

Laijana Braun / Tim Glaser / Julie Lüpkes / Irina Raskin / Franzi Wagner  
Braunschweig / Bremen

## Dance with an Algorithm TikTok (um)formatieren. Ein Bericht

**Abstract:** Nicht erst seit der COVID-19-Pandemie steht TikTok in vielen Altersgruppen hoch im Kurs. Die Kurzvideo-Plattform ermöglicht es ihren Nutzer\_innen nicht nur, Clips zu erstellen und zu rezipieren, sondern diese auch zu teilen, zu kommentieren und weiterzuverarbeiten. Kern von TikTok bildet die algorithmusbasierte Startseite, die *For You Page*, welche basierend auf unterschiedlichen Variablen, einen popkulturellen, politischen sowie persönlichen Video-Feed kreiert. Im folgenden Beitrag wollen wir einerseits auf TikTok und das Konzept von Milieus und *sides* eingehen, andererseits reflektieren, wie unser Workshop und die anschließende Diskussion stattgefunden haben, welche Rolle das Erstellen eines Video-Essays dafür gespielt hat und welche Erkenntnisse wir im Nachgang daran festhalten können. Ziel ist es, eine Diskussion über die (Um)Formatierung TikToks anzustoßen und unseren ‚Tanz‘ mit dem Algorithmus für unsere Workshop-Teilnehmenden und die medienwissenschaftliche Forschung der TikTok-Plattform festzuhalten.

---

**Laijana Braun** (M. A.), wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Medienwissenschaft der HBK Braunschweig. Zu ihren Forschungsinteressen gehören die Erforschung digitaler Kulturen sowie die analogen und digitalen Game Studies.

**Tim Glaser** (M. A.), wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Medienwissenschaft an der Hochschule für Bildende Künste Braunschweig. Zu seinen Forschungsschwerpunkten gehören Computerspielkulturen, Webcomics, digitale Medientheorie sowie Plattformkapitalismus.

**Julie Lüpkes** (M. A.) lehrt und forscht als Promovierende und wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Universität Bremen am Zentrum für Medien-, Kommunikations- und Informationsforschung (ZeMKI) bei Prof. Dr. Andreas Hepp im Lab „Datafizierung und Mediatisierung“. Sie befasst sich mit kritischer Digitalitätsforschung im Kontext schulischer Bildung.

**Irina Raskin** (M. A.), wissenschaftliche Mitarbeit am Institut für Medienwissenschaft der HBK Braunschweig, davor am DFG-Graduiertenkolleg „Das Wissen der Künste“ der UdK Berlin, mit einer Dissertation unter dem Arbeitstitel „Medienökologien des Sinnens“. Zuvor war sie im Kunstausbetrieb sowie Musik- und Kunstjournalismus tätig.

**Franzi Wagner** (M. A.), wissenschaftliche Mitarbeit am Institut für Medienwissenschaft der HBK Braunschweig, verfolgt ein Dissertationsprojekt zu Konzeptionen und Beziehungen von Körperlichkeit(en), Ort(en) und Zeit(en) in VR-Projekten unter besonderer Berücksichtigung des queeren Potenzials derer.

## 1. Einleitung: Was interessiert uns?

*what side of tiktok are you on?  
- @andrewsann 2020*

TikTok ist eine Video-Plattform, deren politische sowie popkulturelle Relevanz vielfältig beschrieben wurde. Journalistisch besprochen wird TikTok unter anderem hinsichtlich der Beeinflussung durch die chinesische Regierung, beziehungsweise durch den Mutterkonzern ByteDance; der Bedeutung der Praktiken der Zensur, des *shadowbannings*<sup>1</sup> und der Moderation; der Verwendung der Plattform im Krieg Russlands gegen die Ukraine; der Politiken viraler Phänomene wie beispielsweise *True Crime*<sup>2</sup>; oder als Medium der (zufälligen) Dokumentation unrechtmäßiger Handlungen oder Gewalttaten.<sup>3</sup> Auch aus einer medienkulturwissenschaftlichen Perspektive wird die Plattform TikTok seit einiger Zeit untersucht.<sup>4</sup> An diese Vorarbeit wollen wir mit unserem Workshop, welcher auf dem 35. Film- und medienwissenschaftlichen Kolloquium gehalten wurde, dem dazugehörigen Video-Essay und diesem Bericht anknüpfen. Der Titel *Dance with an Algorithm* stellt einen Verweis auf die Anfänge der sechs Jahre jungen Plattform dar, in denen sich TikTok noch vornehmlich über Tanz- und *lipsync*-Kurzvideos auszeichnete.<sup>5</sup> Zudem möchten wir durch die Metapher „mit einem Algorithmus tanzen“ die Erfahrung und Gestaltung der App beschreibbar machen.

Im Algorithmus werden Metriken<sup>6</sup> verarbeitet, die bestimmend dafür sind, welche Nutzer\_innen welche Videos zu sehen bekommen und damit ebenfalls beeinflussen, welche Videos viral gehen. Dabei bilden sich zwei wichtige Charakteristiken von TikTok heraus: zum einen die sogenannte *For You Page*, die Startseite der App, welche für Nutzende basierend auf unterschiedlichen Variablen einen individuellen Video-Feed kreiert (Abb. 1); zum anderen die Cluster von Nutzenden, die auf Basis gesammelter Daten und Nutzungsverhalten erstellt werden. Dadurch entstehen sogenannte *sides*.<sup>7</sup> Sie bündeln Videos gemäß inhaltlicher Ausrichtung und Nutzende gemäß ihrer Interessen, sodass von ‚Brot-Tok‘ über queere Inhalte bis hin zu Harry-Potter-Fancuts spezifische Zirkulationsschleifen zwischen Videos und Nutzenden entstehen (Abb. 2).

11

<sup>1</sup> Mit dem Begriff *shadowbanning* (auch *stealth* oder *ghost banning* genannt) werden Praktiken seitens der Plattformbetreibenden beschrieben, um die Reichweite von Nutzer\_innen einzuschränken. Dies geschieht ohne das Wissen der Person. Ob und wie diese Praktiken auf Plattformen verwendet werden ist umstritten.

<sup>2</sup> Vgl. Chang 2021.

<sup>3</sup> Vgl. Meineck/Fanta 2022, Smith 2021, Hern 2019, Reineck 2022, Lobe 2022, Steiner 2022.

<sup>4</sup> Vgl. z. B. Ackermann 2020, Matzner/Schulz 2020.

<sup>5</sup> Wobei anzumerken ist, dass beide Formate weiterhin relevante Ausdrucksformen sind.

<sup>6</sup> Ein besonders wichtiger Parameter ist dabei die Verweildauer eines Nutzenden bei einem Video.

<sup>7</sup> In Kapitel 2 und 4 werden wir das Konzept *side* näher beschreiben und auf die Relevanz der Begriffe für unser Verständnis von TikTok eingehen.

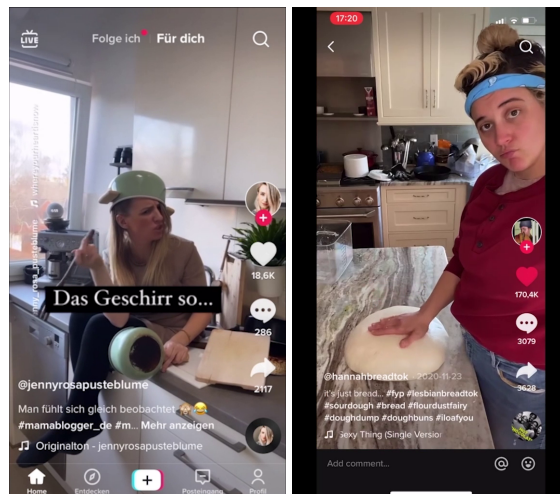


Abb. 1: Für dich – Ansicht auf die *For You Page* (Screenshot aus *Dance with an Algorithm*: 0:08).

Abb. 2: #lesbianbreadtok als eine *side* (Screenshot aus *Dance with an Algorithm*: 4:56).

Noch intensiver als bei anderen sozialen Medien – wie YouTube, Twitter oder Instagram – bewirkt das Konzept von TikTok die Erfahrung eines Flowzustands; wobei der Algorithmus als die treibende Kraft dahinter imaginiert wird. Denn beim horizontalen Wischen durch den eigenen Feed aus aneinander gestaffelten und den Bildschirm vollständig ausfüllenden Videos im Hochformat fehlt jeglicher Überblick oder erkennbar markierte Sortierung. Es gibt weder eine Chronik noch Navigationstools, mit deren Hilfe man den Verlauf des eigenen Feeds im Einzelnen nachvollziehen oder steuern könnte.<sup>8</sup> Um es zugespitzt zu formulieren: Man sucht in der Regel nicht gezielt nach Inhalten oder Produzent\_innen – sie finden eine\_n. Bestimmt wird dieses ‚Finden‘ implizit durch Faktoren wie die Betrachtungszeit, Verlinkungen über Hashtags oder interagierende Praktiken wie Liken, Kommentieren oder Weiterleiten.<sup>9</sup>

So interessant sich dieser ‚Tanz‘ mit dem Algorithmus gestaltet, so schwierig ist es, für uns als Wissenschaftler\_innen unsere Erkenntnisse zusammenzubringen, zu diskutieren und zu formatieren: Denn obwohl wir lebensweltlich aktuell in ähnlichen sozialen *bubbles* situiert sind, sind wir mit abweichenden *For You Pages* konfrontiert und bewegen uns in unterschiedlichen TikTok-Sphären, die eigenes Kontext- und Erfahrungswissen mit sich bringen. Bereits im kleinsten Rahmen benötigen die Diskussionen daher eine kollektive Grundlage, um die Mechanismen und Effekte von TikTok sowie sozio-technische Phänomene durch TikTok zu erkunden. Wie also lässt sich der TikTok-Algorithmus mit seinen unterschiedlichen

<sup>8</sup> Es ist möglich, über die App eine Kopie der eigenen Daten anzufordern. Diese beinhalten auch eine Auflistung der gesehenen Videos. Die Auflistung ist jedoch weder in der Übersichtlichkeit noch in der Nutzbarkeit mit einer Chronik vergleichbar.

<sup>9</sup> Vgl. TikTok 2020.

Ausprägungen und Abgrenzungen zu anderen Plattformen sowie die verschiedenen Praktiken, die dabei entstehen, in einem (medien)wissenschaftlichen Kontext neu/umformatieren?

Aus dieser Frage heraus entwickelten wir den Workshop „Dance with an Algorithm – TikTok (um)formatieren“<sup>10</sup> mit einem zugehörigen Video-Essay.<sup>11</sup> Dieser diente beim Workshop als Vorstellung der Plattform, Einstieg ins Thema und zur Vermittlung unserer Forschungsinteressen. Unser Interesse lag im Finden von Formaten, welche die Fluidität TikToks für die wissenschaftliche Arbeit nutzen und die es erlauben, zunächst ein Gespräch über Erfahrungs- und Forschungswissen zu eröffnen, um Begrifflichkeiten zu debattieren, statt diese direkt festzuschreiben. Im folgenden Beitrag wird daher zuerst die Struktur des Video-Essays vorgestellt, die sich als produktives Format erwiesen hat, sowie anschließend Überlegungen und Erkenntnisse aus dem Workshop dargelegt. Ziel ist es, eine Diskussion über die (Um)Formatierung TikToks anzustoßen und unseren ‚Tanz‘ mit dem Algorithmus für unsere Workshop-Teilnehmenden und die medienwissenschaftliche Forschung zur Plattform festzuhalten.

## 2. Begriffe (umformatieren)

In unseren Gesprächen zur Vorbereitung des Workshops über TikTok fiel uns auf, dass wir mit etablierten Begrifflichkeiten und Konzepten an unsere Grenzen stießen und es sich als schwierig herausstellte, die Plattform damit adäquat zu beschreiben sowie wissenschaftlich zu analysieren. Ein Phänomen war dabei besonders zentral: Trotz ähnlicher akademischer Lebensrealitäten bekamen wir sehr unterschiedliche Inhalte angezeigt – dennoch ließen sich Schnittstellen verschiedener Gruppierungen von Inhalten nachzeichnen. Es kam gehäuft zu dem Phänomen, dass einigen von uns gewisse spezifische Videos und ihre Kontexte sehr präsent waren, während diese bei anderen auf Unverständnis stießen. Das semi-kollektive „Wiedererkennen“<sup>12</sup> von Trends, Tänzen und Kontexten brachte kurzzeitige Gemeinschaftsbildungen, und damit natürlich auch -ausschlüsse mit sich, ganz ohne tatsächliche soziale Interaktionen. Dies ließ uns darüber nachdenken, wie das Phänomen der algorithmisch gruppierten Inhalte und ihre Wahrnehmung als gemeinschaftsbildend sprachlich gefasst werden kann. Während *bubble* als Begriff

<sup>10</sup> Der Workshop fand am Freitag, den 1. April 2022 auf dem 35. Film- und Medienwissenschaftlichen Kolloquium an der Filmakademie Wien von 09:30-11:00 Uhr via Zoom statt.

<sup>11</sup> Der Video-Essay *Dance with an Algorithm* (2022) lässt sich hier abrufen: <https://www.youtube.com/watch?v=cxMYVv7zIYs>

<sup>12</sup> Als Beispiel für dieses Phänomen kann das gemeinsame Mitsprechen von Sounds oder plötzliche Nachtanzen von Choreographien genannt werden, welches häufiger durch das Abspielen von Videos im Feed ausgelöst wurde.

zur Beschreibung sozialer Netzwerke wie Twitter oft verwendet wird,<sup>13</sup> scheint dieser für TikTok nicht im gleichen Sinne zutreffend zu sein, da mit der *bubble* zunächst die individuelle Filtererfahrung beschrieben wird. Das Phänomen der Gemeinschaftsbildung lässt sich durch die *bubble* daher nicht fassen. Auf der Suche nach anderen, passenderen Begriffen versuchten wir z. B. verschiedene ‚Genres‘ von TikToks ausfindig zu machen. Jedoch merkten wir dabei schnell, dass uns ein Denken in Genres aufgrund der sich oftmals überschneidenden und/oder unklaren Genregrenzen ebenfalls nicht weiterbrachte. Am überzeugendsten schien es uns letztlich, die von TikTok-Nutzer\_innen lancierte Bezeichnung *side* zu verwenden. Unserer Ansicht nach betont der Begriff *sides*, dass es zwar einerseits unterschiedliche Facetten/Seiten in den Darstellungs- und Umgangsweisen innerhalb der Plattform gibt, die ihre eigenen Logiken etablieren und nach eigenen Codes funktionieren; diese *sides* andererseits zueinander in Verbindung stehen können, aufeinander Bezug nehmen (selbst wenn dies in abgrenzender Absicht geschieht) und so in einem dynamischeren Wechselverhältnis zueinander stehen. Alternativ zu dem Begriff der *sides*, und stärker mit einer soziologischen Tradition verbunden, ist der Begriff des Milieus. Während der Begriff *side* nahelegt, dass es verschiedene Facetten gibt, die zusammen ein Ganzes ergeben, verweist Milieu darauf, TikTok als eine Umgebung zu begreifen, die sich erst aus dem Wechselverhältnis zwischen Nutzenden und der Konfiguration der App herausbildet. Daher haben wir versucht, den Milieu-Begriff exemplarisch im Video zu verwenden und diesen beim Workshop nochmals zur Diskussion gestellt.

### 3. Entstehung, Idee und Aufbau des Video-Essays

Wiederholt kamen wir an den Punkt, dass das Sprechen über TikTok und dessen Funktionsweise durch verbale oder schriftliche Sprache nur bedingt nachvollziehbar ist. Dadurch kam die Frage auf, wie wir uns der Plattform nähern könnten. Nach mehreren Treffen kamen wir zu dem Entschluss, während des Workshops nicht mit Vorträgen zu arbeiten, sondern stattdessen ein Video zu produzieren, um die Fluidität der Plattform einfangen zu können. In der weiteren Vorbereitung für den Workshop bildete die Produktion des gemeinsamen Videos schon bald das Kernstück unserer Auseinandersetzung. Diese Zielsetzung bot uns einen Rahmen, um Material gemeinsam zu sichten, uns darüber auszutauschen und zu überlegen, wie sich dieses ordnen ließe, sowie welche Schlüsse wir vom Material ausgehend über die TikTok-Plattform ziehen können. Aus dem ursprünglichen Plan, ein Einstiegsvideo für die Teilnehmer\_innen des Workshops zu erarbeiten, in dem kurz und knapp grundlegende Informationen über TikTok vermittelt werden sollten, entwickelte sich das Konzept, einen umfangreicheren Video-Essay zu

<sup>13</sup> Vgl. Pariser 2011.

erstellen.<sup>14</sup> Unser Ziel war es demnach, vom Material auszugehen und dieses vor dem Hintergrund unserer medienwissenschaftlichen Beobachtungen und Interessen zu arrangieren und zur Disposition zu stellen, indem TikTok-Clips eingebunden und kommentiert werden. Das Format des Video-Essays sollte dem Material entsprechen und ist daher im Verhältnis 9:16 angelegt. Ebenso behielten wir die Visualität und das typische TikTok-Interface, dem wir eine besondere Relevanz zuschreiben, bei.<sup>15</sup>

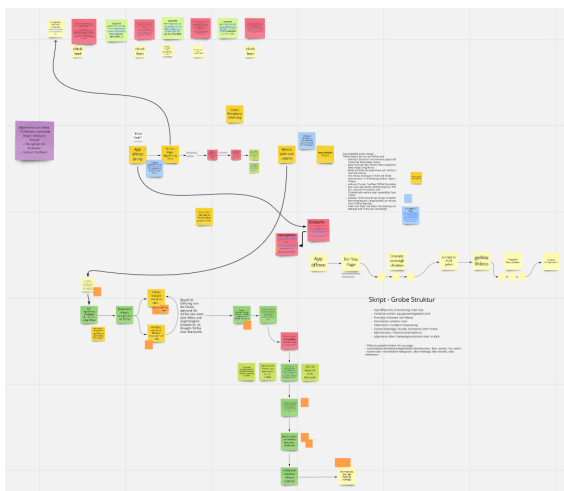


Abb. 3: Planungsphase – Ausschnitt aus unserem Miro Board. Eigene Grafik.

Im Zuge der Arbeit am Video-Essay begannen wir damit, TikTok-Videos und -Kanäle zu sammeln, an denen wir einzelne Aspekte oder Elemente für untersuchenswert befunden haben. Dafür nutzten wir zur kollaborativen Zusammenarbeit diverse Plattformen, wie webbasierte Texteditoren und das virtuelle Miro Whiteboard (Abb. 3). Dort wurden die Funde mit einem Blick auf Überschneidungen und Differenzen in Tabellen einsortiert. Zentrale Kategorien waren dabei einerseits ästhetische und formale Aspekte (wie verwendete Praktiken, Genres oder Formate), andererseits die Zuschreibung zu Milieu/*side*. Ausgehend von den Clips versuchten wir Rückschlüsse über die Funktionen und Effekte der Plattform zu ziehen sowie zu ergründen, welchen Einfluss die Nutzenden mit ihren produzierten Videos wiederum auf TikTok ausüben (können). Ein nicht unerheblicher Nebeneffekt dieser Klassifikationsarbeit war, dass wir uns über unsere unterschiedlichen Erfahrungen mit TikTok und den verschiedenen Lesarten

<sup>14</sup> Zu Video-Essays und *videographic criticism* als Methoden und Konzepte für die Medienwissenschaft siehe unter anderem: Grant 2016, Hinck 2013.

<sup>15</sup> Ohne Frage ist unser finales Video mit 13 Minuten weniger kurzlebig und deutlich länger als klassische TikTok-Clips.



der Videos austauschen konnten, wobei die Frage nach einer korrekten oder passenden Klassifizierung selbst immer wieder diskutiert wurde.

#### 4. Themenschwerpunkte und Auswahl des Materials

Der Video-Essay *Dance with an Algorithm* (2022) beschreibt die Plattform TikTok und spezifisch die *sides* von TikTok. Um dieses Konzept nachvollziehbar zu machen, haben wir das Video in vier Themenschwerpunkte aufgeteilt: die Bedingungen, welche die Plattform und deren Nutzung strukturieren, die Bedeutung des Algorithmus und die Etablierung der *sides* sowie Interaktionsmöglichkeiten und intermediale Bezüge, die auf der Plattform stattfinden.

Neben einer inhaltlichen Fokussierung sollte der Video-Essay auch selbst die Rezeptionserfahrung von TikTok widerspiegeln. Hierzu wurden zum Beispiel Praktiken wie Scrollen, Suchen und Teilen gezeigt. Zusätzlich wurde der spezielle *flow* herausgestellt, der sich aus der Verbindung zwischen Interface und Intensität ergibt, wenn verschiedenes, nacheinander gestaffeltes, audiovisuelles, rapide wechselndes Material zu sehen ist. Des Weiteren haben wir bei der Materialauswahl darauf geachtet, Videos zu zitieren, in denen verschiedene Formate und Praktiken der Videoproduktion verhandelt werden. Manche davon sind grundlegende Elemente digitaler Videoproduktion (wie die Verwendung von Voiceover, Greenscreen, Hashtags oder Filtern), andere haben sich als spezifische TikTok-Formate herausgebildet (insbesondere Duett, *stitch*, oder *reply*)<sup>16</sup> oder sind auf TikTok besonders populär (wie *lipsync*<sup>17</sup>).

Von uns erstellte Anmerkungen, Einordnungen und Verweise wurden mit den TikTok-Videos verwoben, mal als Text, mal als computergeneriertes oder selbst gesprochenes Voiceover. Zusätzlich wurden an zwei Stellen selbst produzierte TikTok-Videos eingebunden: eine PowerPoint-Präsentation, die mithilfe von auf TikTok gefundenen Tutorials zur Erstellung dynamisch animierter Folien erstellt wurde (Abb. 4), und eine Fahrstuhl-Szene, welche einen populären TikTok-Trend zitiert (Abb. 5). Zuletzt beinhaltet der Video-Essay eine abgefilmte Szene aus dem Sat1 Frühstücksfernsehen, in dem ein TikTok-Trend nachgespielt wird (Abb. 6).

<sup>16</sup> Ein Duett ergänzt ein bereits vorhandenes TikTok-Video um ein eigen produziertes, wobei die beiden (oder mehreren Videos) voneinander durch eine vertikale oder horizontale Spalte getrennt werden. Auch beim *stitch* wird ein Video kommentiert, jedoch nicht durch eine räumliche Abgrenzung, sondern durch eine zeitliche, dem eigenen Video wird ein anderes Video vorangestellt. *Replies* sind Videos in denen auf einen Kommentar (welcher zu einem vorherigen Video erstellt wurde) eingegangen wird, dazu wird der Kommentar zumeist im Video eingeblendet.

<sup>17</sup> Die ursprüngliche Social-Media-App musical.ly, welche 2018 von ByteDance (der Firma hinter TikTok) übernommen wurde, war eine reine *lipsync*-Plattform, auf der Nutzer\_innen zum Playback von Musik eigene Videos (mit unter anderem Lippenbewegung oder Tanz) aufnehmen konnten.

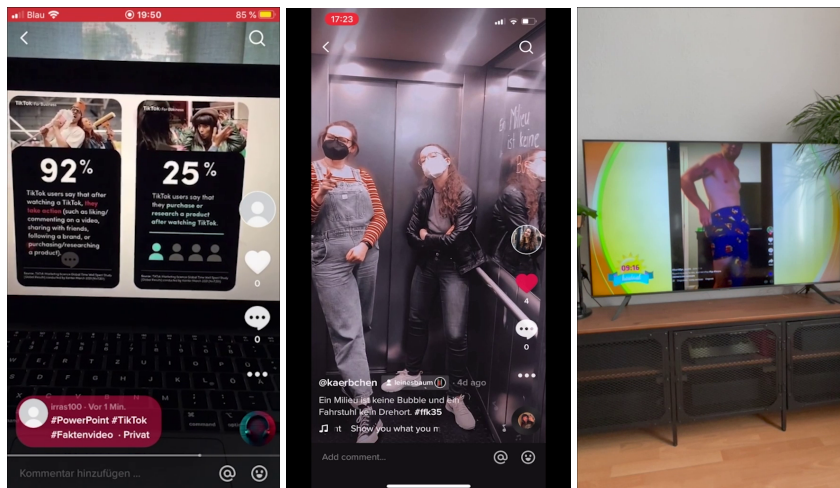


Abb. 4: #PowerPoint #TikTok #Faktenvideo (Screenshot aus *Dance with an Algorithm*: 1:53) Abb. 5: Ein Milieu ist keine Bubble und ein Fahrstuhl kein Drehort (Screenshot aus *Dance with an Algorithm*: 8:01) | Abb. 6: Cringe. (Screenshot aus *Dance with an Algorithm*: 11:51)

## 5. Einführung

*Dance with an Algorithm* beginnt mit einer Einführung in die Plattform TikTok im Hinblick auf deren kulturelle und ökonomische Aspekte (0:00-2:12). Die Materialauswahl, welche den Rezeptionsvorgang von Nutzer\_innen nachahmt, legt den Fokus auf performante Formate (wie *lipsync* oder Modenschau) sowie Remedialisierung (insbesondere von populären Musikstücken oder Zitaten aus Serien, Filmen oder anderen audiovisuellen Formaten). Verwiesen wird spezifisch auf die verschiedenen Praktiken, mit den Kurzvideos umzugehen, da diese nicht nur rezipiert, sondern auch gelikt, geteilt, kommentiert oder weiterverarbeitet werden. Zudem wird gezeigt, wie mit Hashtags interagiert werden kann. Anhand des Beispiels von TikTok-Videos über das Erstellen von PowerPoint-Folien werden Möglichkeiten der Interaktion und die rapide Form der Rezeption von Kurzvideos verdeutlicht. Die Relevanz und die Möglichkeiten von Interaktion und Partizipation, von Rezeption und Produktion werden auch in den darauffolgenden Teilen des Video-Essays verhandelt.

### 5.1 Algorithmus

Bei der Auseinandersetzung mit dem Algorithmus von TikTok steht der Aspekt der Aufmerksamkeitsökonomie im Vordergrund, spezifisch die automatische Generierung eines persönlichen Feeds (*Dance with an Algorithm* 2:13-4:06). Dieser besteht aus einer Kombination aus a) memetisch<sup>18</sup> erfolgreichen, populären (oder

<sup>18</sup> Memetisch im Sinne von Videos, die zu Memes werden (vgl. Nowotny/Reidy 2022).



sogar viralen) Videos; b) Videos, die bereits bekannte Interessensfelder bespielen und an die bisherige Auswahl von Nutzer\_innen anknüpfen, sowie c) einer stetig wechselnden Auswahl an neuen Personen, Perspektiven und Themen. Denn, wie es Teo (@heyteo\_ 2020) in seinem Erklärvideo des TikTok-Algorithmus darlegt, rezipieren Nutzer\_innen nicht nur, sondern sind auch gleichzeitig potentielle Tester\_innen für neue Ideen, Trends, Challenges, etc. Anhand der ausgesuchten TikTok-Videos lässt sich nicht nur nachvollziehen, wie der Algorithmus personalisierte Feeds kreiert, sondern ebenso, dass diese Wirkungsweisen des Algorithmus immer wieder (sowohl kritisch, wie humoristisch) thematisiert werden. Unter anderem inszeniert Tessa Violet (@tessaviolet 2022) den Algorithmus als antagonistische Kraft, die Aufmerksamkeit geben, aber auch nehmen kann. Cearah (@cececearah 2022) spricht nicht nur von der Funktionsweise („the algorithm lumps us together based on common interests & categories“), sondern stellt ihre eigenen Interessen und Hobbys vor, damit der Algorithmus basierend auf den Daten eine ‚korrekte‘ Einordnung vornehmen kann. Auch Memes, wie die Aussage, dass der TikTok-Algorithmus innerhalb von 37 Sekunden Personen in die bisexuelle *side* einsortieren kann und somit die Sexualität der User\_innen angeblich besser kennt als sie selbst, zeigen eine selbstreflexive Auseinandersetzung der Nutzenden mit der Plattform.

## 5.2 Milieus/*sides*

Im dritten Teil werden die *sides* von TikTok beschrieben und anhand der Gegenüberstellung von Straight- und Alt-TikTok die Relevanz dieser nachgezeichnet (*Dance with an Algorithm* 4:07-8:06). Straight-TikTok beschreibt den Startpunkt von TikTok für neue Nutzer\_innen, während sich Alt-TikTok erst allmählich entwickelt, wenn Nutzer\_innen auf „alternative“ (daher „Alt“) TikTok-Inhalte reagieren. Die Einordnung erfolgt nicht nur über Sexualitäten, sondern über alles, was als anders zum hauptsächlich weißen, heterosexuellen, cis-geschlechtlichen, Schönheitsidealen reproduzierenden, oft auch auf verschiedenen Ebenen diskriminierenden Startpunkt von TikTok gilt. Straight-TikTok zeigt demnach eine stark normativ und oft konservativ geprägte Welt und hat seinen Namen von Nutzenden der Alt-TikTok erhalten. Im Umkehrschluss bedeutet dies, dass viele Nutzer\_innen von Straight-TikTok nicht von der Existenz, geschweige denn vom Namen, von Alt-TikTok wissen. Nutzer\_innen und Produzierende von Alt-TikTok wiederum machen sich oft über genau diesen Umstand lustig, oder referieren in ihren Clips teilweise ironisch Clips aus Straight-TikTok. Wie sich im zweiten Kapitel über (Um-)Formatierung und Begriffe nachvollziehen lässt, war die Frage nach der Beschreibung dieser *sides* von TikTok für uns zentral. Nach verschiedenen Überlegungen zur Kategorisierung unserer Nutzungserfahrungen, entschieden wir uns dazu, uns auf das Konzept der *sides* zu konzentrieren, im Sinne von verschiedenen, jedoch auch grenzüberschreitenden und interferierenden Milieus. Mit *sides* beschreiben wir im Kontext von TikTok die Selbst- und Fremdzuschreibung der Zugehörigkeit von Nutzer\_innen, unter anderem zu

Straight, Queer, Mental Health, DIY, Kochen/Backen/Basteln, Cosplay, Katzen, Fandom, Cottage Core, Crystal, ASMR, Witchy oder Brot-Tok. Veranschaulicht wird der *side*-Begriff anhand einer für uns besonders interessant erscheinenden Differenz, nämlich der zwischen Straight-TikTok und Alt-TikTok. In diesen Milieus kondensieren sich verschiedene Nutzer\_innenerlebnisse. Sie prägen nicht nur die Plattform, sondern werden von den Produzent\_innen auch immer wieder thematisiert:

Are they [Straight-TikTok] unaware of the existence of rainbowflag, theatre kid, science nerd, Cottage core, bridgerton musical, Leftist, Witchy, Shanty-singing TikTok? [...] If that's the case... That is a... deprived existence and I am so sorry<sup>19</sup>

### 5.3 Intermedialität

Zuletzt wird dem Einfluss von TikTok auf andere Plattformen und mediale Formate nachgegangen (*Dance with an Algorithm* 8:07-12:20). TikTok findet vermehrt nicht mehr nur auf der Plattform selbst statt – Videos, Memes und Trends werden ebenso in anderen sozialen Medien geteilt, in Fernsehsendungen (wie dem Sat1 *Frühstücksfernsehen*) nachgespielt oder zur Vermarktung von Formaten und Personen genutzt.<sup>20</sup> Instagram hat mit Reels und YouTube mit Shorts selbst kürzere Videoformate entwickelt, die sich an dem Erfolg von TikTok orientieren. Neben diesen Formen der Re-Mediation von TikTok-Clips werden auch auf TikTok selbst andere Medien und Plattformen eingebunden. Exemplarisch lässt sich das im Video von Annika (@annikazion 2022) nachvollziehen, indem sie die Dating-App Tinder via Greenscreen in ihr TikTok-Video einbettet. Die Etablierung von TikTok-Memes verweist wiederum allgemeiner auf die Relevanz der Plattform innerhalb einer digitalen Zitatekultur, in der Versatzstücke zwischen verschiedenen sozialen Medien, Gemeinschaften und Milieus zirkulieren, jedoch unterschiedlich mit Bedeutung und/oder neuem Kontext aufgeladen werden.

19

## 6. Becoming a Creator: Perspektivwechsel und Reflexion

Für die meisten von uns ging mit der Erarbeitung des Video-Essays *Dance with an Algorithm* eine neue Form der TikTok-Nutzung einher, nämlich der Wechsel in die Perspektive von Produzierenden. Die Forschungsfragen und das Ziel, Material für den Video-Essay zu sammeln, haben sicherlich auch unsere Rezeption beeinflusst – sie in gewisser Hinsicht umformatiert. Doch Clips nicht ‚nur‘ zu sichten, sondern selbst herzustellen, eröffnete noch einmal einen anderen Zugang zu dem Wechselspiel zwischen Funktionsweisen und Kulturtechniken der Plattform.

<sup>19</sup> MALINDA/@malindamusic 2021.

<sup>20</sup> Dies zeigt sich unter anderem daran, dass beliebte Musikstücke auf TikTok wiederum auf anderen Plattformen populär werden. Exemplarisch sei hier auf den Erfolg von *Old Town Road* von Lil Nas X verwiesen, der oftmals als erster großer TikTok-Erfolg genannt wird (vgl. Stauffacher/Plaga 2019).

Während wir die Produktion im Video-Essay selbst nicht thematisieren, haben wir diesen Perspektivwechsel und die Frage nach dessen Relevanz für die Erforschung der Plattform beim Workshop gemeinsam besprochen. Was wir jedoch im Video-Essay kurz ansprechen, ist der Umstand, dass sich TikTok als Marketing-Plattform profilieren möchte und hierzu nicht nur um Unternehmen wirbt, sondern ebenso Privatpersonen anspricht, sich als TikToker\_innen zu professionalisieren, d. h. ihren Kanal zu monetarisieren.<sup>21</sup> So kann jede Person zusätzlich zu einem privaten Profil auch ein Business-Konto erstellen.<sup>22</sup> Dies hat insbesondere im Workshop für Diskussion gesorgt.

Die Selbstreflexivität, die wir bei den Nutzer\_innen in Bezug auf den Algorithmus der Plattform festgestellt haben, lässt sich auch in TikTok-Clips beobachten, in denen TikToker\_innen ihre Arbeit als (semi-)professionelle Creator\_innen thematisieren. Unter anderem werden a) die Video-Produktion in Szene gesetzt (von der Entstehung von Videoskripten bis zur Offenlegung von Setting und weiteren am Dreh beteiligten Personen); b) Hoffnungen und Bestrebungen thematisiert, wie der Wunsch nach Aufmerksamkeit oder ökonomischen Erfolg; sowie c) Bindungen an Unternehmen ausgestellt, wenn beispielsweise reichweitenstarke TikToker\_innen Werbeartikel von TikTok präsentieren.

Wie aufwendig sich die Produktion eines TikTok-Clips in Vor- und Nachbearbeitung jeweils gestaltet, kann variieren – je nachdem, wie vertraut man mit den Tools und Interfaces ist. Wenngleich es für uns zwar nicht das erste Mal war, ein Video zu produzieren, so hat uns die Herstellung von *Dance with an Algorithm* sowohl dafür sensibilisiert, dass das Erstellen von TikTok-Videos aufwendig ist, als auch dafür, wie die Mechanismen der Plattform bei der Inszenierung und Gestaltung mitgedacht werden müssen. Insofern ist TikTok nicht einfach nur eine Plattform zum Teilen von und Vernetzen durch Videos. Die Videos und deren ‚Nachleben‘ gewinnen ihre Bedeutung vielmehr erst im Anschluss an deren Veröffentlichung durch und in ihrer Zirkulation, Kommentierung sowie als Materialverwendung für weitere Videos. Wie vielleicht bei keiner anderen Plattform stehen die Produktion und Rezeption von Clips dabei in einem engmaschigen Verhältnis. Denn einerseits bedingen sich durch die vorgegebenen Formate wie Duett oder *stitch* die tatsächliche Verwendung von bereits zirkuliertem Material und deren weitere Zirkulation, und andererseits entwickeln sich durch die teils sehr spezifischen, gar zu nischenhaften Milieus eigene Video-Formationen und damit einhergehend oft durch den Algorithmus organisierte soziale Gruppierungen, die ausschließlich auf der Rezeption ähnlicher Inhalte basieren und sich dennoch häufig bis in die analoge Welt niederschreiben.

<sup>21</sup> An dieser Stelle sei auf den von TikTok selbst etablierten *Creators Fund* verwiesen.

<sup>22</sup> Letzteres unterscheidet sich darin von Ersterem, dass datenanalytische Features angeboten werden, mit deren Hilfe die Zirkulation der eigenen Clips kontrolliert werden kann. Eine interessante Begleiterscheinung dieses ‚Dienstes‘ ist, dass über Kriterien der Datenanalyse auf die Gestaltung des Algorithmus geschlossen werden kann.

## 7. Zusammenfassung des Workshops

Zuletzt möchten wir, abgesehen von unserer eigenen Auseinandersetzung mit TikTok und unserem Video-Essay, die Diskussionen des Workshops wiedergeben, die einen wichtigen Teil des Austausches zu unserem Diskurs um/mit TikTok darstellen. Zu Beginn des Workshops zeigte sich schnell, dass die Teilnehmenden ganz verschiedene Zugänge zu TikTok hatten: Manche nutzten die Plattform bis dahin gar nicht, andere ‚zu viel‘, manche kannten sie als Konsumierende, nur wenige als Produzierende. Wir näherten uns TikTok mit einem interdisziplinären Zugang, z. B. über Aktivismusstudien, Mediatisierung und Re-Medialisierung, Literacy etc. Auch unsere Irritationen mit der Plattform waren bisher vielfältig, z. B. die Erfahrungen, Videos eines uns fremden Milieus auf der *For You Page* zu sehen, den Aufwand hinter der Produktion von Videos auf TikTok zu erkennen oder die Überforderung der Rezeptionsweise wahrzunehmen.

In der Workshop-Diskussion wurden insbesondere Themen wie Milieubildung und Machtkritik aufgegriffen. TikTok ist zu Beginn der Nutzung auf heteronormative Inhalte angelegt, je nach der eigenen Nutzung kann ein Ausbruch oder Othering dieses Straight-TikToks durch den Gegenläufer Alt-TikTok stattfinden. Jeweils unterschiedliche Themen, Trends oder Genres kommen auf diesen beiden *sides* oder Milieus von TikTok vor. Auf sozialer Ebene üben die Milieus Einfluss aus, indem sie einen Moment der Vergemeinschaftung bergen, der online wie offline stattfinden kann.<sup>23</sup> User\_innen, oder auch unternehmerische Akteur\_innen sind sich der Macht des Algorithmus bewusst und versuchen, mithilfe ihrer (Inter-)Aktionen ihre eigenen oder fremden *For You Pages* zu beeinflussen, unterwerfen sich damit aber letztlich der Logik des als Kontrollinstanz mystifizierten TikTok-Algorithmus: Eine Selbstverortung, Grenzziehung oder ein Seitenwechsel wird dabei nur bedingt als selbst beeinflussbar verstanden, denn diese Kontrolle wird dem Algorithmus zugeschrieben.

An die Positionierung des Algorithmus als Kontrollinstanz lassen sich weitere medienkulturwissenschaftliche Fragestellungen anschließen. Unter anderem die Auswirkung von Zensur auf der Plattform, wie es der Fall ist mit Begriffen aus dem Bereich *lgbtqi+*, welche oft *shadowbanning* erfahren.<sup>24</sup> Weitere Fragestellungen ergeben sich durch die Betrachtung der Zielgruppe sowie den Logiken und der Ästhetik von TikTok, welche wiederum Fragen nach *ageism*, *literacy* und deren Förderung oder Jugendschutz mit sich bringen. Manche Rezeptionslogiken wie z. B. das *bingewatching* werden zwar aus anderen, etablierten (sozialen) Plattformen übernommen, vor allem das Folgen wird jedoch transformiert: Man folgt auf TikTok weniger Personen, als vielmehr abstrakten Ideen. Die Ästhetik der Clips verweist einerseits auf Traditionen der filmischen Rezeption und Produktion, andererseits

<sup>23</sup> Beispielsweise die Verwendung von Memes, gruppenspezifischen Hashtags oder Idiolekten, die offline wie online eine Gemeinschaft sichtbar und diskursivierbar machen.

<sup>24</sup> Vgl. Eckert et al. 2022.

erscheinen manche Technologien ‚intuitiver‘ nutzbar und konnten sich gewissermaßen zu einer Art *Lingua Franca* des Internets weiterentwickeln.

## 8. Ausblick: Eine Tanzanleitung?

Ziel unseres Unterfangens – Workshop, Video-Essay und dieser Bericht – war es, unsere Überlegungen und Beobachtungen festzuhalten und Vorschläge zu skizzieren, wie die Erfahrungen mit TikTok beschreibbar gemacht werden können, ohne dabei die Fluidität und Komplexität der Plattform zu nivellieren. Wie sollten wir nun also mit dem TikTok-Algorithmus tanzen? Aus gemeinsamen Diskussionen haben wir gelernt, dass herkömmliche Methoden der Medien- und Filmwissenschaft wie Inhalts- oder Diskursanalysen an ihre Grenzen stoßen.<sup>25</sup> Daher plädieren wir dafür, einen Blick in verwandte Disziplinen zu werfen, denn TikTok als ‚Gegenstand‘ bietet es an, neue interdisziplinäre Perspektiven einzunehmen: sei es aus dem Bereich der Digital Humanities und dessen Methodenrepertoires oder der partizipativen Forschung, die wir mit dem Wechsel von Rezeption hin zur Produktion und die damit verbundene Reflexion dieses Prozesses bereits zumindest eine Stück weit erprobt haben. Eine Plattform, die sich ständig wandelt, die nur einen scheinbar subjektiven und situierten Blick<sup>26</sup> auf ihre Inhalte zulässt und deren Steuerung und Datenspeicherung in kritisch zu betrachtende soziotechnische Assemblagen<sup>27</sup> gebettet ist, wird den kultur-, medien- und filmwissenschaftlichen Diskurs weiter herausfordern. Unsere Auseinandersetzung mit den Möglichkeiten einer (Um)formatierung hat uns die Notwendigkeit vor Augen geführt, zwei Perspektiven zu verbinden; einerseits unsere eigene Position und Verortung (als Rezipierende und Produzierende), andererseits das (theoretische wie praktische) Wissen von TikToker\_innen selbst. Des Weiteren hat sie uns gezeigt, dass neue wissenschaftliche Formate unverzichtbar sind, um die Erkenntnisse zu protokollieren und zugänglich zu machen. In diesem Sinne besteht weiterhin die Notwendigkeit zu innovativen Formaten, die einen Austausch ermöglichen. Wir benötigen also vor allem eine Tanzanleitung zu dem *wie* eines Austausches: zur kritischen Überprüfung der Begriffe, Ansätze und Theorien, die zur Verbindung dieser Wissenssphären benötigt wird.

<sup>25</sup> Bisher ist die Studienlage zu TikTok und seinen Milieus recht dünn und stößt bei der Innen- und Außensicht von uns als Forschungspersonen auf weitere Widrigkeiten.

<sup>26</sup> Vgl. Haraway 1988. Auch Carolin Gerlitz (Universität Siegen) hat sich während des Diskussionsworkshops „Methoden digitaler Medienforschung“ (GfM-Jahrestagung 2018), dafür ausgesprochen, dass Haraways *situated knowledges* für die Analyse von Plattformen wichtig ist.

<sup>27</sup> Vgl. Kitchin 2017.

## Literaturverzeichnis

- Ackermann, Judith/Dewitz, Leyla/Makulik, Alexandra (2020): „Soziale Medien als Mittel der Krisenbewältigung. Besonderheiten des digitalen Storytellings auf TikTok am Beispiel von #corona“. In: *merz* 64 Special Issue: Digitale Narrative, S. 19–26.
- Ackermann, Judith/Dewitz, Leyla (2020): „Kreative Bearbeitung politischer Information auf TikTok – eine multmethodische Untersuchung am Beispiel des Hashtags #ww3“. In: Kai Hugger/Kai Kaspar/Lars Gräßer (Hrsg.): *MedienPädagogik. Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung* 38: Aneignung politischer Information in Social Media und Internet. Forschungslage und medienpädagogische Implikationen, S. 69–93.
- Chang, Jennifer (2021): „Crimeless Victims. What Is the True-Crime Takeover Doing to Us?“ (Artikel auf [bitchmedia.org](https://www.bitchmedia.org/article/crimeless-victims/whats-true-crime-takeover-doing-us)). <https://www.bitchmedia.org/article/crimeless-victims/whats-true-crime-takeover-doing-us> (15.08.2022).
- Eckert, Svea/Felke, Catharina/Grill, Markus/Milling, Palina/Vitlif, Oskar (2022): „TikTok nutzt in Deutschland Wortfilter“ (Artikel auf [tagesschau.de](https://www.tagesschau.de/investigativ/tik-tok-begriffe-blockade-101.html)). <https://www.tagesschau.de/investigativ/tik-tok-begriffe-blockade-101.html> (18.08.2022).
- Grant, Catherine (2016): „Dissolves of Passion: Materially Thinking through Editing in Videographic Compilation“. In: Christian Keathley/Jason Mittell (Hrsg.): *The Videographic Essay: Criticism in Sound and Image*. Montreal: Caboose Books, S. 37–53.
- Haraway, Donna (1988): „Situated knowledges: The science question in feminism and the privilege of partial perspective“. In: *Feminist Studies* 14, S. 575–599.
- Hern, Alex (2019): „TikTok’s local moderation guidelines ban pro-LGBT content. Chinese-owned social media app bans such content even in countries where homosexuality has never been illegal“ (Artikel auf [theguardian.com](https://www.theguardian.com/technology/2019/sep/26/tiktoks-local-moderation-guidelines-ban-pro-lgbt-content)). <https://www.theguardian.com/technology/2019/sep/26/tiktoks-local-moderation-guidelines-ban-pro-lgbt-content> (30.08.2020).
- Hinck, Ashley (2016): „Framing the Video Essay as Argument“. In: *Cinema Journal Teaching Dossier* 1.2, o. S. <https://teachingmedia.org/framing-the-video-essay-as-argument/> (30.08.2022).
- Kitchin, Rob (2017): „Thinking critically about and researching algorithms“. In: *Information, Communication & Society* 20.1, S. 14–29.
- Lobe, Adrian (2022): „Inszenierung des Krieges auf TikTok. Moonwalk auf dem Schlachtfeld“ (Artikel auf [taz.de](https://taz.de/Inszenierung-des-Kriegs-auf-TikTok/!5838205/)). <https://taz.de/Inszenierung-des-Kriegs-auf-TikTok/!5838205/> (15.08.2022).
- Matzner, Tobias/Schulz, Christian (2020): „Feed the Interface. Social-Media-Feeds als Schwellen“. In: *Navigationen. Zeitschrift für Medien- und Kulturwissenschaften* 20.4, S. 147–164.
- Meineck, Sebastian/Fanta, Alexander (2022): „„China sieht alles.“ Geleakte Mitschnitte belasten TikTok“ (Artikel auf [netzpolitik.de](https://netzpolitik.org/2022/china-sieht-alles-geleakte-mitschnitte-belasten-tiktok/)). <https://netzpolitik.org/2022/china-sieht-alles-geleakte-mitschnitte-belasten-tiktok/> (15.08.2022).
- Nowotny, Joanna/Reidy, Julian (2022): *Memes – Formen und Folgen eines Internetphänomens*. Bielefeld: Transcript.
- TikTok (2020): „How TikTok recommends videos #ForYou“ (Artikel auf [tiktok.com](https://newsroom.tiktok.com/en-us/how-tiktok-recommends-videos-for-you/)). <https://newsroom.tiktok.com/en-us/how-tiktok-recommends-videos-for-you/> (30.08.22).
- Pariser, Eli (2011): *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. London: Penguin Press.



- Reineck, Sebastian (2022): „Geheime Wortfilter. TikTok hat in Deutschland heimlich Kommentare blockiert“ (Artikel auf *netzpolitik.org*). <https://netzpolitik.org/2022/geheimewortfilter-tiktok-hat-in-deutschland-heimlich-kommentare-blockiert/> (15.08.2022).
- Smith, Ben (2021): „How TikTok Reads Your Mind“ (Artikel auf *nytimes.com*). <https://www.nytimes.com/2021/12/05/business/media/tiktok-algorithm.html> (15.08.2022).
- Stauffacher, Reto/Plaga, Corinne (2019): „Vom Meme zum Nummer-1-Hit: Wie Tiktok die Pop-Kultur verändert“ (Artikel auf *nzz.ch*). <https://www.nzz.ch/panorama/old-town-road-der-erste-tiktok-welthit-der-musikgeschichte-ld.1500889> (23.08.2022).
- Steiner, Cornelia (2022): „TikToker ‚dfaguimba‘ und Braunschweigs Polizei – die Statements“ (Artikel auf *braunschweiger-zeitung.de*). <https://www.braunschweiger-zeitung.de/braunschweig/article236086187/Polizeieinsatz-in-Braunschweig-Anzeige-gegen-Tiktok-Star.html> (15.08.2022).

## Medienverzeichnis

### Video-Essay

*Dance with an Algorithm*. Lajjana Braun, Tim Glaser, Julie Lüpkes, Irina Raskin, Franz Wagner. 2022, 13 Minuten. <https://www.youtube.com/watch?v=cxMYVv7zIYs>

### YouTube-Videos

- „Criticism in the age of TikTok“. Sight and Sound, *YouTube* (30.09.2019), <https://www.youtube.com/watch?v=B8cbrrFEeQ> (23.08.2022).
- „VIRAL TIKTOK COMPILATION #192“. TikTokeri, *YouTube* (10.06.2021), <https://www.youtube.com/watch?v=40ZQy-qAJYI> (10.08.2022).

24

---

### Fernsehsendungen

- „TikTok-Trend: Pyjama-Challenge“. *Frühstücksfernsehen*. Staffel 2020, Episode 33, Sat1 (Erstausstrahlung 17.02.2020). <https://www.sat1.de/tv/fruehstuecksfernsehen/video/202033-tiktok-trend-pyjama-challenge-clip> (10.08.2022).

### Instagram-Videos

- Bon Markel / @bon.markel (2022): Also ich bin nicht wirklich überzeugt davon 🤔🤔. <https://www.instagram.com/reel/Ca61g0jAsfK/?igshid=YmMyMTA2M2Y=> (10.08.2022).
- Willie Nelson / @frank.minisausage (2022): Just driving mum and dad around 🐶  
#minidachshund #minidachshundpuppy #minidachshundsofinstagram #dachshund  
#dachshundpuppy #dachshundsofinstagram #sausagedog #sausage #puppy #puppylove  
#puppiesofinstagram.  
<https://www.instagram.com/reel/CZ4qgJFAwNF/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>  
(10.08.2022).

### TikTok-Videos

- 🌟 Cleaning tiktok 🌟 / @beclean\_ (2022): 🌟 follow to stay on this side of TikTok 🌟 #cleantok #fyp #satisfyingcleans. [https://www.tiktok.com/@beclean\\_/video/7053906760784006406](https://www.tiktok.com/@beclean_/video/7053906760784006406) (23.08.2022).

- AdiTotoro / @aditotoro (2022): Die Wahrheit über Stifte 🤔 #foryou #aditotoro #deutsch.  
<https://www.tiktok.com/@aditotoro/video/7066348306204495110> (23.08.2022).
- ALDI Nord / @aldinord (2022): Ein Snack-Fave in den USA & @Tim brot.mit.ei hat euch nun eine tasty Variante gezaubert. Ihr liebt Fried Veggies? Dann lasst ein 🥬 da!  
#ALDIlicious. <https://www.tiktok.com/@aldinord/video/7065294676596673798>  
(23.08.2022).
- Andrew / @andrewsann (2020): i could never be on straight tiktok 🤔 || #kpop #kpopper  
#anime #weeb #bts #btsarmy #twice #blackpink #got7 #exo #foryou #fyp.  
<https://vm.tiktok.com/ZMLHUmPNr/> (12.08.2022).
- Annikazion / @annikazion (2022): Tolle Tinder Texte. Jetzt Teil 7.  
<https://vm.tiktok.com/ZMNpq877J/> (10.08.2022).
- Ash Guzman / @ash\_guzman (2022): Fridge Restock 🍷 #fridgerestock #fyp  
#fridgeorganization #asmrrefill #asmrresrock #restock #refill #viral #kitchenorganization  
#organizedhome. <https://vm.tiktok.com/ZMLHUSwQA/> (12.08.2022).
- B. Dylan Hollis / @bdylanhollis (2022): Definitely put this on your list #baking #vintage  
#cooking #valentinesday. <https://vm.tiktok.com/ZML2Ky7b8/> (12.08.2022).
- Badeenten Hut Streamer / @badeenten\_hut\_streamer (2022): #liebe #love #10months  
#glücklich #fürdich #laboom @nicole\_frech. <https://vm.tiktok.com/ZMLHUBkUm/>  
(12.08.2022).
- Beanie / @beansthegingercat (2022): Just a cute ginger boy and his squishmallow #fyp  
#catsoftiktok #cat #cute #squishmallow #squishmallows.  
<https://vm.tiktok.com/ZMLHUBYtU/> (12.08.2022).
- Bene / @bene.schulz (2021): What are we doing now? #pov #train #subway #elevatorboys.  
<https://vm.tiktok.com/ZMLHUjprC/> (12.08.2022).
- Blaine Jacoby / @thenamesblaine (2022): Because just once isn't enough 🏳️ #lgbt #lgbtq  
#trans #queer #ftm #taken #transgender #afab <https://vm.tiktok.com/ZMNpVStfBy/>  
(10.08.2022).
- Blossom / @littleblossomdarling (2021): get ready with me in 1864 !! #fyp #historicalfashion  
#sewing #cottagecore #fairycore #victorian #historicalsewing.  
<https://vm.tiktok.com/ZMLHU6M2v/> (12.08.2022).
- Brock Paints War / @brockpaintswar (2022): #warhammer #warhammer40k #minipainting  
#40k #necrons #paintingwarhammer #imperium #xenos #gamesworkshop.  
<https://www.tiktok.com/@brockpaintswar/video/7066509902793084207> (23.08.2022).
- Cameron Geller / @cameron.geller (2021): [ohne Titel]. <https://vm.tiktok.com/ZMNs5uSL/>  
(12.08.2022).
- cearah / @cececearah (2022): hi guys 🤔 #nyc #algorithm #yourelikeme #TeamofTomorrow  
#mcdonaldshacks #DIYwithBlock #sexy #brooklyn #knittok #modeltok #photographer  
#ootd #fyp. <https://www.tiktok.com/@cececearah/video/7061258645891271982>  
(23.08.2022).
- cikiee / @cikiee\_ (2022): No hastag.  
[https://www.tiktok.com/@cikiee\\_/video/7056219898925616431](https://www.tiktok.com/@cikiee_/video/7056219898925616431) (23.08.2022).
- Daisy Helliwell / @georgewasalsotaken (2022): #fyp #mentalhealth #mentalhealthawareness  
#viral #trichotillomania #derealization #anxiety #anxietydisorder.  
<https://vm.tiktok.com/ZMLHUMLUUS/> (12.08.2022).
- Deniz / @wahre\_worte\_tt (2021): [ohne Titel]. <https://vm.tiktok.com/ZMLHUuSX7/>  
(12.08.2022).

- Des / @destinytriestiktok (2022): [Titel nicht mehr verfügbar]. Video nicht mehr verfügbar.
- elevatormansion / @elevatormansion (2022): new elevator moves unlocked @heidiklum #german#elevatorboys. <https://vm.tiktok.com/ZMLHUjrTS/> (12.08.2022).
- Eli / @.hpxeditss (2022): this took me SIX HOURS but I'm so proud that I finally finished it!!💖 #harrypotter #timetorun #longedit #foryoupage #foryou. <https://vm.tiktok.com/ZMLHUyeJw/> (12.08.2022).
- EurosportDE / @eurosportde (2022): Da wird einem immer wieder klar, wie gefährlich das Ganze ist 😞 #Olympics #Beijing2022 #OlympicSpirit #HospitalFlip. <https://www.tiktok.com/@eurosportde/video/7065765806361087237> (23.08.2022).
- ezra / @astralwitch (2021): i'm obviously not good at the no nuance part lol #witchtok #witchcraft #spiritual #crystals #witchesoftiktok #vwitchtok. <https://vm.tiktok.com/ZMLHUFxe/> (12.08.2022).
- Fahrstuhlgirls / @fahrstuhlgirls (2021): #Duett mit @jacob\_rtt we will never leave you alone. #fahrstuhlgirls #elevatorboys #fyp. <https://vm.tiktok.com/ZMLHUUGU4/> (12.08.2022).
- Farhan / @imfarhans (2022): Interact with this tiktok to stay on this side of tiktok 💰🙏. Video nicht mehr verfügbar.
- fee!! / @dummydo11y (2021): enby struggles #goth #altrittok #nonbinary #lgbtq #gothstyle #fyp #altrittok #fitcheck #foryou. <https://vm.tiktok.com/ZMLHULN8N/> (12.08.2022).
- funmomentsarehere / @funmomentsarehere (2022): #phd #phdtroll #phdlife #phdstudent #phd\_troll #graduateschool #doctorate #hbo #hbomax #succession #successionhbo #regret. <https://www.tiktok.com/@funmomentsarehere/video/7066229993847786758> (23.08.2022).
- Hank Green / @hankgreen1 (2022): [ohne Titel]. <https://www.tiktok.com/@hankgreen1/video/7065515423743134981> (23.08.2022).
- HannahBreadTok / @hannahbreadtok (2021): it's just bread... #fyp #lesbianbreadtok #sourdough #bread #flourdustfairy #doughdump #doughbuns #iloafyou. <https://vm.tiktok.com/ZMLHUFn5J/> (12.08.2022).
- Heidi Klum / @heidiklum (2022): Keep Dancing #chaiteawithheidi. <https://www.tiktok.com/@heidiklum/video/7062409625777327406> (12.08.2022).
- hmppt / @hanifmislam (2021): create your ppt fast and pretty. #powerpoint #ppt #fyp #tutorial. <https://www.tiktok.com/@hanifmislam/video/7001773020318666010> (10.08.2022).
- honey / @honeybunny.261 (2022): stupid little nonbinary outfits #nonbinary #nonbinaryoutfit #nonbinarycreature #creature. <https://www.tiktok.com/@honeybunny.261/video/7065321157716675846> (23.08.2022).
- Jack The Whipper / @jacqueszewhipper (2022) Brand new #homemade whip song in the #snow #renfaire #renfest #circus #jacqueszewhipper #soundofsilence #simonandgarfunkel #hellodarknessmyoldfriend #funny #fyp. <https://www.tiktok.com/@jacqueszewhipper/video/7066527858864360751> (23.08.2022).
- Jacob Rott / @jacob\_rtt (2021a): the boys next door #viral#fy#fyp#foryou#elevatorboys#trend. <https://vm.tiktok.com/ZMLHUFBJm/> (12.08.2022).
- Jacob Rott / @jacob\_rtt (2021b): you're welcome :) #viral#fy#fyp#foryou#elevatorboys. <https://vm.tiktok.com/ZMLHUSG9r/> (12.08.2022).
- Jacob Rott / @jacob\_rtt (2021c): #POV: We meet during a city stroll #viral#fy#fyp#foryou#elevatorboys#trend#us. <https://vm.tiktok.com/ZMLHURasw/> (12.08.2022).

- Jenny / @jennyrosapustebly (2022): Man fühlt sich gleich beobachtet 🤔😂 #mamablogger\_de #mamaalltag #haushalt #geschirr #wäschewaschen #mamasein #mamaleben #papablogger #daddyblogger #momlife #dickbauchdienstag #elternblog #mamabloggerin.  
<https://www.tiktok.com/@jennyrosapustebly/video/7065036461900401926> (12.08.2022).
- juuliaboolia / @thecallmejuliapaing (2022): Reply to aji...xd do you want the masculine or the feminine side? #fyp #wlw #lgbt #genderfluid #androgynous.  
<https://vm.tiktok.com/ZMNsr4eVf/> (12.08.2022).
- Kaerbchen / @kaerbchen (2022): Ein Milieu ist keine Bubble und ein Fahrstuhl kein Drehort. #ffk35 <https://www.tiktok.com/@kaerbchen/video/7078663767793437957> (12.08.2022).
- kenzie / @makenzie.deluca (2022): 7 hours later... @aiden.mack16.  
<https://www.tiktok.com/@makenzie.deluca/video/7059933142492269870> (23.08.2022).
- Kleiko Hein / @kleikohein (2021): Folgt mir hier im neuen Account 👍 #carstenstahl #protectyourchildren #schützteurekinder #politik #gegengewalt #fy #fyp #foryou #ungeimpft #viral #duett #stitch #humanremains. <https://vm.tiktok.com/ZMLHUvjct/> (12.08.2022).
- L / @user7b8qm1w9c6 (2022): Reply to @user7b8qm1w9c6 I forgot to cut the end face out.  
<https://vm.tiktok.com/ZMLHUSV9L/> (12.08.2022).
- Late Night Berlin / @latenightberlin (2022): Aufzug-Game stark ausgebaut dank der @elevatormansion #LateNightBerlin #ElevatorBoys.  
<https://www.tiktok.com/@latenightberlin/video/7069717375586733317> (12.08.2022).
- Lena Foxx / @lena\_foxxx (2022): This is what being with a cosplayer is like 😏 (I have shorts on!) #cosplay #fyp 🍷 #cosplayer ib@dessyyc. <https://vm.tiktok.com/ZMLHUrYJJ/> (12.08.2022).
- Leon / @leonfertich420 (2021): They make a dance out of literally everything 🤗 #lgbtq #420 #foryou #xyzbca #straighttiktok. <https://vm.tiktok.com/ZMNsrUNyC/> (12.08.2022).
- liamfawell / @liamfawell (2022): comment to stay on this side of tiktok!.  
<https://www.tiktok.com/@liamfawell/video/7056749389548719362> (23.08.2022).
- Lucy / @\_disneyaesthetics\_ (2022): like to stay on this side of tiktok 🍷 #disney #disneyworld #wdw #disneytok #disneyaesthetic #disneynostalgia #nostalgia #foryoupage #fyp #viral.  
[https://www.tiktok.com/@\\_disneyaesthetics\\_/video/7058383403820846382](https://www.tiktok.com/@_disneyaesthetics_/video/7058383403820846382) (23.08.2022).
- MALINDA / @malindamusic (2021): I pity them honestly. #straighttiktok #thoughtsfortheday #SwitchTheChobaniFlip. <https://vm.tiktok.com/ZMLHUbr4w/> (12.08.2022).
- Megan McIntosh / @megnmac26 (2022): #bathroommakeover #bathroomremodel #diyhomeprojects #HomeDecor. <https://vm.tiktok.com/ZMLHUF1T1/> (12.08.2022).
- Mercadez Camins / @mercadez\_c (2021): It's a normal convo with my bb sis @trin.amen #fyp 🍷 #foryoupage #foryou #conservative #christiantiktok #WinterBreak #republican #christmasparty. [https://www.tiktok.com/@mercadez\\_c/video/7043181240257629445](https://www.tiktok.com/@mercadez_c/video/7043181240257629445) (10.08.2022).
- Mystic / @mystic98 (2022): it's the best 🤗🎮 #valorant #discord.  
<https://www.tiktok.com/@mystic98/video/7063876091051511045> (23.08.2022).
- Nathan / @nathanmooo (2022): rahhh.  
<https://www.tiktok.com/@nathanmooo/video/7066099266023935238> (23.08.2022).
- Nik / @thatpinupwitch (2022): Happy Valentines Day.  
<https://www.tiktok.com/@thatpinupwitch/video/6929256627019189509> (23.08.2022).

- Noah Beck / @noahbeck (2020): yup.. welcome to straight tik tok.  
<https://vm.tiktok.com/ZMLHUhv7o/> (12.08.2022).
- polyamfam / @polyamfam (2022): 🍷🍷 #polyamory #polytok #polyamorous #polyamorous  
#polyamorrelationship #polyamorytiktok #polyam #nonmonogamy  
#openrelationships. <https://www.tiktok.com/@polyamfam/video/7066088448230444335>  
(23.08.2022).
- Quite Interesting / @theqielves (2022): QI Series N Ep.11 'Nonsense' with #SandiToksvisg  
#AlanDavies #PhillJupitus #NishKumar & #HollyWalsh - #over #overandout.  
<https://www.tiktok.com/@theqielves/video/7066490304374820101> (23.08.2022).
- rain / @beebabodabee (2021): some crystals that help with anger :)<3 #crystals #anger  
#crystalok #witchtok #witchcraft #spiritual #spirituality #111 #fyp.  
<https://vm.tiktok.com/ZMLHU8QBS/> (12.08.2022).
- Rebecca Jay 🍷 / @wheresmychinchilla (2022): interact to stay on this side of tiktok 🍷🍷  
follow for more videos :).  
<https://www.tiktok.com/@wheresmychinchilla/video/6955924918319992069> (23.08.2022).
- Rocky Von Prenzsauerberg / @rocky\_von\_prenzsauerberg (2022): #chooseyourcharacter  
#chooseyourgame #rocky\_von\_prenzsauerberg #berliner #berlinoutfit #sisyphos  
#berghain #kitkatclub #club #outfit. <https://vm.tiktok.com/ZMNpVHtm4/> (10.08.2022).
- Rye / @seeded.rye (2022): Respectfully tho #theythem #nonbinary #queer #lgbtq #boyfriend.  
<https://www.tiktok.com/@seeded.rye/video/7066221111238970671> (23.08.2022).
- Sophia / @sosocietys (2021): #powerpoints #tutorials.  
<https://www.tiktok.com/@sosocietys/video/6984050322146643206> (10.08.2022)
- speedyisme / @speedyisme (2022): Reply to @seagreenmichi.  
<https://www.tiktok.com/@speedyisme/video/7062485762683587887> (23.08.2022).
- Sue Rose / @suexjosh (2021): I got caught 💧💧 #couplegoals #marriedlife #fyp #viral #trend  
#comedy #StPatricksDay. <https://vm.tiktok.com/ZMLHUBaGY/> (12.08.2022).
- Syd 🍷 / @sydneyrose (2022): who was gonna tell me #fyp #foryou #wlv #bi  
#betterlatethannever. <https://www.tiktok.com/@sydneyrose/video/7058339473293167919>  
(23.08.2022).
- Teo / @heyteo\_ (2020): Wie funktioniert der TikTok Algorithmus 📈? #tiktok  
#tiktokalgorithmus #tiktokalgorithm #socialmedia #lernenmittiktok.  
[https://www.tiktok.com/@heyteo\\_/video/6841141548063689989](https://www.tiktok.com/@heyteo_/video/6841141548063689989) (23.08.2022).
- Tessa Violet / @tessaviolet (2022a): [Titel nicht mehr verfügbar].  
<https://www.tiktok.com/@tessaviolet/video/7065057580464246063> [nicht mehr abrufbar].
- Tessa Violet / @tessaviolet (2022b): Reply to @surahhurah LMAO not my best but i was  
doing it for the tutorial! (if you try it, height in you jump is important) i didn't get high  
enough for this one. <https://www.tiktok.com/@tessaviolet/video/7066477266431233327>  
(23.08.2022).
- Thanya / @thanyaw\_ (2022): Would you get rid of this.  
top? [https://www.tiktok.com/@thanyaw\\_/video/7066090252808523013](https://www.tiktok.com/@thanyaw_/video/7066090252808523013) (10.08.2022)
- The Wellness Baddie / @carlie\_chimenti1 (2022): [Titel nicht mehr verfügbar]. Video nicht  
mehr verfügbar.
- tipberlin / @tip\_berlin (2022): War eure Lieblingsadresse schon dabei? 🍷 #berlin  
#fashiontiktok #vintage #shopping #ootd #fashion #viral #4u.  
[https://www.tiktok.com/@tip\\_berlin/video/7066429048716659974](https://www.tiktok.com/@tip_berlin/video/7066429048716659974) (23.08.2022).

ZEYNEP / @zeynepqt (2022a): Reply to @zeynepqt folgt mir auf instagram @ZeynepQt check meine bio ab♥♥ #schule #school #powerpoint #layout.

<https://www.tiktok.com/@zeynepqt/video/7050454509406948613> (10.08.2022).

ZEYNEP / zeynepqt (2022b): Ihr könnt es euch auch kaufen★ Instagram: ZeynepQt #schule #school #abitur #powerpoint #tutorial #powerpointtutorial.

<https://www.tiktok.com/@zeynepqt/video/7055414089245363462> (10.08.2022).