

Von Björn Friedrich und Milena Weidler Wird der mediale Mainstream erreicht, ist der Zenit überschritten – diese Weisheit gilt seit jeher für die Popkultur, auch für ihre jugendaffinen Online-Dienste. Seit dem viralen Erfolg des Songs „Wellerman“, dem von TikTok aus der Sprung an die Spitze der weltweiten Musik-Charts gelang, müsste demzufolge die Erfolgsgeschichte des Webvideo-Portals an einem Wendepunkt angelangt sein. Warum es sich dennoch lohnt, TikTok und die Nutzungsgewohnheiten der Jugendlichen im Blick zu behalten, und wie dieses Portal seinem Ruf als Tanz-Clipshow entkommen ist, erläutert dieser Beitrag, ohne eine kritische Einordnung aus dem Blick zu verlieren.



Foto: Amanda Vick/Unsplash

Wenn Seemannsgarn zum Online-Hype wird

TANZ-, SPASS- & LERNVIDEOS – ZUR FASZINATION VON TIKTOK

Der **Wellerman** ist ein 150 Jahre altes Seemannslied, das bereits in zahlreichen Versionen remixed und verramscht wurde. Wieso ausgerechnet dieser Song einen Webvideo-Hype auslöste, hängt eng mit der Konstruktion und den Möglichkeiten von TikTok zusammen. Hier wird nämlich die Funktion **Duett** angeboten, mit der ein bei TikTok veröffentlichtes Video aufgegriffen und um eine eigene Version ergänzt werden kann. Die Originalversion wird dann neben der eigenen Version im Splitscreen angezeigt, und diese Option trug maßgeblich zum Wellerman-Hype bei.

Der britische Folksänger Nathan Evans veröffentlichte kurz nach Weihnachten 2020 seine Wellerman-Interpretation bei TikTok und erreichte damit in wenigen Tagen Millionen begeisterte User:innen. Bald folgten zahlreiche andere TikTok-Stars und -Sternchen an, Evans' Clip mit eigenen Variationen zu erweitern, wodurch unzählige neue Versionen bzw. Interpretationen des Songs entstanden – mal gesanglich, mal instrumental unterlegt. Einige der so entstandenen Duette und Remixes erreichten wiederum ein Millionenpublikum, was schließlich dazu führte, dass nicht nur Evans' Version über TikTok hinaus Erfolge verbuchte, sondern auch andere Versionen, z.B. die zwei Jahre ältere A-cappella-Version der Band *The Longest Johns* und der Elektro-Remix von *220 Kid & Billen Ted*¹.

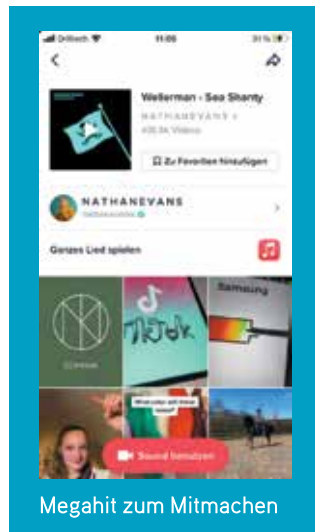
Der Wellerman-Hype war in dieser Form also eng mit den Funktionalitäten der TikTok-App verbunden. Grund genug, sich den Aufbau des Dienstes näher anzusehen.

REMIX KULTUR MEETS TRENDSETTING

Social-Media-Apps bieten seit jeher die Option, Inhalte digital zu bearbeiten. Diese Entwicklung begann mit Instagram, das ursprünglich als Bildbearbeitungs-App startete und die Ergebnisse für Freunde veröffentlichte (bevor es von Facebook zu einem umfangreichen Online-Media-Portal weiterentwickelt wurde). Auch Snapchat begeisterte zu seinen besten Zeiten mit den damals neuen Möglichkeiten, Fotos und Videos mit Stickers, Text und eigenen Malereien zu ergänzen.

TikTok hat diese Entwicklung nicht nur konsequent fortgeführt, sondern auf ein neues Level gehoben: Die App beinhaltet **einen leistungsstarken Video-Editor**, der im Vergleich mit anderen Videoschnitt-Apps durch vielfältige Möglichkeiten und intuitive Bedienbarkeit beeindruckt. Im Handumdrehen sind Filter, Effekte, Schnitte und Einblendungen hinzugefügt, sodass sich die Rohaufnahmen mit wenig Routine in ansprechende Videoclips verwandeln lassen. Die umfangreiche Musikbibliothek tut ihr übriges: Während sich User:innen auf anderen Portalen oft mit urheberrechtlichen Freigaben herumschlagen oder auf lizenzfreie Musik ausweichen müssen, präsentiert TikTok einen umfangreichen Katalog verfügbarer Songs und Sounds, die in die eigenen Produktionen integriert werden können. Daneben lassen sich natürlich auch eigene Soundaufnahmen oder eingesprochene Texte hinterlegen – der Vielfalt und Fantasie sind also kaum Grenzen gesetzt. Für Jugendliche mit wenig Vorerfahrung im Bereich der Videoproduktion ist TikTok mit seinen niedrigen Einstiegshürden ein willkommenes Angebot, und das produzierte Video kann anschließend natürlich direkt bei TokTok veröffentlicht werden.

Darüber hinaus bietet die App die üblichen Social-Media-Möglichkeiten des Likens, Teilens und Kommentierens anderer Veröffentlichungen. Diese sind jedoch durch zwei weitere, neue Optionen angereichert:



Megahit zum Mitmachen

Die Funktion **Duett** ermöglicht, wie oben bereits beschrieben, das Adaptieren und Kommentieren bzw. Neuinterpretieren anderer TikTok-Clips. Mithilfe der Funktion **Stitch** lassen sich kurze Ausschnitte aus anderen Videos in eigene Clips integrieren. Bei beiden Funktionen wird automatisch auf das Original-Video verwiesen und verlinkt, sodass TikTok keine Probleme mit Urheberrechtsverletzungen riskiert, sondern die im Netz beliebte Remix-Kultur aufgreift und einbindet.

Eine ähnliche Vorgehensweise ist übrigens in der Musikbibliothek anzutreffen: Auch hier werden die verwendeten Sounds und Songs automatisch verlinkt, sodass die Urheber:innen am Erfolg eines Clips beteiligt werden.

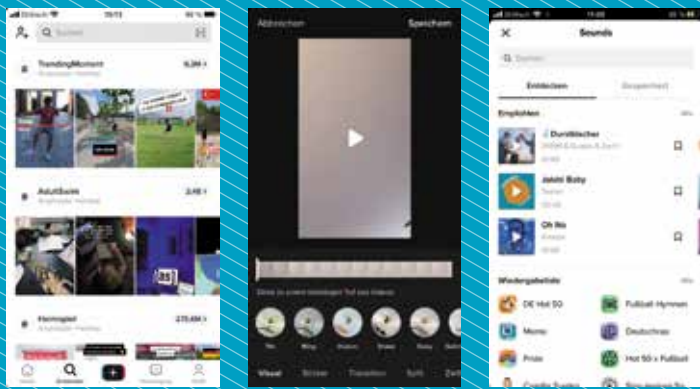
Eine weitere interessante Funktion der App ist die sogenannte **For You Page**, die sich beim Öffnen der App als Erstes zeigt. Im Gegensatz zu anderen Portalen, die zu-nächst auf die News-Stream der abonnierten Kanäle führen, zeigt TikTok hier allen Nutzer:innen einen individuellen Video-Feed, der vom Algorithmus der App zusammengestellt wird und sich an den Interaktionen der Nutzenden orientiert. Mit dieser Funktion befördert TikTok

den Blick über den Tellerrand und lädt zum Abonnieren stets neuer Kanäle ein. Zugleich verleiht diese Funktion den Anbietern die Macht, eine Vorauswahl populärer Clips zu treffen und Trends bewusst zu steuern oder auch unterdrücken zu können. Auf die Frage nach Macht und Einfluss des Anbieters kommen wir später zurück, zunächst möchten wir uns jedoch weitere Gründe für die Popularität des Dienstes ansehen.

HIP IM HOCHFORMAT

Lange Zeit war YouTube der Inbegriff von Webvideos. Der Facebook-Konzern versuchte hartnäckig, diese Vormachtstellung aufzubrechen, indem sowohl Instagram als auch Facebook zunehmend um Videofunktionen, Live-Streams u.v.m. erweitert wurden. Auch Snapchat schien zeitweise ein ernstzunehmender Konkurrent zu werden, doch der Popularität von YouTube tat dies lange keinen Abbruch.

TikTok wählte einen radikal anderen Anlauf, um zum hipsten Webvideo-Portal zu werden: Es versuchte nicht, ein weiteres Webvideo-Portal zu initiieren, sondern konzentrierte sich auf den Handyclip-Bereich. Die Videos werden **konsequent im Hochformat** gezeigt und sind zudem mit einer Zeitbegrenzung versehen, die ein kurzweiliges Nutzungserlebnis garantiert. Die Dauer eines Clips war zunächst auf 15 Sekunden limitiert und wurde dann auf **60 Sekunden** erweitert, was jedoch immer noch eine sehr kurze Zeitspanne ist, gerade im Videobereich. Der schnelle Konsum der kurzen Clips liefert gute Unterhaltung ohne viele Abschweifungen. Hinzu kommt ein lernfähiger Algorithmus, der den User:innen die Auswahl von Inhalten abnimmt und sie direkt in den Videostream wirft: Sobald die App geöffnet wird, startet ein vorausgewählter Clip, und



Die bunte Welt von TikTok – vielseitige Plattform mit leistungsstarkem Video-Editor.

im Anschluss können weitere Videos in Dauerschleife gesehen werden. Es bleibt einem selbst überlassen, ob die „For You Page“ oder der Bereich „Folge ich“ mit abonnierten Kanälen betrachtet wird, ob ein Creator-Profil, ein Hashtag oder eine Sounddatei (mit dazugehörigen Clips) genutzt wird. **Die permanente Clipshow** läuft jedenfalls weiter, solange man die App nicht schließt. Dieses Prinzip der kurzweiligen Dauerberieselung hat TikTok perfektioniert und damit einen klugen Weg gewählt, um die jugendlichen (und auch erwachsenen) User:innen an sich zu binden.

Die klassischen Motive der heutigen Mediennutzung (Kommunikation, Unterhaltung und Informationssuche sowie Möglichkeiten der Selbstdarstellung) bedient der Dienst also auf mehreren Ebenen, sodass es nicht verwunderlich ist, dass die App zu den populärsten Onlineportalen vor allem unter Jugendlichen geworden ist.² Doch der Dienst erfüllt auch soziale Funktionen: Eine Inhaltsanalyse der FH Potsdam zum Nutzungsverhalten während der Corona-Pandemie ergab, dass TikTok „krisenbewältigende Potentiale auf verschiedenen Ebenen eröffnet“. Im digitalen Storytelling in unterschiedlichen Formen (informativ, fiktiv, ernst, ironisch) waren Reaktionen zu beobachten, „welche eine individuelle Neubewertung der Situation ermöglichen und somit einen krisenpräventiven, gesamtgesellschaftlichen Beitrag anbieten“.³ Die Ausdrucksmöglichkeiten, die Jugendliche heute in Portalen wie TikTok nutzen, dienen also nicht nur der Unterhaltung und oberflächlichen Selbstdarstellung, sondern erfüllen auch emotionale und psychologische Bedürfnisse.

EINE KRITISCHE EINORDNUNG TUT NOT!

Nicht zu Unrecht genießt TikTok einen verhältnismäßig schlechten Ruf. Dies liegt zum einen sicherlich an der prinzipiellen Skepsis Europas gegenüber Anbietern aus China, die mit kostenlosen Apps (und somit mit Nutzer:innen-daten und Werbung) ihr Geld verdienen. Dieses Geschäftsgewaren sind wir von US-amerikanischen Konzernen bereits gewohnt, im Falle eines staatstreuen chinesischen Konzerns schwingt dennoch besondere Skepsis mit. Tatsächlich ist zu beobachten, dass TikTok durchaus auch politische Interessen verfolgt: So sorgte im Dezember 2019 die Sperrung eines Videos für Aufsehen, dass sich kritisch mit der chinesischen Uiguren-Politik auseinandersetzte.⁴ Nach kurzer Zeit wurde der Clip wieder veröf-

fentlicht und angeblich sei er nur versehentlich gesperrt worden, doch ein fahler Nachgeschmack blieb.

Beim Putsch in Myanmar 2021 zeigte sich TikTok offener und ließ Videos beider politischer Seiten online, musste sich jedoch den Vorwurf gefallen lassen, dass die (von China unterstützte) Militärjunta ungefiltert ihre Propaganda verbreiten durfte – anders als beispielsweise bei Facebook, wo mehr Inhalte gesperrt wurden.⁵ Inwiefern diese Aktivitäten wirklich politisch motiviert sind und somit als „Staatstreue“ ausgelegt werden können, bleibt natürlich spekulativ. Als Positivbeispiel wäre noch die **#BlackLives-Matter**-Bewegung anzuführen, die TikTok ebenfalls nutzte, um sich zu vernetzen und die Entwicklungen in Echtzeit online darzustellen.

Interessant ist in diesem Zusammenhang noch die Tatsache, dass die „Trending Topics“ nicht immer aus der Community heraus entstehen, sondern zum Teil bewusst gesetzt werden. Das Unternehmen gibt gewisse Hashtags vor, zu denen dann zahlreiche Creator:innen eigene Inhalte produzieren, sodass diese Hashtags schließlich zum Trend werden. Auch dies ist eine bewusste Veränderung der bislang bekannten Gepflogenheiten.

Kritisch einzuordnende Inhalte sind sicherlich fragwürdige **Challenges**, die auch aus anderen Onlineportalen bekannt sind. So gibt es auch bei TikTok Aufrufe zu Wettbewerben, die gefährlich werden können, zum Beispiel wenn Jugendliche zum Konsum von Tabletten animiert werden, die Halluzinationen hervorrufen sollen. Derartige Challenges führen immer wieder zu Gesundheitsschäden oder sogar zu Todesfällen.

Daneben ist zu beobachten, dass TikTok ebenfalls ein Portal ist, bei dem zunächst Äußerlichkeiten und gutes Aussehen zählen. Der Algorithmus zeigt auf der „For You Page“ wohl in erster Linie Videos von Personen, die einem gewissen Schönheitsideal entsprechen, so eine häufig geäußerte Beobachtung von jugendlichen und erwachsenen User:innen. Auch Themen wie Bodyshaming und Sexismus stellen ein ernst zu nehmendes Problem dar.

Zudem sind bedauerlicherweise die Verbreitung von Fake-News und das Phänomen des Cybermobbing weitverbreitet, auch Fälle von Cybergrooming treten häufig auf. In diesem Fall entspricht TikTok leider wieder allen anderen Angeboten im Social-Web, die die Probleme und den Hass unserer Gesellschaft widerspiegeln und teilweise auch verstärken. Immerhin ist bei TikTok in letzter Zeit das Bewusstsein für die eigene Verantwortung gewachsen, auch durch zunehmenden Druck der Öffentlichkeit. So wurde Anfang 2020 ein sogenannter **Begleiteter Modus** eingeführt, mit dem Eltern gemeinsam mit ihren Kindern die Bildschirmzeit, Kontaktmöglichkeiten und Filterung des „For You“-Feeds einstellen können; zudem sind die Voreinstellungen altersabhängig angepasst worden, um die App für minderjährige Nutzer:innen sicherer zu gestalten. Doch der Vorwurf, die Schutzmaßnahmen seien nicht ausreichend, bleibt bestehen.

Ein anderer Aspekt, der häufig kritisiert wird, ist die Bindung der User:innen und die möglichst lange Verweildauer in der App. Was aus kommerzieller Sicht sinnvoll ist, führt aus pädagogischer Sichtweise zu Problemen: Sobald die App gestartet ist, wird die Uhrzeit nicht mehr angezeigt, was möglicherweise die unbeabsichtigte Nutzungsdauer beeinflusst. Auch die Eigenheit, dass dauerhaft Kurzclips abgespielt werden, ist (wie oben schon beschrieben war) aus Anbietersicht eine clevere Funktion, die von vielen Nutzenden jedoch kritisch gesehen wird. Das Bedürfnis, die App zu verlassen, wird durch das attraktive Überangebot an Inhalten oft eingedämmt.

IN DER MEDIENPÄDAGOGIK MIT TIKTOK UMGEHEN

Es gibt zahlreiche medienpädagogische Möglichkeiten, um das Phänomen TikTok in der Arbeit aufzugreifen und mit Kindern und Jugendlichen zu thematisieren. Die offensichtlichste Aufgabe ist natürlich, die Hintergründe

zu erläutern und die oben beschriebenen Kritikpunkte auch gegenüber Heranwachsenden darzulegen. Eine Sensibilisierung für einen verantwortungsbewussten Umgang mit Onlinediensten und die Vermittlung von Hintergrundwissen zu ökonomischen, politischen und technischen Gegebenheiten ist heutzutage eine der grundlegenden Aufgaben in der (medien-)pädagogischen Praxis.

Zugleich bietet der kreative Ansatz der aktiven Medienarbeit gute Möglichkeiten, um die App auch aktiv zu nutzen. Wie so oft steht auch hier die Frage im Vordergrund, ob wir als Medienpädagog:innen diese Apps benutzen möchten (und somit möglicherweise Jugendliche zur Nutzung anregen) oder ob es nicht im Sinne des Lebensweltbezugs unerlässlich ist, mit der App zu arbeiten. Diese Frage muss jedoch jede/r für sich beantworten, denn es gibt zahlreiche gute Argumente für beide Seiten. Feststeht, dass sich das kreative Potential von TikTok in medienpädagogischen Kontexten produktiv nutzen ließe.

Zudem können wir uns die Tatsache zu eigen machen, dass bei vielen Clips zwar der Spaß im Vordergrund steht, doch dass die inhaltliche Bandbreite mittlerweile enorm angewachsen ist: Neben Musik und Comedy sind auch kreative Kurzclips sowie wissenswerte Inhalte auf TikTok zu finden. Dies war eine offensichtliche Strategie des Konzerns ByteDance, als er das Lipsync-Portal [musical.ly](https://www.musical.ly) aufkaufte und mit TikTok verschmolz: Das Image der Playback-Show-App für Teenies sollte einem massentauglicheren Ansatz weichen – dieses Vorhaben kann heute als gelungen eingestuft werden. Beispielhaft ist die Kampagne [#LernenMitTikTok](https://www.tiktok.com/tag/LernenMitTikTok) aus dem Sommer 2020, als TikTok alleine in Deutschland rund 4,5 Millionen in die Hand nahm, um Creator:innen mit lehrreichen Inhalten zu fördern.⁶

Nicht zuletzt diesen konsequenten Bemühungen ist es zu verdanken, dass das Portal heute als ein vielfältiges und abwechslungsreiches Angebot wahrgenommen wird, das Inhalte für sämtliche Zielgruppen bereithält. In der Medienpädagogik können wir gerade auch auf anspruchsvolle Kanäle aufmerksam machen, um den Jugendlichen vielleicht noch unbekannt Facetten der bunten TikTok-Welt näherzubringen. (Eine Sammlung empfehlenswerter TikTok-Kanäle findet sich auf der SIN-Website⁷.)

WAS BLEIBT?

Aus pädagogischer Sicht ist der Umgang mit TikTok vergleichbar mit anderen Social-Media-Apps: Kinder und Jugendliche müssen über alle Vor- und Nachteile, alle Licht- und Schattenseiten informiert sein, um diese Dienste kompetent und verantwortungsbewusst nutzen zu können.

Der besondere Reiz von TikTok liegt in der Vielseitigkeit der Plattform und der Leistungsfähigkeit des integrierten Video-Editors. Jugendliche (wie auch Erwachsene) können hier spannende, kreative, kurzweilige und anspruchsvolle Inhalte vorfinden bzw. diese selbst produzieren. Hier liegt die große Chance der App: In einem gelungenen pädagogischen Setting können kreative Ideen hervorragend umgesetzt werden. Ob diese dann auch veröffentlicht werden oder nur offline abgespeichert bzw. einem kleinen Freundeskreis präsentiert werden, bleibt den Verantwortlichen und Teilnehmenden überlassen. In jedem Fall lohnt sich ein Blick in die bunte Welt von TikTok!

ANMERKUNGEN

1. Vgl. www.theguardian.com/world/2021/jan/15/shantytok-how-a-19th-century-seafaring-epic-inspired-a-covid-generation und www1.wdr.de/radio/1live/musik/neu-fuer-den-sektor/nathan-evans-wellerman-twohundredtwenty-kid-billen-ted-remix-100.html
2. Vgl. JIM-Studie 2020, www.mpfs.de/studien/jim-studie/2020
3. Ackermann, Judith; Dewitz, Leyla; Makulik; Alexandra: Soziale Medien als Mittel der Krisenbewältigung. Besonderheiten digitalen Storytellings auf TikTok am Beispiel von #Corona. In: *merz – medien + erziehung*, Heft 4/2020, kopaed Verlag München.
4. www.zeit.de/2019/51/tiktok-zensur-china-social-media-internet
5. www.welt.de/politik/ausland/article230463003/Myanmar-Wie-TikTok-zum-Propaganda-Schlachtfeld-wird.html
6. <https://newsroom.tiktok.com/de-de/tiktok-launcht-lernenmittiktok-und-vereint-entertainment-und-lernen> 7. www.sin-net.de/materialien-gesamt/sin-info/tiktok-tipps-und-infos

TIPPS FÜR TIKTOK-KANÄLE

Das Studio im Netz stellt auf seiner Website empfehlenswerte Kanäle vor. Hier eine Auswahl der TikTok-Tipps; die vollständige Liste finden Sie unter: www.studioimnetz.de/materialien-gesamt/sin-info/tiktok-tipps-und-infos

@zachking (<https://vm.tiktok.com/ZMeJSGCVg>)

KREATIVITÄT: Mit seinen außergewöhnlichen Videos erlangte Zach King schon auf YouTube und Instagram große Bekanntheit. Auch auf TikTok gehört er nun zu den am meisten abonnierten Kanälen. In seinen Videos gelingt ihm durch geschickte Videobearbeitung faszinierende Illusionen.

@jordi.koalitic (<https://vm.tiktok.com/ZMeJStY8h>)

KREATIVITÄT: Jordi Koalitic geht neue, kreative Wege, um schöne und außergewöhnliche Fotos zu machen. Zunächst filmt er die Entstehung eines Fotos und im Anschluss zeigt er das resultierende Foto. Dabei spielt er unter anderem mit Licht, Perspektive oder auch mit anderen Hilfsmitteln und setzt diese kreativ ein, um das perfekte Bild zu erhalten.

@nachhaltigerleben (<https://vm.tiktok.com/ZMeJADPLw>)

NACHHALTIGKEIT: Ausschließlich CO₂-Vergleiche wie beispielsweise: Ist Bio-Fleisch oder normales Fleisch besser für das Klima? Die CO₂-Entwicklung wird miteinander verglichen und zum Schluss wird ein Fazit gezogen.

@tagesschau (<https://vm.tiktok.com/ZMeJA6gNU>)

NEWS: Nachrichten-Beiträge der Tagesschau und ein paar Behind-the-Scenes-Clips aus dem Studio der Tagesschau.

@br24 (<https://vm.tiktok.com/ZMeJAHmqG>)

NEWS: Auf diesem Nachrichten-Kanal werden extra für TikTok aufbereitete Videos hochgeladen, meist Meldungen aus Bayern, aber auch Nachrichten von allgemeinem Interesse.

@1live (<https://vm.tiktok.com/ZMeJSK7qe>)

JUGENDMEDIEN: Auf dem TikTok-Kanal des WDR-Radiosenders „1Live“ werden größtenteils Ausschnitte aus den Videos seines YouTube-Kanals gepostet. Beim Format #dummgefragt werden mehreren Personen zum gleichen Thema unangenehme Fragen gestellt, bei #fragenhagel richten sich ganz schnell ungewöhnliche und lustige Fragen an Prominente. Auch ein paar extra für TikTok erstellte Comedy-Clips sind auf dem Kanal zu finden.

@dieprofessorin (<https://vm.tiktok.com/ZMeJAj7YW>)

WISSENSWERTES Prof. Dr. Judith Ackermann gibt in ihren Clips wertvolle Tipps für das Studium und informiert über verschiedene Studiengänge. Interessant für Studenten oder Jugendliche, die sich schon Gedanken um ihre berufliche Zukunft machen.

@diewitnessftlerin

(<https://vm.tiktok.com/ZMeJAQ3SP>)

WISSENSWERTES: Die Biologin Amelie Reigl zeigt ihren Alltag als Wissenschaftlerin und beantwortet Fragen zur Arbeit im Labor. Ihre Comedy-Videos dokumentieren, dass Wissenschaft auch viel Spaß machen kann.

@herranwalt

(<https://vm.tiktok.com/ZMeJAmVnh>)

RECHT: Der Fachanwalt für Familienrecht kombiniert Comedy mit Rechtsfragen. Oftmals werden von Nutzer:innen in den Kommentaren unter seinen Videos Fragen gestellt. „Herr Anwalt“ beantwortet diese dann locker, verständlich und mit Humor unter dem Hashtag „#1minutejura“ in einem kurzen Clip.

Weitere TikTok-Empfehlungen: www.jetzt.de/digitales/tiktok-tipps-accounts-lernen-lustig-lachen-algorithmus-social-media

AUTOR:INNEN

BJÖRN FRIEDRICH

ist als Medienpädagoge bei SIN – Studio im Netz u.a. für den „Pädagogischen Medienpreis“ zuständig, für den er aktuelle Web-Entwicklungen im Blick behält. Bei TikTok ist er nicht selbst aktiv, sondern sieht nur fasziniert zu.

MILENA WEIDLER

absolviert ihren „Freiwilligendienst Kultur & Bildung“ im SIN. Sie ist auf TikTok aktiv und erstellt die Kurzclips für den TikTok-Channel des SIN @studioimnetz.