



TECHNISCHE
UNIVERSITÄT
DRESDEN



MEMEFICATION AND PERFORMANCE

Interdisziplinäre Zugänge
zur Videoplattform TikTok

Dresden // 30.-31.03.2023

TUD // Bereich Geistes- und Sozialwissenschaften
// Fakultät Sprach-, Literatur- und Kulturwissenschaften
// Institut für Germanistik und Medienkulturen
// Professur für Angewandte Linguistik

gefördert
durch:  Fritz Thyssen Stiftung
für Wissenschaftsförderung

DRESDEN
concept
SCIENCE AND
INNOVATION CAMPUS



Bildungs-Influencer*innen auf TikTok zwischen Selbstvermarktung und Wissensvermittlung

Judith Ackermann, FH Potsdam

TikTok stellt einen spannenden Ort informellen und non-formalen Lernens dar, der mit der Möglichkeit kokettiert kostengünstig niederschwellige Angebote an eine junge, potenziell unendliche Zielgruppe zu machen. Bildungs-Influencer*innen erzielen sechsstellige Abonnet*innenzahlen, die sie auf direktem Wege mit Bildungsgelegenheiten versehen. Eine Analyse von Best Practices akademischer Inhalte zeigt, dass kurze Formate, die auf Interaktion zielen und es Nutzenden erlauben, Inhalte zu erweitern, besonderes Potenzial für Erfolg auf der Plattform haben.¹ Einladungen zu Interaktion und Partizipation sind ohne großen Aufwand an die Community zu richten und involvieren diese nicht nur in den Vermittlungsprozess, sondern tragen gleichzeitig zur Reichweite der initiierten Accounts bei, da jede Erweiterung des Materials unmittelbar mit dem Ausgangsvideo gemeinsam erfahrbar gemacht wird. Der Vortrag gibt anhand ausgewählter Accounts und Bildungsaktivitäten Einblicke in das Spannungsfeld von Vermittlungs- und Reichweiteansprüchen für edukativen Content auf der Plattform und analysiert die damit einhergehenden Herausforderungen auf Creator*innen- wie Nutzer*innen-Seite.

¹ <https://www.utoronto.ca/news/tiktok-teaching-u-t-researchers-study-social-media-platform-s-use-academia#best%20practices> (13.04.2022).

„Das ist Forschung?“ – Interaktive Wissenschaftskommunikation zur Energiewende auf TikTok

Eva-Maria Grommes, Technische Hochschule Köln

Der Erfolg der Energiewende ist maßgeblich von der Akzeptanz der verschiedenen Stakeholder:innen abhängig. Neben Vertreter:innen aus Wissenschaft, Politik und Industrie zählen auch Bürger:innen zu den relevanten Interessensgruppen. Der gesellschaftliche Diskurs rund um das Thema Energiewende ist häufig von Vorurteilen, Vorbehalten und Falschinformationen geprägt. Die Nutzung von TikTok zur Wissenschaftskommunikation im Kontext der Energiewende ist bedeutsam, um diesen Falschinformationen entgegen zu wirken und besonders mit der jungen Generation über die Herausforderungen und Lösungen im Bereich der Energiewende ins Gespräch zu kommen. Dies kann helfen, Vorurteile abzubauen und junge Menschen zu motivieren, sich aktiv für den Klimaschutz und die Energiewende einzusetzen.

Es ist keine Seltenheit, dass Diskussionen zur Energiewende polarisieren, da ein Paradigmenwechsel wie der Übergang zu einer neuen Energieform historisch gesehen oft zu einer bipolaren Betrachtungsweise geführt hat (Gochermann 2021). Dies wird besonders sichtbar in den Kommentaren zu Wissenschaftskommunikationsvideos zur Energiewende auf TikTok. Dieser Beitrag befasst sich unter anderem mit einer Klassifikation und Kommentaranalyse zu Wissenschaftskommunikationsvideos zur Energiewende auf dem TikTok Kanal @energiewende.erklaert (Grommes 2023). Durch den Kanal wird eine Zielgruppe erreicht werden, die nicht aktiv nach wissenschaftlichen Inhalten zur Energiewende sucht und mit dieser Zielgruppe kann interagiert werden, beispielsweise in Form von Fragerunden. Doch wie hoch ist der Anteil der problematischen Kommentare unter Wissenschaftsvideos zur Energiewende, was macht sie problematisch und wer interagiert hier eigentlich?

Literatur

Gochermann, Josef. 2021. *Halbzeit der Energiewende*. Springer.

Grommes, Eva-Maria. 2023. „Eva - Energiewende erklärt (@energiewende.erklaert)“. TikTok. 2023. <https://www.tiktok.com/@energiewende.erklaert>.

Kommunikative Möglichkeiten für Musiker*innen auf TikTok

Nicolas Ruth, Hochschule für Musik und Theater München

Der schottische Postbote Nathan Evens unterschrieb einen Plattenvertrag, nachdem sein Video, in dem er „The Wellerman“ singt, auf der TikTok enorme Erfolge einfuhr. Kurz danach wurde in den Medien über das Potential der App für aufstrebende Musiker*innen spekuliert. Zentral für den Erfolg von kulturellen, und speziell musikalischen, Inhalten scheinen die innovativen kommunikativen Funktionen der App (Omar & Dequan, 2020), aber auch die Schlafzimmer-Ästhetik vieler Videos zu sein (Kennedy, 2020). Jedoch wissen wir nur sehr wenige über die Faktoren, die tatsächlich zu einem viralen Erfolg führen.

Für diesen Beitrag wurden Daten zu den Top 100 TikTok Profilen und der Trend „Mad at Disney“ als Fallbeispiel analysiert, um nachvollziehen zu können, wie die erfolgreichsten Musiker*innen auf TikTok Videos produzieren und veröffentlichen.

Literatur

Kennedy, M. (2020). 'If the rise of the TikTok dance and e-girl aesthetic has taught us anything, it's that teenage girls rule the internet right now': TikTok celebrity, girls and the Coronavirus crisis. *European Journal of Cultural Studies*, 23(6), 1069-1076.

Omar, B. & Dequan, W. (2020). Watch, share or create: The influence of personality traits and user motivation on TikTok mobile video usage. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 14(4), 121-137.

Überschreibungen. Multimodal verankerte Metaphern auf TikTok

Simon Meier-Vieracker, TU Dresden

Eine charakteristische Affordanz der Social Media Plattform TikTok ist die Möglichkeit, bestehende Sounds wiederzuverwenden und neuen Videoaufnahmen zu hinterlegen. Die Sounds fungieren dadurch als dynamische und performativ gewendete Memes mit hohem Rekontextualisierungspotenzial (Meier/Viehhauser 2020), so dass sie auf immer neue Kontexte angewendet werden können. Enthalten die Sounds gesprochene Sprache, ist es eine typische Praxis, durch Schriftinsertierungen den ursprünglichen Wortlaut zu überschreiben, der allerdings im multimodalen Verbund dennoch präsent bleibt. Auf diese Weise kommt es zu multimodal verankerten metaphorischen Mappings, deren kommunikativer Gehalt sich durch die Serialität der Memes zusätzlich speist.

Im Vortrag werde ich anhand ausgewählter Sounds und der zugehörigen Videos in Rückgriff auf die multimodalitätstheoretische Überlegungen einerseits und metapherntheoretische Modelle andererseits rekonstruieren, wie diese Mappings funktionieren. Ich werde zunächst zeigen, wie sich in Rückgriff auf den Begriff des Canvas (Wildfeuer/Bateman /Hiippala 2020, S. 103), also jenen ‚Flächen‘ bzw. Umgebungen, in die materielle Zeichen eingeschrieben werden können, die auf plattformtypische Weise zerfächerten audiovisuellen Texte analysieren lassen. Dann werde ich einige Theorien multimodaler Metaphern (Forceville 2016; Bülow/Merten 2023) diskutieren und zeigen, wie sich die aus den genannten Überschreibungen hervorgehenden Metaphorisierungen hier einordnen lassen. Die Befunde werde ich schließlich auf übergeordnete theoretische Konzepte der TikTok-Forschung beziehen und zeigen, wie sich die analysierte Praxis als Ausdrucksform einer charakteristischen „imitation publics“ (Zulli/Zulli 2022) und „distributed creativity“ (Kaye/Zeng/Wikström 2022) beschreiben lassen.

Literatur

- Bülow, Lars/Merten, Marie-Luis (2023): Multimodale Metaphern im Kontext von Internet-Memes. Korpuspragmatische und kognitionslinguistische Zugänge zu einem soziokognitiven Online-Phänomen. In: Meier-Vieracker, Simon/Bülow, Lars/Marx, Konstanze/Mroczynski, Robert (Hg.): Digitale Pragmatik (= Digitale Linguistik). Berlin, Heidelberg: Springer. S. 127–152. https://doi.org/10.1007/978-3-662-65373-9_7.
- Forceville, Charles (2016): Pictorial and Multimodal Metaphor. In: Klug, Nina-Maria/Stöckl, Hartmut (Hg.): Handbuch Sprache im multimodalen Kontext. De Gruyter. S. 241–260. <https://doi.org/10.1515/9783110296099-011>.
- Kaye, D. Bondy Valdovinos/Zeng, Jing/Wikström, Patrik (2022): TikTok: creativity and culture in short video. Medford: Polity Press.
- Meier, Simon/Viehhauser, Gabriel (2020): Rekontextualisierung als Forschungsparadigma des Digitalen? Einleitung in den Band. In: Meier, Simon/Viehhauser, Gabriel/Sahle, Patrick (Hg.): Rekontextualisierung als Forschungsparadigma des Digitalen (= Schriften des Instituts für Dokumentologie und Editorik 14). Norderstedt: Books on Demand. S. 1–20.

Wildfeuer, Janina/Bateman, John/Hiippala, Tuomo (2020): Multimodalität. Grundlagen, Forschung und Analyse - eine problemorientierte Einführung. Berlin, Boston: De Gruyter.

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>.

Schnipsel, Ketten, Knödel. Digitale Videozitate und Verwertungspraktiken auf TikTok

Daniel Pfurtscheller, Universität Innsbruck

TikTok ist eine vernetzte Schnipselwerkstatt. Die Wiederverwendbarkeit und Auffindbarkeit von Musik- und Soundclips, Bild- und Videoausschnitten ist ein wesentliches Merkmal der Social-Media-Plattform. Was in anderen Mediumgebungen nur mit Aufwand und Know-How zu bewältigen ist – etwa der Einsatz von Bildern und Videos als Hintergrund via Green-Screen oder Videoreaktionen mit Bild-in-Bild-Technik – lässt sich direkt und denkbar einfach in der Smartphone-App umsetzen. TikTok-Posts selbst können auf vielfältig kreative Art und Weise wiederverwertet und auch explizit von solchen Recyclingprozessen ausgeschlossen werden. Posts sind dabei nicht nur über Hashtags verschlagwortbar, sondern können auch anhand der verwendeten Musikclips und Softwarefunktionen gefunden werden. Diese durchsuchbaren Ketten ähnlich zusammengeschnipselter Inhalte sind Grundlage und Treiber der schnelllebigen Memeification-Prozesse. Im Vortrag werden die multimodalen Zitierpraktiken, mit denen digitale Netzinhalte rekontextualisiert und in algorithmisch gesteuerte Verwertungslogiken eingespeist werden, anhand ausgewählter Beispiele untersucht und aus einer medienlinguistischen Perspektive theoretisch konzeptualisiert.

TikTokTalks – Studentische Projektpräsentationen

Wissenschaftskommunikation auf TikTok: Vorschlag eines Analysemodells

Isabel Michel, Nadja Noack, Annegret Schons, Gregor Vorwald, Jennifer Wagner und Julia Walther

In unserem Talk werden wir anhand exemplarisch ausgewählter Kanäle zeigen, wie Wissenschaftskommunikation auf der Plattform TikTok präsentiert und umgesetzt wird. Unser Ziel ist es, darzulegen, wie sich unter Verwendung eines Analysemodells nach Zeng die multimodale Sprache der Wissenschaftskommunikation auf TikTok qualitativ untersuchen lässt. Dabei untersuchen wir exemplarisch ausgewählte Kanäle bezüglich der Creator-Typen, des Präsentationsstils, der in der Plattform enthaltenen Affordances, der wissenschaftlichen Disziplin und des kommunikativen Zwecks. Letzteres soll Aufschluss darüber geben, ob die Wissenschaftskommunikation in einem Unterhaltungs-, Bildungs- oder ästhetischen Rahmen eingebettet ist. Die angebotene Multimodalität auf TikTok eröffnet der Wissenschaft neue Kommunikationswege und bietet somit der Öffentlichkeit neuen Zugang zu wissenschaftlichen Diskursen.

Adfluencer auf TikTok

Natalie Krönert, Jessica Nitsch, Pia Oswald, Nora Schülke und Johanna Vogt

Werbung etablierte sich in den letzten Jahren als fester Bestandteil sozialer Medien. So sind auch verschiedene Werbe-Clips von Influencer:innen auf TikTok vorzufinden. Daher werden im Vortrag „Ad-fluencers auf TikTok“ verschiedene Werbeformen von Influencer:innen auf dieser Plattform aufgezeigt. Wir gehen der Frage nach, wie Content-Creator:innen die multimodalen Kommunikationswege auf TikTok nutzen und wie sich der Content unter dem Einbeziehen von bezahlter Werbung beeinflusst. Um dies beleuchten zu können, werden vorab verschiedene TikToks der Influencerin Yules untersucht. Dabei liegen die Art der Werbung, sowie die Einbettung in das Video im Fokus der Untersuchung. Zusätzlich gilt es zu analysieren, inwieweit sich diese Faktoren von ihren TikToks ohne bezahlten Werbeeinfluss unterscheiden. Wir werden die ermittelten Ergebnisse qualitativ analysieren und anschließend im Vortrag diskutieren.

(Selbst)Zensur: Algospeak auf TikTok

Alma Dinnebier, Martin Gordziel, Sarah Merz und Lisa Schiller

Algospeak ist eine von den Nutzenden vorgenommene Art der Selbstzensur, bei der gewisse tabubehaftete Begriffe nicht genannt oder verfremdet werden. Dieses Vorgehen entsteht aus der Angst vor Zensur durch die Plattform. In unserem Talk gehen wir der Frage nach, welche Themen zensiert werden und wie diese Zensur sprachlich umgesetzt wird. Hierzu wurde eine quantitative Analyse von Videos durchgeführt, in denen

Algospeak genutzt wird, indem geeignete Videos gesammelt und die verschiedenen Methoden, die zur Verfremdung genutzt werden, linguistisch kategorisiert wurden. Dabei wurden deutliche Zensur-Trends sichtbar sowie bestimmte plattformspezifische Codes, die durch Algospeak entstanden sind. Die Ergebnisse werden wir im Talk auf Tabutheorien beziehen und diskutieren, welche Themen und Begriffe zensiert werden welche sozialen Dynamiken der Zensur sich dabei zeigen.

Das bunte Spektrum der Multimodalität – Kohäsion in Videoreaktionen auf TikTok

Josef Achtelstädter, Anna Bakker, Kirsten Kettler, Nancy Plachta und Leonie Sommer

Unser Talk beschäftigt sich mit der Untersuchung der Intensität von Kohäsion in Stitches, Duetten und Videoantworten. Dabei definieren wir Kohäsion als eine formgebundene semantische Relation, die sich sowohl grammatisch, lexikalisch als auch multimodal in den verschiedensten Facetten niederschlägt und analysieren lässt. Dazu haben wir eine Punkteskala entwickelt, mit welcher wir die Intensität in verschiedenen Kategorien bestimmen und so eine Zuordnung vornehmen können. Dies wird im Rahmen einer stichprobenartigen qualitativen Analyse stattfinden.

Dabei verfolgen wir die Fragestellung: Welche Verhältnismäßigkeiten lassen sich in Bezug auf die Kohäsionsintensität in den verschiedenen Arten der Videoreaktionen nachweisen? Durch welche Modalitäten wird dies am stärksten realisiert?

Crossmodale Kommunikation in TikTok Livestreams

Clemens Brambach und Paula Fahlbusch

Live-Streams sind als Internetphänomen zwar keine Neuheit, dennoch bieten sie einen einmaligen Einblick in Nutzer-Interaktionen. Durch Live-Streams haben User*innen, beziehungsweise Zuschauer*innen die Möglichkeit, Teil der Unterhaltung zu werden und durch eigene Einwürfe oder verschiedene Tools die Aufmerksamkeit der Creator*innen zu erwecken und so zu partizipieren. Unsere Gruppe möchte genau diese Interaktion untersuchen. Beobachtet wird, auf welche Art und Weisen die Creator*innen auf Frage, Kommentare, eingesetzte Tools, etc. reagieren oder eventuell auch nicht reagieren. Eine weitere Frage an unsere Untersuchung wäre, welchen Einfluss Zuschauer*innen nehmen und die Creator*innen nehmen können. Im Zuge dieser Untersuchung wird auch der Begriff der Interaktion selbst differenziert. Weiterhin soll die Differenz zwischen geschriebenen Kommentaren und dem dazugehörigen Redeanteil (turntaking) betrachtet werden.

TikTok als Lernort – Round Table Talk mit @ronjajelenafiliz und @frauloewenherz

Moderation: Simon Meier-Vieracker und Lisa Niendorf

Bildungscontent aller Art, von Wissenschaftskommunikation über politische Bildung bis hin zu Thematisierungen von Schul- und Uni Alltag, spielt auf TikTok eine wichtige Rolle. Gerade für Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene ist TikTok ein wichtiger informeller Lernort, wo abseits der institutionalisierten Bildungskontexte wie Schule und Universität Wissen erworben und vermittelt werden kann.

Über die Bedeutung von TikTok als Lernort und die damit verbundenen Chancen für Lehrende und Lernende diskutieren wir mit zwei bekannten Influencerinnen und TikTok-Creatorinnen: **@ronjajelenafiliz** ist Englischlehrerin und thematisiert auf ihrem TikTok-Kanal den Schulalltag aus der Perspektive einer Lehrkraft, zeigt ihren Unterrichtsstil und fragt nach dem Stellenwert queerer Themen in der Schulbildung. **@frauloewenherz** ist Amerikanistin, freischaffende Journalistin und Educator. Ihre Themen umfassen intersektionale Repräsentation, Gender Studies und US-Politik, die sie auf ihrem TikTok-Kanal, aber auch in Workshops und Vorträgen vermittelt.

#educateyourself! Bildungsimperative junger Menschen auf TikTok

Dilek Dipçin-Sarioğlu, FernUni Hagen und Mendina Scholte-Reh, TU Dortmund

In diesem Beitrag wird der Frage nachgegangen, wie sich junge Menschen auf der Mikrovideo-Plattform „TikTok“ im Kontext von Rassismus- und Gesellschaftskritik (Castro Varela/Mecheril 2016; Neuhaus 2019; Lenz 2019) inszenieren und dies im Horizont von *Education* verhandeln. Hierfür werden insgesamt 17 Creator im deutschsprachigen Raum als Sample herangezogen, die Hashtags wie #education, #antirassismus nutzen und/oder im Sinne eines Bildungsimperatives (Educate yourself!) auf der Plattform aktiv sind und eine Bildungs- und Gesellschaftskritik als Content produzieren. Diese wurden mittels online-ethnografischer Methoden über die ForYou-Page mit vier voneinander unabhängigen TikTok-Accounts identifiziert.

Thematisch lässt sich das Sample im Kontext von biografischen Rassismus- und Diskriminierungserfahrungen, Aufklärung über rassismuskritische und feministische Themen und Begriffe sowie Statements zu aktuellen (politischen) Diskursen im medialen Raum einordnen. Aus diesem Sample heraus wurden bisher vier leitfadengestützte narrative Expert*innen-Interviews mit Creatoren geführt, welche mit der dokumentarischen Methode (Nohl 2017) ausgewertet werden, die um eine bildungstheoretische Einordnung (u.a. Horkheimer 1952/1985; Klafki 1996; 2007) erweitert wird. Die Interviews dienen dabei einer theoriegenerierenden Perspektive, welche Bildung und Kritik im Horizont des Politischen denkt und dadurch den Anspruch einer intersektionalen Perspektive auf Bildung als postdigitale Praktik erhebt.

Literatur

- Castro Varela, Maria do Mar/Mecheril, Paul (2016): Die Dämonisierung der Anderen. Einleitende Bemerkungen, in: Dies. (Hrsg.): *Die Dämonisierung der Anderen. Rassismuskritik der Gegenwart*, Bielefeld: Transcript, S. 7-19.
- Horkheimer, Max (1985): Der Begriff der Bildung. Immatrikulationsrede Wintersemester 1952/1953, in: Ders. (Hrsg.): *Gesammelte Schriften. Band 8: 1949–1973*, Frankfurt/M.: Fischer, S. 409–419.
- Klafki, Wolfgang (1996). *Neue Studien zur Bildungstheorie und Didaktik. Zeitgemäße Allgemeinbildung und kritisch-konstruktive Didaktik*, 5. Auflage, Weinheim und Basel: Beltz.
- Lenz, Ilse (2019): Feminismus: Denkweisen, Differenzen, Debatten, in: B. Kortendiek et al. (Hg.): *Handbuch interdisziplinäre Geschlechterforschung. Geschlecht und Gesellschaft*, Wiesbaden: Springer Fachmedien, S. 231-241.
- Neuhaus, Petula (2019): *Politisches Bewusstsein im Kontext von Biographie und Gesellschaft. Eine qualitative Studie zum Kritikvermögen von Studierenden des Lehramts*, Frankfurt/M: Wochenschau Verlag.
- Nohl, Arnd-Micheal (2017): *Interview und Dokumentarische Methode. Anleitungen für die Forschungspraxis*, 5. aktualisierte und erweiterte Auflage, Wiesbaden: Springer Fachmedien.

#traurig, #spannend, #gruselig? - Anmerkungen zu vergangenheitsbezogenen Diskursen auf TikTok

Mia Berg, Ruhr Universität Bochum und Andrea Lorenz, Universität Hamburg

Bisherige geschichtswissenschaftliche Forschung zu vor allem textbasierten sozialen Medien geht davon aus, dass sich auf den Plattformen vor allem etablierte Narrative und Erinnerungsdiskurse finden lassen, die oftmals an (nationale) Gatekeeper geknüpft sind (Burkhardt 2021). Die niedrige Zugangs- und Produktionsschranken gerade audiovisueller Plattformen wie TikTok führen jedoch auch im Bereich Geschichte zu einer Pluralisierung von Akteur*innen, die kollektiv historisches Wissen produzieren. Durch mediale Formate, Themen oder Reaktionen werden dabei normative und kanonische Grenzen getestet, herausgefordert und hinterfragt. Gerade auf TikTok sind hier auch Desinformationen, Fake News und Hate Speech virulent. Insbesondere letztere wird durch Features wie Trends und die erfolgreiche Übernahme plattformtypischer Praktiken durch diskurszersetzende Akteur*innen bei gleichzeitig ausbaufähigen Moderationsstrukturen begünstigt (Weimann/Masri 2020). Auf der anderen Seite sind es insbesondere die plattformeigenen Diskursmöglichkeiten, die eine direkte Adressierung, (Re-)kontextualisierung und Dekonstruktion ermöglichen. Die Vielfalt und Quantität geschichtsbezogener Inhalte in Hinblick auf ihre Erzählweisen, Diskursbeteiligungen, Aushandlungsprozesse und Vermittlungspotenziale zu untersuchen, ist eine offene Aufgabe der Geschichtswissenschaft, der sich im Vortrag anhand einer explorativen Untersuchung angenähert werden soll. Der Einfluss TikToks auf Geschichte soll dabei nicht nur auf Ebene der Narrative in den Blick genommen werden, sondern auch auf Ebene der Forschung. Reflektiert werden sollen hier die technischen, ethischen und rechtlichen Herausforderungen, die sich durch die Kopplung historischer Narrative an (große) Datenstrukturen und globale Konzerne für Forscher*innen ergeben.

Literatur

- Adriaansen, Robbert-Jan: Historical Analogies and Historical Consciousness: User-Generated History Lessons on TikTok, in: Carretero, Mario. et al.: *Histoiry Education in the Digital Age*, Cham 2022, S. 43-62.
- Burkhardt, Hannes: *Geschichte in den Social Media. Nationalsozialismus und Holocaust in Erinnerungskulturen auf Facebook, Twitter, Pinterest und Instagram*. Göttingen 2021.
- Weimann, Gabriel; Masri, Natalie: Spreading Hate on TikTok, in: *Studies in Conflict & Terrorism* (2020), DOI: 10.1080/1057610X.2020.1780027.

Digitale Narration und Ästhetik. TikTok aus filmdidaktischer Perspektive.

Christian Albrecht, FAU Erlangen-Nürnberg

Im filmdidaktischen Diskurs stellt TikTok bislang einen blinden Fleck dar: Obwohl die App bei Schüler*innen einen hohen Zuspruch erfährt und die Beschäftigung mit ihr und ihren Kurz- und Kürzestfilmen großes Potenzial hat, maßgeblich zum Erwerb und zur Förderung sowohl filmspezifischer als auch digitaler Rezeptions- und Produktionskompetenzen beizutragen (vgl. Albrecht 2021), spiegeln die gängigen filmdidaktischen Kompetenzmodelle sowie aktuelle filmdidaktische Grundlagenwerke dies kaum wider.

Noch augenscheinlicher wird dieses Desiderat in der Differenzierung zwischen fiktionalen und faktualen TikToks: Während der mediendidaktische und medienpädagogische Forschungsdiskurs um TikTok sich – häufig aus medienkritischer Perspektive – vor allem mit Phänomenen nicht-fiktionaler Kurzvideos auseinandersetzt, geraten fiktionale narrative TikToks vergleichsweise aus dem Blick. Zu Unrecht, denn wie kaum ein anderes Erzählmedium vereinen fiktionale narrative TikToks die Prinzipien der ‚Kultur der Digitalität‘, wie Felix Stalder (2017) sie identifiziert hat: Referentialität, Gemeinschaftlichkeit und Algorithmizität führen zu einer genuinen, u. a. von Vertikalität, Multilinearität, Symmedialität, Multiperspektivität und Interaktivität geprägten TikTok-Ästhetik und zu komplexen narrativen Kommunikations- und Ebenenstrukturen, deren Rezeptions- und Produktionskontexte häufig offen und unabgeschlossen bleiben und sie so Teil der „neuen digitalen Unordnung“ (Weinberger 2008) werden. So entstehen immer dann, wenn fiktionale Erzählungen auf TikTok durch die dem Medium inhärenten Eigenschaften und Affordanzen geprägt sind, neue medienspezifische Erzählweisen, die auf der Grundlage filmischer Kategorien nicht mehr hinreichend beschrieben und erschlossen werden können.

Für die Filmdidaktik bedeutet dies die Notwendigkeit einer Erweiterung filmdidaktischer Kompetenzmodelle durch Ansätze der digitalen Textkompetenz (vgl. Frederking/Krommer 2019), die sowohl die multimodal, symmedial und interaktiv strukturierte und semiotisch-semantisch kodierte Textebene als auch deren algorithmische Verarbeitung in den Blick nimmt.

Literatur

Albrecht, Christian (2021): TikTok. Didaktische Dimensionen einer Social-Media-Kurzfilmplattform. In: KinderundJugendmedien.de. URL: <https://www.kinderundjugendmedien.de/fachdidaktik/6109-tiktok-didaktische-dimensionen-einer-social-media-kurzfilmplattform?highlight=Wyj0aWt0b2siLCI0aWt0b2tzll0=>. (17.03.2023)

Frederking, Volker/Krommer, Axel (2019): Digitale Textkompetenz. Ein theoretisches wie empirisches Forschungsdesiderat im deutschdidaktischen Fokus. 2019.

<https://www.deutschdidaktik.phil.fau.de/files/2020/05/frederking-krommer-2019-digitale-textkompetenzpdf.pdf> (17.03.2023)

Stalder, Felix (2017): Kultur der Digitalität. 2. Auflage. Berlin: Suhrkamp.

Weinberger, David (2008): Das Ende der Schublade: Die Macht der neuen digitalen Unordnung. München: Carl Hanser.

Wisch und weg. die For You Page und ihr usergenerierter Effekt auf TikTok

Karina Pawlow, Universität zu Köln

„In societies dominated by modern conditions of production, life is presented as an immense accumulation of spectacles. Everything that was directly lived has receded into a representation. The images detached from every aspect of life merge into a common stream in which the unity of that life can no longer be recovered. Fragmented views of reality regroup themselves into a new unity as a separate pseudo-world that can only be looked at.“²

—Guy Debord

Society of the Spectacle, 1967

Mit dieser Kritik lieferte der französische Denker Guy Debord bereits vor über 50 Jahren eine Beschreibung unserer bildorientierten Gesellschaft des Spektakels, die sich heute auf die videobasierte Plattform TikTok übertragen und weiterdenken lässt. Automatisch nach dem Öffnen der App angezeigt, stellt die For You Page den Dreh- und Angelpunkt der Aktivitäten dar. User:innen sind als Co-Produzent:innen maßgeblich an der Entstehung *ihrer* For You Page beteiligt, denn sie hinterlassen durch die Interaktion digitale Fingerabdrücke, die sich in einer hochgradig individuellen Content-Zusammenstellung manifestieren. Als eine eigene, unbeständige Entität wird diese Zusammenstellung origineller, memetischer oder wiedergeposteter Videos durch das Wischen hervorgerufen und wahrgenommen. Dabei rufen Nutzer:innen durch Scrolling einen Effekt hervor, der für Irritation auf visueller und akustischer Ebene sorgt, die Inhalte der einzelnen Videos überlagernd. Mithilfe unterschiedlicher Konzepte und Theorien aus der Anthropologie, Kunst- und Bildgeschichte sowie Filmwissenschaft sucht dieser Vortrag einen Zugang zu den Besonderheiten von TikTok: Wie kann man der For You Page als eigenständiges digitales Artefakt wissenschaftlich begegnen?

² Debord, Guy: *Society of the Spectacle*, übers. Ken Knabb, London 2014, 7.

Meme comes from memory? Kultursoziologische Überlegungen zu “memefication”

Heike Greschke und Viktoria Rösch, TU Dresden

Die konstitutive kommunikative Praxis von TikTok ist die Mimesis (Zulli/Zulli 2022). In kurzen Clips werden Choreografien nachgetanzt, bekannte Lieder mit der eigenen Mimik (insb. Lipsyncing) interpretiert. Die dabei entstehenden Clips sind selbst wiederum Anlass für Nachahmung, es entsteht eine Kette mimetischer Anschlusskommunikationen: Es formt sich ein Trend. Begünstigt wird diese Praxis durch den Algorithmus von TikTok. Memes sind so techno-soziale Phänomene.

In diesem Beitrag möchten wir zunächst einen Schritt zurücktreten und nach der Funktion von Memes fragen. Welche gemeinsamen Charakteristika zeichnen die verschiedenen Formen des Memes aus und welche kommunikative Funktion erfüllen sie?

Dafür werden wir in diesem Beitrag zunächst Memetik als techno-soziale Praxis von der Memetik als Kulturtheorie unterscheiden und auf ihre zentralen Charakteristika bzw. Annahmen befragen. Vor diesem Hintergrund werden wir insbesondere die Gedächtnisfunktion mimetischer Praxis sowie ihre gemeinschaftsstiftende Funktion in den Blick zu nehmen. Als diachrones und translokales Beispiel dient uns das „Tanzmeme“, anhand dessen Genese wir die verschiedenen Funktionen und Charakteristika des digitalen Memes herauszuarbeiten versuchen. Durch den Vergleich mit den prädigitalen Vorläufern des Tanzemes erhoffen wir uns ein genaueres Verständnis der spezifischen Eigenschaften und Strukturmerkmale des Memes in digitalen Medien und vor allem auf der Plattform TikTok.

Literatur

Zulli, Diana, & Zulli, David James (2022). Extending the Internet meme: Conceptualizing technological mimesis and imitation publics on the TikTok platform. *new media & society* 24(8), S. 1872-1890.

A hard nut to crack?

Explorative Forschung zum Thema Essen und Ernährung auf TikTok

Joachim Allgaier, Hochschule Fulda

Essen und Ernährung sind beliebte Themen in sozialen Medien aller Art. Bisher steht die akademische Forschung zum Thema digitale Ernährungskommunikation noch eher in den Startlöchern, die hohe gesellschaftliche Relevanz des Themas ist indessen unbestritten. Zum einen können soziale Medien wie TikTok einen positiven Einfluss auf Wissen und Verhalten zum Thema Ernährung haben, zum anderen wird aber auch bemängelt, dass die Ernährungskommunikation in sozialen Medien z.T. mangelhaft ist und z.B. zu schädlichen Ernährungsumstellungen führen kann. Dieser Beitrag befasst sich mit explorativer Forschung zu dem Thema, wie Essen und Ernährung spezifisch auf TikTok verhandelt werden, welche Akteure hier von Interesse sind und welche Chancen und Risiken sich hierbei für die digitale Ernährungsbildung und -Kommunikation aufzeigen.

Diskursive (wissenschaftliche) Ideologien über Nachhaltigkeit auf TikTok und Instagram – Ein Vergleich

Julia Beckmann und Marlene May, Karlshochschule International University

Inwiefern wird der Nachhaltigkeits-Diskurs auf Instagram und TikTok zwischen Influencer*innen und ihren Konsument*innen unterschiedlich (wissenschaftlich) geführt? Um diese Frage zu beantworten, beforschen wir Postings von Nachhaltigkeits-Influencer*innen und fragen danach, wie sie ökologische, ökonomische und soziale Themen (Drei Säulen der Nachhaltigkeit) adressieren. Dann analysieren wir, wie Konsument*innen mit diesem Content durch ökologische, ökonomische und soziale Kommentare (wissenschaftlich) interagieren. Für unsere Qualitative Inhaltsanalyse haben wir zunächst ein Ausgangssample von fünf Influencer*innen, die auf beiden Plattformen aktiv sind, erstellt. Um unser Sample auszudifferenzieren planen wir, durch Theoretical Sampling weitere Postings für unsere Analyse auszuwählen. Erste Ergebnisse zeigen, dass in Instagram-Postings öfter mehrere Dimensionen der Nachhaltigkeit miteinander kombiniert werden als auf TikTok, während auf TikTok seitens der Konsument*innen ein wissenschaftlicherer Diskurs geführt wird als auf Instagram. Diese Ergebnisse werden in Bezug auf die Theorie der Neo Tribes diskutiert um zu erfassen, wie die auf den Plattformen unterschiedlichen Interfaces, geteilten Sentimente und gemeinsamen Rituale und Symbole die plattformspezifischen Ausprägungen des Diskurses co-konstituieren. Darüber hinaus werden wir analysieren, wie das Modell der Drei Säulen der Nachhaltigkeit, das oft für seine Anwendbarkeit kritisiert wird, auf Instagram und TikTok tatsächlich zum Einsatz kommt und ob/inwiefern die Nachhaltigkeitstransformation unseres Planeten davon profitieren kann.

Nachrichtennutzung auf TikTok: Bedeutung, Besonderheiten und Folgen für die Informationsversorgung

Anna Sophie Kümpel, TU Dresden

Insbesondere für junge Nutzer:innen ist TikTok zu einer zentralen Schnittstelle für die Nutzung von Nachrichten und aktuellen (politischen) Informationen geworden. Im Vergleich zu ‚klassischer‘ Online-Nachrichtennutzung verändert die Plattform auf radikale Art und Weise, ob und wie Nutzer:innen mit nachrichtlichen Inhalten konfrontiert werden, wie sie diese rezipieren und sich weiterführend damit auseinandersetzen. Im Vortrag wird zunächst auf die Bedeutung von TikTok für die Nachrichten- und Informationsnutzung eingegangen, um darauf aufbauend die zentralen Charakteristika und Besonderheiten der Nachrichtennutzung via TikTok zu erörtern. Zudem wird diskutiert, welche Implikationen für Informationsversorgung und Meinungsbildungsprozesse sich daraus ableiten lassen.