

Call for Papers

LinguisTikTok: Linguistische Forschung zu und auf TikTok

Dresden, 24. – 26. März 2025

Organisation: Simon Meier-Vieracker¹, Jana Tschannen²

¹ Institut für Germanistik und Medienkulturen, TU Dresden; ² Institut für Germanistik, Universität Basel

TikTok gehört neben Instagram und YouTube zu den beliebtesten audiovisuellen Plattformen weltweit (We Are Social 2024). Auch wenn sich die einzelnen Plattformen in ihren Funktionen angleichen – beispielsweise hinsichtlich der Videolänge, der Gestaltungsmöglichkeiten und der Empfehlungsalgorithmen, welche die angezeigten Inhalte bestimmen – lassen sich doch plattformspezifische Besonderheiten beobachten. So unterscheidet sich TikTok von den anderen Plattformen besonders durch den mimetischen Charakter, der von Nachahmung geprägt ist. TikTok ist zunächst für Lip-sync- und Tanzvideos bekannt geworden (Schellewald 2021). Mittlerweile lässt sich jedoch eine thematische Vielfalt ausmachen, die weit über Unterhaltung hinausgeht und die sich auch in den Akteur*innen widerspiegelt: Politische Parteien, große Medienhäuser und Institutionen passen ihre Inhalte aus etablierteren Kanälen mehr oder weniger erfolgreich an die Affordanzen der Plattform an. Auch Einzelpersonen in der Rolle als Expert*innen, Lehrer*innen und Wissenschaftler*innen nutzen die Plattform zur Wissens- und Wissenschaftsvermittlung und tragen damit zum "Infotainment" bzw. "Edutainment" (Weidner 2017; Jarvin 2015) bei.

Mittlerweile gibt es zahlreiche Forschungsbeiträge aus verschiedenen wissenschaftlichen Disziplinen, die sich mit der seit 2018 als TikTok bekannten Plattform befassen. Exemplarisch lassen sich hier Beiträge anführen, die sich mit plattformspezifischen Eigenschaften und Formaten beschäftigen (Shutsko 2020; Zulli/Zulli 2020; Schellewald 2021), die Verbreitung von politischen sowie aktivistischen Inhalten in den Blick nehmen (Ackermann/Dewitz 2020; Huber et al. 2022), die Anpassung von Nachrichtenformaten an Affordanzen der Plattform beschreiben (Vázquez-Herrero/Negreira-Rey/López-García 2020; Hase/Boczek/Scharkow 2023) oder TikToks Potentiale als Ort der Bildung und Wissensvermittlung hervorheben (Wolf 2021; Zeng/Schäfer/Allgaier 2021; Sari et al. 2022).

Linguistische Forschung zu TikTok ist dagegen eher überschaubar. Zu nennen sind hier Beiträge zu Code Mixing und Switching (Azir 2021; Purnami 2022), zur Verwendung von Stilen und Registern (Chau 2021; Lisdawati 2021; Ilbury 2023; Jones 2023), zu Selbstdarstellung und Identitätskonstruktion (Darvin 2022) und zu kreativer Selbstzensur (Calhoun/Fawcett 2023). Es zeichnet sich bereits ab, dass die multimodalen Kommunikationspraktiken auf TikTok ein höchst ertragreicher Gegenstand für verschiedene linguistische Teildisziplinen und Forschungsfragen sind. Zugleich hat sich

TikTok auch als Plattform für Wissenschaftskommunikation aus dem Bereich der Linguistik etabliert.

Mit der zunehmenden Beliebtheit und dem enormen populärkulturellen Einfluss von TikTok werden zahlreiche Fragen aufgeworfen, die zu weiteren linguistischen Analysen einladen. Die Tagung setzt sich deshalb das Ziel, aktuelle linguistische Forschung zu TikTok zu bündeln und die verschiedenen theoretischen, empirischen und methodischen Zugänge in Dialog zu bringen. Zudem soll der Austausch mit Creator*innen ermöglicht werden, die TikTok für die Vermittlung und Popularisierung der Linguistik nutzen (etwa @fussballinguist, @linguistik.studieren oder @glima.tuebingen).

Mögliche thematische Schwerpunkte können sein:

- **Methodologische Grundlagenforschung zu Multimodalität:** TikTok zeichnet sich durch eher kurze, dafür sehr komplex gestaltete Videos aus, die auf der For You Page in einer endlosen Timeline erscheinen. Wie lässt sich die Komplexität der Videos angemessen analysieren? Wie lassen sich Daten beschaffen und aufbereiten?
- **Interaktionsformate:** Zwar ist TikTok im Vergleich zu anderen Plattformen weniger auf den wechselseitigen Austausch mit anderen Nutzer*innen ausgelegt, trotzdem gibt es verschiedene Interaktionsmöglichkeiten. Wie werden diese Möglichkeiten genutzt?
- **Wissens- und Wissenschaftskommunikation in einer auf Unterhaltung ausgelegten Umgebung:** Welche Strategien der Wissensvermittlung, der Popularisierung von Wissenschaft, der Herstellung und Inszenierung von Wissenschaftlichkeit und Expertise lassen sich linguistisch ermitteln? Welche Möglichkeiten ergeben sich im Besonderen für die Vermittlung linguistischer Themen und Inhalte?
- **TikTok als Booster für Desinformation und Verschwörungstheorien:** Wie sind Verschwörungstheorien multimodal aufbereitet? Welche Narrationen und Argumentationen lassen sich erkennen?

Wir begrüßen auch Beiträge, die sich mit Instagram befassen oder verschiedene audiovisuelle Plattformen vergleichen. Für Creator*innen gibt es die Möglichkeit, ihre Kanäle, Formate und Contentstrategien in Form von Praxisberichten zu präsentieren. **Keynotes** werden gehalten von Rodney Jones (Reading) und Ruth Page (Birmingham).

Für die Vorträge sind jeweils 20 Minuten Slots vorgesehen gefolgt von 10 Minuten Diskussion. Die Abstracts für die Vorträge (max. 300 Wörter exkl. Literatur) sollten klare Forschungsfragen, methodische Ansätze und vorläufige Ergebnisse oder Erkenntnisse enthalten. Vorträge sowie Abstracts können auf Deutsch oder Englisch verfasst sein.

Ihr Abstract senden Sie bitte bis zum **13.09.2024** an jana.tschannen@unibas.ch. Die Auswahl der Vorträge erfolgt bis zum 11.10.2024.

Literatur

- Ackermann, Judith/Dewitz, Leyla (2020): Kreative Bearbeitung politischer Information auf TikTok. Eine multimethodische Untersuchung am Beispiel des Hashtags #ww3. *MedienPädagogik. Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung*. 38, S. 69–93.
- Azir, I.D.A. (2021): An analysis of code-mixing in Lazuardy Printing TikTok account. *Ethical Lingua* 8 (1), S. 399–407.
- Calhoun, Kendra/Fawcett, Alexia (2023): "They Edited Out her Nip Nops": Linguistic Innovation as Textual Censorship Avoidance on TikTok. *Language@Internet* 21 (1), S. 1–30.
- Chau, Dennis (2021): Spreading language ideologies through social media: Enregistering the 'fake ABC' variety in Hong Kong. *Journal of Sociolinguistics* 25 (4), S. 596–616.
<https://doi.org/10.1111/josl.12486>.
- Darvin, Ron (2022): Design, resistance and the performance of identity on TikTok. *Discourse, Context & Media* 46, S. 100591. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2022.100591>.
- Hase, Valerie/Boczek, Karin/Scharkow, Michael (2023): Adapting to Affordances and Audiences? A Cross-Platform, Multi-Modal Analysis of the Platformization of News on Facebook, Instagram, TikTok, and Twitter. *Digital Journalism* 11 (8), S. 1499–1520.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2128389>.
- Huber, Brigitte/Lepenies, Robert/Quesada Baena, Luis/Allgaier, Joachim (2022): Beyond Individualized Responsibility Attributions? How Eco Influencers Communicate Sustainability on TikTok. *Environmental Communication* 16 (6), S. 713–722.
<https://doi.org/10.1080/17524032.2022.2131868>.
- Ilbury, Christian (2023): The recontextualisation of Multicultural London English: Styling the 'roadman'. *Language in Society*, S. 1–25. <https://doi.org/10.1017/S0047404523000143>.
- Jarvin, Linda (2015): Edutainment, Games, and the Future of Education in a Digital World: Edutainment, Games, and the Future of Education in a Digital World. *New Directions for Child and Adolescent Development* 2015 (147), S. 33–40. <https://doi.org/10.1002/cad.20082>.
- Jones, Rodney H. (2023): Lip-synching and young people's everyday linguistic activism on TikTok. In: Reichl, Susanne/Smit, Ute (Hg.): *#YouthMediaLife & Friends*. Göttingen: V&R unipress. S. 23–42. <https://doi.org/10.14220/9783737016391.23>.
- Lisdawati, Ida (2021): Language Style and Register Used by Famous Content Creators in Tiktok Application. *IDEAS: Journal on English Language Teaching and Learning, Linguistics and Literature* 9 (2), S. 187–198. <https://doi.org/10.24256/ideas.v9i2.2192>.
- Purnami, Wening Handri (2022): The Language Use in TikTok Social Media as A Means of Entertainment for the Community. In: Haristiani, Nuria et al. (Hg.): *Proceedings of the Sixth International Conference on Language, Literature, Culture, and Education (ICOLLITE 2022)*. Paris: Atlantis Press SARL. S. 637–642. https://doi.org/10.2991/978-2-494069-91-6_98.
- Sari, Eka Fitri Novita/Siregar, Nofi Marlina/Sukiri, Sukiri/Julianti, Rekha Ratri/Resza, Ayatullah Muhammad (2022): How Physical Education through TikTok Makes a Difference: The Use of TikTok to Promote Learning Activities. *International Journal of Human Movement and Sports Sciences* 10 (2), S. 187–192. <https://doi.org/10.13189/saj.2022.100208>.
- Schellewald, Andreas (2021): Communicative Forms on TikTok: Perspectives From Digital Ethnography. *International Journal of Communication* 15, S. 1437–1457.
- Shutsko, Aliaksandra (2020): User-Generated Short Video Content in Social Media. A Case Study of TikTok. In: Meiselwitz, Gabriele (Hg.): *Social Computing and Social Media. Participation, User Experience, Consumer Experience, and Applications of Social Computing* (= Lecture Notes in Computer Science). Cham: Springer International Publishing. S. 108–125.
https://doi.org/10.1007/978-3-030-49576-3_8.

- Vázquez-Herrero, Jorge/Negreira-Rey, María-Cruz/López-García, Xosé (2020): Let's dance the news! How the news media are adapting to the logic of TikTok. *Journalism*, S. 1–19. <https://doi.org/10.1177/1464884920969092>.
- Vizcaíno-Verdú, Arantxa/Aguaded, Ignacio (2022): #ThisIsMeChallenge and Music for Empowerment of Marginalized Groups on TikTok. *Media and Communication* 10 (1), S. 157–172. <https://doi.org/10.17645/mac.v10i1.4715>.
- Weidner, Beate (2017): *Kommunikative Herstellung von Infotainment: gesprächslinguistische und multimodale Analysen einer TV-Kochsendung* (= Linguistik – Impulse & Tendenzen 70). Berlin/Boston: De Gruyter.
- Wolf, Karsten. D. (2021): Informelles Lernen mit Performanzvideos und Tutorials auf TikTok. In: Moormann, Peter/Zahn, Manuel/Bettinger, Patrick/Hofhues, Sandra/Keden, Helmke Jan/Kaspar, Kai (Hg.): *Mikroformate. Interdisziplinäre Perspektiven auf aktuelle Phänomene in digitalen medienkulturen*. München: Kopead. S. 171–190.
- Zeng, Jing/Schäfer, Mike S./Allgaier, Joachim (2021): Reposting "Till Albert Einstein Is TikTok Famous": The Memetic Construction of Science on TikTok. *International Journal of Communication* 15 (0), S. 3216–3242.
- Zulli, Diana/Zulli, David James (2020): Extending the Internet meme: Conceptualizing technological mimesis and imitation publics on the TikTok platform. *New Media & Society* 24 (8), S. 1872–1890. <https://doi.org/10.1177/1461444820983603>.