inhalte sowie die Art und Weise, wie Wissen in den Videos multimodal eingeführt wird. Grundlage der Analyse bildet ein Korpus von 220 Videos aus 22 deutschsprachigen Wissenschaftsaccounts.

Literatur

- Bucher, Hans-Jürgen (2020): The contribution of media studies to the understanding of science communication. In: Leßmöllmann, Anette/ Dascal, Marcelo/ Gloning, Thomas (Hrsg.): *Handbook of Science Communication*. S. 51–76, Boston u. a.: De Gruyter.
- Bucher, Hans-Jürgen/Boy, Bettina/Christ, Katharina (2022): *Audiovisuelle Wissenschaftskommunikation auf YouTube: Eine Rezeptionsstudie zur Vermittlungsleistung von Wissenschaftsvideos*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Geipel, Andrea (2018): Wissenschaft@YouTube. In: Lettkemann, Eric/ Wilke, René/ Knoblauch, Hubert (Hrsg.): *Knowledge in Action. Neue Formen der Kommunikation in der Wissenschaft*. S. 137–163, Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

Verschwörungstheorien auf und über TikTok: Linguistische Zugänge, Herausforderungen und Perspektiven

Sören Stumpf, Ludwig-Maximilians-Universität München & Marie-Luis Merten, Universität Zürich

Die Verbreitung von Verschwörungstheorien hat durch soziale Medien eine neue Dynamik erfahren (Butter 2018: Kapitel 5; Stano 2020; Mahl et al. 2022). Besonders TikTok mit seiner kurzen, visuell orientierten und algorithmengesteuerten Form stellt eine Plattform dar (Shutsko 2020; Schellewald 2021), auf der verschwörungstheoretische Narrative – beispielsweise im Kontext des Terrorangriffs der Hamas am 7. Oktober 2023¹ – entstehen, verbreitet und rezipiert werden. In meinem Vortrag gehe ich der Frage nach, welchen Beitrag die Linguistik zur Erforschung von Verschwörungstheorien auf TikTok leisten kann. Dabei präsentiere ich zunächst eine Definition des Begriffs *Verschwörungstheorie* sowie grundlegende linguistische Analyseansätze, die auf den Ergebnissen des DFG-Projekts *Sprache in Verschwörungstheorien* (2022–2026) basieren (Stumpf & Römer 2024). Anschließend beleuchte ich Interdependenzen zwischen Verschwörungstheorien und sozialen Medien, bevor ich vier ausgewählte linguistische Forschungszugänge und deren methodische Herausforderungen darlege:

- *Verschwörungstheorien auf TikTok*: Welche sprachlichen Strategien und Mittel tragen zur Konstruktion von Verschwörungstheorien auf dieser Plattform bei?
- *Sprechen über Verschwörungstheorien auf TikTok*: Wie wird das Phänomen – beispielsweise in humorvoller Weise – reflektiert und kommentiert?
- *Verschwörungstheorien über TikTok*: Welche Verschwörungstheorien richten sich gegen TikTok selbst, etwa im Hinblick auf Datensicherheit oder politische Einflussnahme?
- *(medialer) Diskurs über Verschwörungstheorien auf TikTok*: Wie wird in traditionellen Medien über die Verbindung zwischen Verschwörungstheorien und TikTok berichtet?

Diese Fragestellungen sollen dazu beitragen, das Potenzial linguistischer Ansätze für die Analyse der sprachlich-kommunikativen Muster von Verschwörungstheorien auf Plattformen wie TikTok zu beleuchten und neue Perspektiven für die Erforschung digitaler Diskurspraktiken zu eröffnen.

Literatur

Butter, Michael. 2018. »Nichts ist, wie es scheint«. Über Verschwörungstheorien. Berlin.

¹ www.faz.net/aktuell/feuilleton/debatten/7-oktober-verschwörungstheorien-fluten-soziale-medien-110029447.html (Stand 30.11.2024).

- Mahl, Daniela, Mike S. Schäfer & Jing Zeng. 2022. Conspiracy theories in online environments: An interdisciplinary literature review and agenda for future research. *New Media & Society* 24, 1781–1801.
- Schellewald, Andreas. 2021. Communicative Forms on TikTok: Perspectives From Digital Ethnography. *International Journal of Communication* 15, 1437–1457.
- Shutsko, Aliaksandra. 2020. User-Generated Short Video Content in Social Media. A Case Study of TikTok. In: Gabriele Meiselwitz (Hg.), *Social Computing and Social Media. Participation, User Experience, Consumer Experience, and Applications of Social Computing*. Cham, 108–125.
- Stano, Simon. 2020. The Internet and the spread of conspiracy content. In: Michael Butter & Peter Knight (Hg.), 2020. *Routledge Handbook of Conspiracy Theories*. London/New York, 483–496.
- Stumpf, Sören & David Römer. 2024. Verschwörungstheorien linguistisch erforschen. In: Roland Imhoff (Hg.), „Von dunklen Mächten sonderbar belogen ...“ – *Psychologie, Form und Funktion von Verschwörungsnarrativen*. Göttingen, 198–216.

Digitale Handlungen und Praktiken von Islamisten auf TikTok

Ibrahim Cindark & Kevin Syring, Leibniz-Institut für Deutsche Sprache, Mannheim

Seit dem ersten islamistischen Anschlag in Deutschland im März 2011, als zwei US-amerikanische Soldaten am Frankfurter Flughafen getötet und zwei weitere schwer verletzt wurden, sind mittlerweile mindestens zwölf weitere Attentate oder versuchte Anschläge zu islamistischen Tätern zugeordnet worden. Bei etwa der Hälfte davon geht man von Selbstradikalisierung der Täter im Internet aus (Mediendienst Integration). In Bezug auf das Radikalisierungspotenzial von verschiedenen Plattformen im Internet ist in den letzten Jahren zunehmend TikTok ins Zentrum der Aufmerksamkeit gerückt, da sie gegenwärtig bei Kindern und Jugendlichen zu den beliebtesten gehört (Feierabend et al 2023). Da auch islamistische Extremisten ihre Online-Propaganda auf diese Entwicklung angepasst haben, spricht der Verfassungsschutzbericht des Landes Brandenburg hier von einer „Tiktokisierung des Islamismus“ (Verfassungsschutzbericht 2024: 23).

Im Vortrag präsentieren wir unsere Analysen zu TikTok-Aktivitäten von zwei islamistischen Akteuren bzw. Netzwerken (Cindark/Syring i.Vorb.). Unsere grundlegenden Recherchen dazu zeigten zunächst, dass sich die Auftritte aller Akteure in diesem Feld auf einem Kontinuum mit den beiden Polen „Religion“ und „Politik“ verorten lassen. Deshalb untersuchen wir zum einen die TikTok-Präsenz von Ibrahim El-Azzazi, der auf seinem Kanal vor allem religiöse Themen im Sinne eines streng-orthodoxen Islams (Salafismus) behandelt und solche Fragen erörtert, wie und ob ein Leben als Muslim in Deutschland möglich ist. Daneben analysieren wir den TikTok-Auftritt von „Muslim Interaktiv“, das als ein Netzwerk von mehreren Akteuren weniger auf religiöse Themen eingeht, dafür umso mehr politische Fragen behandelt wie etwa die Diskriminierung der Muslime in Deutschland und die Situation der Palästinenser in Gaza. In unserer Analyse fokussieren wir, wie die TikTok-Auftritte multimodal und sprachlich gestaltet sind.

Literatur

- Cindark, Ibrahim/Syring, Kevin (i.Vorb.): Digitale Handlungen und Praktiken von Islamisten auf TikTok. In: Sprachreport 1/2025.
- Feierabend Sabine/Glückler, Stephan/Kheredman. Hediye/Rathgeb, Thomas (2023): Jugend, Information, Medien – Ergebnisse der JIM-Studie 2022. In: Media Perspektiven 2/2023. Online: https://www.ard-media.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2023/MP_2_2023_Feierabend_Gloeckler_Kheredmand_Rathgeb.pdf
- Verfassungsschutzbericht des Landes Brandenburg 2023 (2024): Pressefassung. Land Brandenburg – Ministerium des Innern und für Kommunales. Online: https://mik.brandenburg.de/sixcms/media.php/9/VSBS_Pressefassung_2023.pdf

Mediendienst Integration: Online: <https://mediendienst-integration.de/desintegration/extremistischer-islamismus.html#c899>

Dialogische Strukturen im Monolog: Die Rolle des impliziten Publikums in TikTok-Videos

Veronika Sahlbach, TU Dresden

Für den Aufbau einer Community und den Erfolg von Inhalten auf sozialen Plattformen ist die Erzeugung einer Bindung zum Publikum von großer Bedeutung (Imo 2024). TikTok bietet eine Reihe von unterschiedlichen Formaten an (Kommentare, Videos, stich/duett-Funktion usw), bei denen die Creator:innen mit den Rezipient:innen kommunizieren können (vgl. u.a. Schellewald 2021; Zulli/Zulli 2020). Bereits in anderen Medien wie TV und Radio, später dann auch auf YouTube (Och 2024), sind direkten Ansprachen an die Rezipient:innen und die Community ein gängiges Kommunikationsmittel und werden mit dem Begriff parasoziale Interaktion benannt (vgl. u.a. Chen 2016; Ebel 2022; Meer/Staubach 2020). Neben dieser Interaktion ist die Herstellung von lokaler Kohärenz (vgl. u.a. Bucher 2024; Storrer 2024) ein wesentliches Kommunikationsmittel, mit dem auf besondere Art und Weise an vorangegangenes – Text oder Video – angeknüpft wird. Die Herstellung von lokaler Kohärenz und parasozialer Interaktion in so kurzen Videos unter der Berücksichtigung der Multimodalität der Inhalte bietet einen breiten Untersuchungsrahmen für gesprächs- und medienlinguistische Forschungsschwerpunkte.

Der Vortrag beleuchtet die Rolle des impliziten Publikums bei der Ausrichtung und Ansprache in TikTok-Videos. Creator:innen treten in einer plattformspezifischen Art und Weise mit ihren Rezipient:innen in Kontakt, welche in einer qualitativen Untersuchung herausgearbeitet werden. Für die Erstellung des Untersuchungsmaterials wurden mithilfe des automatischen Spracherkennungsmodell *whisper* Videos erfolgreicher sprachwissenschaftlicher Content-Creator:innen transkribiert. Anschließend wurden die Transkripte für die korpusbasierte Untersuchung mit eigenen Skripten weiterverarbeitet und vorbereitet. Dabei zeigen sich verschiedene Möglichkeiten, wie Creator:innen Rezipient:innen ansprechen. Muster aus anderen sozialen Netzwerken werden adaptiert und weiterentwickelt, TikTok bietet jedoch weitere, eigene Möglichkeiten. Die Untersuchungsergebnisse werden im Vortrag vorgestellt.

Literatur

Bucher, Hans-Jürgen (2024): 1. Handeln unter den Bedingungen digitaler Kommunikation: ein integrierter aneignungstheoretischer Ansatz. In: Androutsopoulos, Janis/Vogel, Friedemann (Hg.): Handbuch Sprache und digitale Kommunikation (= Handbücher Sprachwissen). De Gruyter. S. 9–30.
<https://doi.org/10.1515/9783110744163-001>.

- Chen, Chih-Ping (2016): Forming digital self and parasocial relationships on YouTube. In: Journal of Consumer Culture 16 (1), S. 232–254. <https://doi.org/10.1177/1469540514521081>.
- Ebel, Alexandra (2022): Sprechausdruck und Ansprechhaltung als Elemente der Parainteraktion. In: Luginbühl, Martin/Meer, Dorothee (Hg.): Parainteraktion in den Medien : linguistische Studien zu Formen medialer Pseudo-Interaktion (= Sprache in Kommunikation und Medien). Bern: Peter Lang. S. 163–185.
- Imo, Wolfgang (2024): 12. Digital vermittelte Interaktion ohne Kopräsenz: Immer noch Interaktion? In: Androutsopoulos, Jannis/Vogel, Friedemann (Hg.): Handbuch Sprache und digitale Kommunikation (= Handbücher Sprachwissen). De Gruyter. S. 249–268. <https://doi.org/10.1515/9783110744163-012>.
- Meer, Dorothee/Staubach, Katharina (2020): 12 Social media influencers' advertising targeted at teenagers: The multimodal constitution of credibility. In: Thurlow, Crispin/Dürscheid, Christa/Diémoz, Federica (Hg.): Visualizing Digital Discourse: Interactional, Institutional and Ideological Perspectives. Berlin/Boston: De Gruyter Mouton. S. 245–270. <https://doi.org/10.1515/9781501510113-013>.
- Och, Anastasia-Patricia (2024): Influencing nach Geschlecht: Genderspezifische Fan-Ansprache auf YouTube (= Locating Media/Situierte Medien). Bielefeld: transcript Verlag.
- Schellewald, Andreas (2021): Communicative Forms on TikTok: Perspectives From Digital Ethnography. In: International Journal of Communication 15, S. 1437–1457.
- Storrer, Angelika (2020): Textqualität digital: Ein Modell zur Qualitätsbewertung digitaler Texte. In: Deutsche Sprache (2), S. 3. <https://doi.org/10.37307/j.1868-775X.2020.02.03>.
- Zulli, Diana/Zulli, David James (2022): Extending the Internet meme: Conceptualizing technological mimesis and imitation publics on the TikTok platform. In: New Media & Society 24 (8), S. 1872–1890. <https://doi.org/10.1177/1461444820983603>.

Argumentative competence in the context of TikTok: Modelling and diagnosis

Hannah Hendriks, Ruhr-Universität Bochum

As a multimedia communication platform, TikTok opens up a discursive space in which arguments can be expressed in different media formats. In addition to implicit and explicit argumentation in video contributions, the comment function enables a (semi-) public discussion on the content presented in the associated video. While argumentative skills in German didactic research have so far mainly been located in the oral or written domain, the multimedia nature of TikTok requires a new categorisation. From a didactic perspective, it is also relevant how argumentative competences can be tested and promoted in the context of TikTok. To this end, a model was created in which five dimensions of argumentative competences on TikTok are explained depending on the media format: structural, social-communicative, contextual, medial and linguistic-expressive competences. Based on this, a standardised diagnostic tool was designed for middle school students of all school types. Both the model and the first version of the diagnostic tool will be presented and discussed in the talk.

References

- Ackermann, J., Dewitz, L- (2020): Kreative Bearbeitung politischer Information auf TikTok. Eine multimethodische Untersuchung am Beispiel des Hashtags #ww3. *MedienPädagogik. Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung*. 38, S. 69–93.
- Brun, G., & Kuenzle, D. (2023). Kritische Selbstreflexion, vernünftige Meinungsbildung und argumentative Kompetenzen. In: D. Löwenstein et al. (Hrsg.): *Argumentieren im Philosophie- und Ethikunterricht.Wien*, V&R unipress.
- Dube, J. (2018): Standardisierte Testverfahren. In: J. M. Boelmann (Hg.): *Empirische Forschung in der Deutschdidaktik. Band 2: Erhebungs- und Auswertungsverfahren*. Baltmannsweiler: Schneider Verlag Hochgehren, S. 115 – 130.
- Dürscheid, Christa (2003): Medienkommunikation im Kontinuum von Mündlichkeit und Schriftlichkeit. Theoretische und empirische Probleme. In: *Zeitschrift für angewandte Linguistik* 38: S. 37-56.
- Feilke, H., Henning, M. (2016): Zur Karriere von ‚Nähe und Distanz‘. Rezeption und Diskussion des Koch-Oesterreicher-Modells. Reihe Germanistische Linguistik. Berlin/Boston: deGruyter.
- Grundler, E., Rezat, S., Schmölder-Eibinger, S. (2020): Positionierungen in argumentativen Gesprächen und Briefen der Schule. Stancetaking in discussions and letters in secondary school. In: *Zeitschrift für Angewandte Linguistik* 2020; 72: 99–127.
- Imo, Wolfgang (2013): *Sprache in Interaktion. Analysemethoden und Untersuchungsfelder*. Berlin/New York: de Gruyter.

- Kempf, J., Bosse, D. (2020). Argumentieren mit digitalen Medien in der gymnasialen Oberstufe. k: ON-Kölner Online Journal für Lehrer* innenbildung, (1, 1/2020), 65-80.
- Krah, A. (2019): Argumentation. In: In: Kernbegriffe der Sprachdidaktik Deutsch. 3. Aufl. Hg. von B. Rothstein und C. Müller. Baltmannsweiler: Schneider, S. 3 – 5
- Medienkompetenzrahmen NRW (2020): https://medienkompetenzrahmen.nrw/fileadmin/pdf/LVR_ZMB_MKR_Rahmen_A4_2020_03_Final.pdf (abgerufen am 10.09.2024)
- Morek, M. (2023): Diskurserwerbsförderliche Unterrichtsgespräche führen: Ein hochschuldidaktisches Konzept zur Aneignung einer professionellen Kernpraktik durch Gesprächsanalyse und -simulation. In: k:ON: Kölner Online Journal für Lehrer*innenbildung (2023) Nr. 3, S. 112 – 138.
- Niehr, T. (2019): Argumentieren. In: In: Kernbegriffe der Sprachdidaktik Deutsch. 3. Aufl. Hg. von B. Rothstein und C. Müller. Baltmannsweiler: Schneider, S. 5 – 7.
- TikTok Hilfe-Center: <https://support.tiktok.com/de> (abgerufen am 09.09.2024)
- Ossner, J. (2006): Kompetenzen und Kompetenzmodelle im Deutschunterricht. In: Didaktik Deutsch, Jg. 11, H. 21. S. 5 – 19
- Vogt, R. (2007): Mündliche Argumentationskompetenz beurteilen. Dimensionen, Probleme, Perspektiven. In: Didaktik Deutsch. Jg. 12. H. 23. S. 33-54.

Impressum

Prof. Dr. Simon Meier-Vieracker

<https://tu-dresden.de/gsw/slk/germanistik/al>

TU Dresden

Fakultät Sprach-, Literatur- und Kulturwissenschaften

Institut für Germanistik und Medienkulturen

Professur für Angewandte Linguistik

01062 Dresden

Plakatdesign: Betty Baumann, Öffentlichkeitsarbeit des Bereichs Geistes- und Sozialwissenschaften, TU Dresden

Gefördert durch

DFG Deutsche
Forschungsgemeinschaft