



ACT ON! Short Report Nr. 7

„Du bist voll unbekannt!“

Selbstdarstellung, Erfolgsdruck und Interaktionsrisiken auf TikTok aus Sicht von
12- bis 14-Jährigen

Ausgewählte Ergebnisse der Monitoring-Studie



**JFF – Institut für
Medienpädagogik**

München, im August 2020

ACT ON! ist ein medienpädagogisches Forschungs- und Praxisprojekt, das auf das aktuelle Online-Handeln von Heranwachsenden im Alter von 10 bis 14 Jahren fokussiert. Im Zentrum des Projekts steht die Perspektive der Heranwachsenden auf „ihre“ Online-Welten.

Im Praxismodul setzen sich Kinder und Jugendliche in Online- oder Offline-Workshops kreativ und reflektiert mit aktuellen Medienphänomenen auseinander. Die Perspektive der Kinder und Jugendlichen wird modular im ACT ON!-Projektblog aufbereitet und der Öffentlichkeit zur Verfügung gestellt. Zudem werden Impulse und Anregungen für die medienpädagogische Arbeit entwickelt. So entsteht eine Podcastreihe, die den Blick der Heranwachsenden auf die (digitale) Lebenswelt der Heranwachsenden sichtbar macht. Das multimediale ACT ON!-Game InfluencAR soll Kindern und Jugendlichen die Kniffe und Tücken der Entwicklung eines YouTube-Kanals erfahrbar machen. Das dazugehörige Booklet wird Hintergrundinformationen und methodische Anregungen zum Einsatz des Spiels im pädagogischen Kontext bieten.

Die Monitoring-Studie des Projekts geht folgenden Fragen nach:

- Welche Online-Angebote stehen derzeit bei den 10- bis 14-Jährigen hoch im Kurs?
- In welcher Weise nutzen sie die Online-Angebote?
- Wie schätzen sie Online-Angebote im Hinblick auf Risiken ein?
- Welche Strategien haben sie im Umgang mit Online-Risiken entwickelt?
- Welche Unterstützung wünschen sie sich in Bezug auf Online-Risiken?

In der Monitoring-Studie kommen qualitative Erhebungsmethoden in Kleingruppen zum Einsatz. Es werden ca. 80 bis 100 Heranwachsende pro Jahr befragt. In der hier zugrunde liegenden Befragung (2019) stand die Altersgruppe der 12- bis 14-Jährigen im Fokus.

Gefördert wird das Projekt vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ).

Weitere Informationen: <https://act-on.jff.de>

Kontakt

JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis
Arnulfstraße 205
80634 München
www.jff.de

Praxis-Modul: Tina Drechsel, tina.drechsel@jff.de, +49 89 68989-142

Monitoring-Studie: Sina Stecher, sina.stecher@jff.de, +49 89 68989-125, Christa Gebel, christa.gebel@jff.de

Zitiervorschlag für diesen Report:

Stecher, Sina/Bamberger, Anja/Gebel, Christa/Cousseran, Laura/Brüggen, Niels (2020). „Du bist voll unbekannt!“ Selbstdarstellung, Erfolgsdruck und Interaktionsrisiken auf TikTok aus Sicht von 12- bis 14-Jährigen. ACT ON! Short Report Nr. 7. Ausgewählte Ergebnisse der Monitoring-Studie. München: JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis. <https://act-on.jff.de/die-monitoring-studie>

Korrekturat:

Siuda Scheibel GbR <http://www.redaktion-kultur-bildung.de/>

Die Verfasser*innen danken folgenden Personen für ihre Unterstützung:

- Analysen und Recherchen: Christian Beck, Isabelle Gloss, Laura Jochmann, Maria Lang

Gefördert vom:



Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend



Inhalt

1	Zusammenfassung und Fazit	2
2	Einleitung.....	6
3	Untersuchungsanlage und Methode	7
4	Ausgewählte Ergebnisse	13
4.1	Rezeptive und produktive Nutzung von Videoplattformen	13
4.2	Nutzungsweisen von TikTok	14
4.3	Selbstdarstellung auf TikTok.....	18
4.4	Wahrnehmung von Risiken auf TikTok.....	22
	Literaturverzeichnis.....	32
	Glossar	33

1 Zusammenfassung und Fazit

TikTok ist eine videofähige Social-Media-Plattform, die Kindern und Jugendlichen kreative Nutzungsmöglichkeiten bietet. Mithilfe der zugehörigen App können kurze Videos mit der Smartphone-Kamera gedreht und bearbeitet werden. Hierfür stehen ein sehr großer Pool von Musiktiteln sowie zahlreiche einfach einzusetzende Effekte und Filter zur Verfügung. Bekannt ist TikTok für Lip-Sync- und Tanzvideos, in denen TikToker*innen im Playback-Verfahren performen.

Auch wenn TikTok zu den weniger stark frequentierten Plattformen der Jugendlichen zählt, so steht sie bei Mädchen doch deutlich höher im Kurs (Feierabend et al. 2020, S. 32). Dies zeigt sich auch in den hier vorliegenden Ergebnissen der ACT ON!-Monitoring-Befragung. An ihr nahmen 97 Heranwachsende im Alter von 12 bis 15 Jahren teil, von denen 31 – darunter lediglich ein Junge – Erfahrungen mit der TikTok-Nutzung aufwiesen und diese ausführlicher diskutierten. Insbesondere hierauf beruht der Großteil der hier dargestellten Ergebnisse.

Von teilnehmenden 55 **Mädchen** konnte immerhin über die Hälfte auf Erfahrungen mit TikTok verweisen, auch wenn die Nutzung bei einigen schon etwas länger zurücklag. Die befragten TikTok-Nutzer*innen zeigen sich auf der Plattform recht aktiv: Ein knappes Drittel nutzt die Plattform bzw. App mehrmals täglich und über die Hälfte von ihnen hat schon einmal **eigene Videos hochgeladen**. Attraktiv sind für die Videoproduzent*innen die Unaufwendigkeit der Videoherstellung und der unkomplizierte Einsatz der verfügbaren Effekte und Filter. Ferner reizt sie an der Produktion, dass die Plattform die inhaltliche Ausrichtung nicht durch vorgegebene Genres eingrenzt und sie die Videos beispielsweise zur Darstellung der eigenen Hobbys nutzen können.

Bei der Videoauswahl zur **Rezeption** lassen sich die Befragten hauptsächlich durch die Plattformofferten leiten: Sie nutzen die personalisierte Einstiegsseite, um sich die neuesten Videos anzuschauen, die ihnen algorithmenbasiert und auf Basis ihrer Plattformaktivitäten durch TikTok zusammengestellt werden. Zwar sind die einzelnen Videos kurz, doch kann sich die Rezeptionsdauer leicht stärker ausdehnen als intendiert. Die praktisch unbegrenzte Zahl der vorgeschlagenen Videos und ihren schnellen Wechsel erleben die Nutzer*innen als abwechslungsreich. Aber auch eine ausufernde Beschäftigung mit der Videoproduktion thematisieren die Befragten, indem sie auf einzelne Beispiele extremen TikTok-Engagements im Peer-Umfeld hinweisen.

Vernetzungsaktivitäten wie anderen zu folgen, Videos zu Herzen und zu kommentieren, gehört für den überwiegenden Teil der Nutzer*innen zum Aktivitätsrepertoire. Diese Aktivitäten beeinflussen zum einen die plattformseitigen Rezeptionsvorschläge, zum anderen dienen sie der Steigerung der eigenen Bekanntheit. Insbesondere die Nutzung von Hashtags, das gegenseitige Erwähnen von TikToker*innen und das Erstellen von sogenannten Duetten steigern die Klickraten der eigenen Videos. Teilweise erfolgt die Vernetzung auch mit anderen Social-Media-

Angeboten. Etliche Vernetzungsaktivitäten setzen voraus, dass das Profil und die Videos der Nutzer*innen auf TikTok öffentlich gestellt sind. Ein öffentliches Profil ist die plattformseitige Voreinstellung.

Hohe Popularität stellt für die befragten TikTok-Nutzer*innen eine wichtige Plattformnorm dar. Dies lässt sich unter anderem daran erkennen, dass der Video-Kommentar „Du bist voll unbekannt!“ als Beispiel für eine Herabsetzung angeführt wird. Gleichzeitig wird an dem Beispiel deutlich, dass es auch Schattenseiten haben kann, die Aufmerksamkeit anderer Nutzer*innen auf sich zu ziehen. Daher ist es nicht verwunderlich, dass sich in den Diskussionen der Jugendlichen auch eine ambivalente Haltung zur Popularität zeigt. Die Kehrseite besteht aus Sicht der Jugendlichen vor allem darin, der Kritik anderer Nutzer*innen ausgesetzt zu sein. Die befragten TikTok-Nutzer*innen bemerken einen auf der Plattform herrschenden hohen **Perfektions- und Konformitätsdruck**. Aussehen, Kleidung und Fähigkeiten stünden stets unter kritischer Beobachtung und würden häufig zur Zielscheibe von **Hate**-Kommentaren. Die hohe Anonymität auf dieser internationalen Plattform trägt den Jugendlichen zufolge dazu bei, dass unüberlegte oder absichtlich verletzende negative Kommentare verfasst würden. Ablehnung und Herabwürdigung würden auch mittels unterschiedlicher Plattformfunktionen zum Ausdruck gebracht. Daher versuchen die Heranwachsenden in ihrer Selbstdarstellung und der Produktion der Videos alle Peinlichkeiten und jeglichen Anlass für Kritik und Hate zu vermeiden. Die Verführung, für eine optimierte Selbstdarstellung auf Effekte und Filter zurückzugreifen, um beispielsweise das Körperbild dem angestrebten **Schönheitsideal** anzupassen, ist daher hoch. Dies sieht zumindest ein Teil der befragten TikTok-Nutzer*innen kritisch und plädiert für eine authentische Selbstdarstellung.

Wer Popularität erreichen oder bestimmte Formen der Zusammenarbeit nutzen möchte, so etwa das Erstellen von Duetten, muss darauf verzichten, den öffentlichen Zugriff auf sein Profil oder seine Videos durch **Privatsphäre-Einstellungen** zu begrenzen. Allerdings, so wissen die Befragten, hätten die einzelnen TikToker*innen selbst bei privat gestellten Profilen und Videos keine wirkliche Kontrolle darüber, wer möglicherweise Videos herunterlade oder abfilme und anschließend weiterverbreite, etwa um sich darüber lustig zu machen. Vor dem Blick und Zugriff anderer Nutzer*innen schützt letztlich nur die Strategie, die Videos gar nicht zu veröffentlichen und lediglich als Entwurf zu speichern. Dies lässt sich wiederum nicht gut mit der Motivation der Jugendlichen vereinbaren, mit anderen TikTok-Nutzenden zu **kommunizieren**, denn Videos sind ein Anknüpfungspunkt für den Nachrichtenaustausch. Der ist insbesondere mit näheren und entfernteren Bekannten aus dem sozialen Umfeld erwünscht, weshalb die Befragten Apps schätzen, die „alle“ haben. Je größer die anvisierte Öffentlichkeit, desto mehr raten also die befragten TikTok-Nutzer*innen dazu, möglichst wenig von der eigenen Person preiszugeben. Sie können auch einige Strategien nennen, die dem Ziel dienen sollen, die Identität der eigenen Person möglichst zu verschleiern.

In Bezug auf die von den Befragten selbst thematisierten Risiken fällt – abseits vom Perfektions- und Konformitätsdruck – außerdem auf, dass **Hate** die größte Rolle spielt (vgl. auch Programmberatung für Eltern e.V. 2020, S. 13). Dies ist ein Problem, das die Nutzer*innen auf TikTok für präsenter halten als auf anderen von ihnen genutzten Social-Media-Plattformen. Die Befragten sprechen außerdem Fakeprofile und Identitätsdiebstahl häufiger von sich aus als Risiko an. Bei einigen Problemen, die in Bezug auf Social-Media-Anwendungen immer wieder genannt werden, wie Verletzung des Rechts am eigenen Bild, Urheberrechtsverletzung oder auch sexuelle Belästigung, verweisen einige Befragte auf konkrete eigene Erfahrungen. Daher sehen einige Jugendliche Vorsicht angeraten, insbesondere in Bezug auf enge oder freizügige Kleidung. Dies könnte Anlass zu sexuell motivierter Kontaktaufnahme geben, die nicht immer auf den ersten Blick als solche zu erkennen sei.

Als Fazit

... lässt sich festhalten, dass neben dem Spaß, den die befragten TikTok-Nutzer*innen auf der Plattform suchen und finden, doch recht viel Belastendes zur Sprache kommt. Insbesondere in Bezug auf die Selbstpräsentation müssen die jugendlichen TikToker*innen ihren Weg zwischen widerstreitenden Bedürfnissen finden. Lust an der Selbsterprobung, Suche nach Feedback und Freude an der Kommunikation stehen dem Bedürfnis nach Schutz vor gehässigen Herabsetzungen gegenüber, die sich nicht nur in Videokommentaren und direkter Kommunikation ausdrücken, sondern über unterschiedliche Plattformfunktionen transportiert werden. Die eigenen Ansprüche und Wünsche an die Selbstdarstellung müssen die Jugendlichen zu den auf der Plattform herrschenden Normen und Konformitätsforderungen in Bezug setzen. Diese (potenziellen) Konflikte machen sich auch am Umgang mit konkreten Plattformfunktionen fest, etwa an der Frage, ob die Optimierung der Selbstpräsentation durch Filter oder die reizvolle Möglichkeit, die Erstellung von Duetten zu erlauben, einen Verzicht auf die Zugriffskontrolle des Accounts rechtfertigen.

Aus pädagogischer Sicht kommen mehrere Ansätze infrage, um mit diesen Dilemmata umzugehen. Grundlegende Voraussetzung für ein souveränes Handeln ist die Orientierung der Heranwachsenden auf der Plattform, die zu fördern ist. Dies betrifft beispielsweise Kenntnis von Funktionen und von (auch urheberrechtlichen) Konsequenzen unterschiedlicher Privatsphäre-Einstellungen. Darüber hinaus finden sich in den Schilderungen der befragten TikToker*innen zahlreiche Punkte, von denen ausgehend die Heranwachsenden in der Reflexion ihrer Selbstpräsentations- und Kommunikationsbedürfnisse und ihres plattformbezogenen Handelns unterstützt werden können. Mit den Heranwachsenden kann erarbeitet werden, wie sie – soweit dies im gegebenen Rahmen der Plattform möglich ist – ihre konfligierenden Bestrebungen auf kreative Weise in Einklang bringen können, so etwa durch geschickte Strategien im Umgang mit Hate. Zum anderen erscheint es sinnvoll, die jungen Nutzenden nach ihren Ideen zu fragen, wie

die Funktionen einer solchen Plattform beschaffen sein müssten, damit sie ihren Bedürfnissen gerecht werden kann. Hier sind also Plattformlösungen gesucht, die Heranwachsenden die gewünschte kreative und kommunikative Betätigung bei gleichzeitig ausreichendem Schutz vor Hate und Belästigung schaffen. Die im öffentlichen Diskurs aus einer Erwachsenenperspektive geforderten, häufig bewahrpädagogisch orientierten Lösungen, wie beispielsweise eine Heraufsetzung von Mindestaltersgrenzen, sind nicht immer diejenigen, die auch die Heranwachsenden weiterbringen. Der Befragungszeitraum für die hier dargestellten Ergebnisse lag im Jahr 2019. Wir wissen daher nicht, was die Befragten von der seit April 2020 geltenden Sperrung der Direktnachrichten-Funktion für Nutzer*innen unter 16 Jahren halten.¹ Die Ergebnisse deuten allerdings darauf hin, dass für direkte Kommunikation ohnehin auch auf andere Online-Dienste zugegriffen wird und so über Plattformen hinweg Kommunikation stattfindet.

Abschließend ist noch darauf hinzuweisen, dass sich unter denjenigen, die sich aufgrund eigener Nutzungserfahrung ausführlicher zu TikTok äußerten, nur ein Junge befand. Damit sind Vergleiche zwischen den Perspektiven der Geschlechter kaum möglich, im Hinblick auf Schlussfolgerungen für die medienpädagogische Praxis und den Kinder- und Jugendmedienschutz ist jedoch zu bedenken, dass bei Jungen eventuell weitere oder andere Erfahrungen und Sichtweisen vorliegen.

¹ <https://newsroom.tiktok.com/de-de/tiktok-fuhrt-mindestalter-fur-die-nutzung-von-direktnachrichten-ein>

2 Einleitung

Die Monitoring-Studie des Projekts ACT ON! eruiert die Perspektive Heranwachsender auf aktuelle Medienphänomene und ihre diesbezüglichen Schutz-, Informations- und Hilfsbedürfnisse. Die Ergebnisse liefern Hinweise für die Weiterentwicklung von pädagogischen Modellen zur Medienkompetenzförderung und Grundlagen für den Jugendmedienschutz.

Im Jahr 2019 verfolgte die Monitoring-Studie unter anderem das Ziel, mehr über die Umgangsweise von Kindern und Jugendlichen mit der Kurzvideoplattform TikTok herauszufinden, die zum Erhebungszeitpunkt von ca. einem Fünftel der Heranwachsenden im Alter von 12 bis 15 Jahren regelmäßig genutzt wurde (Feierabend et al. 2020, S. 32). Da nicht davon auszugehen war, dass alle an der Monitoring-Studie Teilnehmenden über Erfahrung mit dieser App bzw. Plattform verfügen, wurden zwei Erhebungsschwerpunkte angelegt. Während die Heranwachsenden ohne TikTok-Erfahrung allgemein zu den von ihnen genutzten Online-Angeboten und damit verbundenen Risiken befragt wurden, wurden diejenigen mit TikTok-Erfahrung gezielt dem Erhebungsschwerpunkt TikTok zugewiesen. Ziel dieses Erhebungsschwerpunktes war es herauszufinden, welche Erfahrungen Kinder und Jugendliche mit TikTok machen, welche mit der App bzw. Plattform verbundenen Risiken sie wahrnehmen und wie sie damit umgehen.

Der vorliegende Short Report Nr. 7 stellt die Ergebnisse des Erhebungsschwerpunkts TikTok vor und konzentriert sich damit auf die rezeptive und produktive Nutzung der Plattform durch Heranwachsende im Alter zwischen 12 und 14 Jahren, ihre Motive und ihre Selbstdarstellung auf TikTok sowie die von ihnen wahrgenommenen Risiken der Plattform und ihre diesbezüglichen Umgangsstrategien.

Lesehilfe Glossar

Zur Erklärung von Begriffen, die in Bezug auf TikTok oder andere Social-Media-Plattformen relevant und (noch) nicht im allgemeinen Sprachgebrauch verankert sind, wurde ein Glossar angelegt. Die Begriffe, die in das Glossar aufgenommen wurden, sind beim ersten Auftreten durch einen → Pfeil hervorgehoben.

3 Untersuchungsanlage und Methode

Die zugrunde liegende Erhebung fand zwischen Mai und Juli 2019 in Bayern statt. Die Heranwachsenden aus sechs natürlichen Gruppen wurden in 17 Kleingruppen mit einer Anzahl von vier bis acht Teilnehmenden befragt. Die Erhebungen fanden hauptsächlich in Großstädten und angrenzenden Gemeinden sowie vereinzelt in kleinstädtischen bzw. dörflichen Umgebungen statt. In zwei Gruppen besuchten die Befragten Mittelschulen, in drei Gruppen Gymnasien und in einer Gruppe unterschiedliche Schularten. Nicht alle Gruppen lassen sich somit einem bestimmten Bildungsgang zuordnen, was bildungsbezogene Auswertungsmöglichkeiten beschränkt.

Insgesamt nahmen an der Erhebung 97 Heranwachsende in 17 Kleingruppen teil. Davon waren 89 im relevanten Alter von 12 bis 14 Jahren. Der Anteil der männlichen Teilnehmenden an diesen beträgt 46 Prozent. Tabelle 1 gibt einen Überblick über die Alters- und Geschlechterverteilung der Gesamtstichprobe.

Tabelle 1: Alters- und Geschlechterverteilung der Befragten

	12 J.	13 J.	14 J.	15 J.	gesamt
w	8	19	21	7	55
m	6	21	14	1	42
gesamt	14	40	35	8	97

Diejenigen Heranwachsenden, die angaben TikTok aktuell zu nutzen oder zu einem früheren Zeitpunkt genutzt zu haben, wurden in insgesamt sechs Kleingruppen zusammengefasst und gezielt zu der App bzw. Plattform befragt. In diesen Kleingruppen hatten sie die Möglichkeit, im Rahmen unterschiedlicher Methoden ihr „Expert*innenwissen“ zu TikTok zu äußern. Die Zusammensetzung der Teilstichprobe des Erhebungsschwerpunkts TikTok (n = 31) nach Alter und Geschlecht ist in Tabelle 2 dargestellt.

Tabelle 2: Alters- und Geschlechterverteilung der Teilnehmenden der TikTok-Gruppen

	12 J.	13 J.	14 J.	15 J.	gesamt
w	3	13	10	4	30
m	-	1	-	-	1
gesamt	3	14	10	4	31

Vorgehen bei der Erhebung

Die Erhebungen hatten Workshop-Charakter, dauerten ca. 90 Minuten und enthielten jeweils drei Erhebungsblöcke mit wechselnden aktivierenden Methoden.

Block 1:

Zu Beginn wurde in einem individuell zu bearbeitenden Kurzfragebogen erfasst, welche Videoplattformen die Befragten in welcher Form (Videos schauen, eigene Videos zeigen) nutzen. Für TikTok wurden die Tätigkeiten weiter ausdifferenziert erfasst (Nutzungshäufigkeit; Herzen, Teilen, Weiterleiten und Verschicken von Videos; Kommentieren; Duett machen; auf Videos reagieren; TikToker*innen folgen). Im Anschluss an eine Vorstellungsrunde wurden, wie bereits erwähnt, die Befragten auf der Basis ihrer Angabe zur TikTok-Nutzung in Kleingruppen (sog. „TikTok-Gruppen“ und „allgemeine Gruppen“) eingeteilt.

Block 2:

Der zweite Erhebungsblock fand in den Kleingruppen statt. Hier waren die Kinder und Jugendlichen anhand eines Szenarios („Neuling“) dazu aufgefordert, einer gleichaltrigen Person, die neu in ihre Gruppe kommt, Online-Angebote zu erklären. Dazu wurde jeweils ein Plakat erstellt. Während Heranwachsende der TikTok-Gruppen TikTok-Aktivitäten sowie Vor- und Nachteile von TikTok erklärten, suchten Teilnehmende in „allgemeinen Gruppen“ für sie wichtige Online-Angebote aus und erläuterten diese. Ziel war es, das Spektrum der Aktivitäten auf TikTok bzw. der von den Kindern und Jugendlichen genutzten Angebote, ihre Motive sowie (TikTok-spezifische) Risiken zu erfassen.

Block 3:

Im Anschluss konnten die Kinder und Jugendlichen der Kleingruppen nacheinander Fragekarten ziehen, die je nach gruppenspezifischem Schwerpunkt auf die Nutzung von TikTok oder von Online-Angeboten im Allgemeinen und jeweils damit verbundene Risiken ausgerichtet waren. Die Fragen wurden zunächst individuell durch diejenigen beantwortet, die die jeweilige Karte gezogen hatten, und anschließend wurden die Aussagen durch die Gruppe ergänzt. Das Erhebungsteam knüpfte an die Antworten vertiefende Nachfragen zu Nutzungsmotiven, Risiken und Umgangsweisen an.

Die Fragen in den TikTok-Kleingruppen lauteten:

- TikTok meldet sich ja oft von selbst, wie findest du das?
- Wofür kann man auf TikTok Geld ausgeben?
- Wie findest du auf TikTok interessante Videos?
- Was ist der Vorteil daran, Personen oder Themen auf TikTok zu folgen?
- „Wenn ich TikToker gut finde, folge ich ihnen auch auf Instagram!“ Was hältst du davon?

- „TikTok ist ein Zeitfresser!“ Stimmt das?
- Wenn man zwei Tage offline sein muss, verpasst man dann etwas auf TikTok?
Wie siehst du das?
- Was kann auf TikTok unangenehm werden?
- Worauf muss man achten, wenn man auf TikTok selbst Videos macht und hochlädt?
- Ist es wichtig auf TikTok erfolgreich zu sein?
- Wie funktionieren Challenges auf TikTok?
- Gibt es etwas, das man mit TikTok-Videos nicht machen darf?

Zum Abschluss der Arbeit in den TikTok-Kleingruppen wurde folgende Frage in den Raum gestellt: „Wenn ihr jetzt die Möglichkeit hättet, TikTok-Programmierer*innen etwas zu fragen: Gibt es etwas, das ihr gerne über TikTok wissen wollt?“

In den Allgemein-Gruppen wurden Risiken von Online-Angeboten diskutiert, was die Jugendlichen darunter verstehen, wo sie ihnen begegnen und wie sie damit umgehen. Die Erhebungen wurden per Audioaufzeichnung, die entstandenen Materialien anhand von Fotos dokumentiert.

Vorgehen bei der Auswertung

Ein Fokus der Auswertung lag auf den von den Befragten thematisierten Nutzungsweisen und ihren zugehörigen Motiven dafür. Zentral war außerdem, wie sich die Kinder und Jugendlichen dort selbst darstellen und inwieweit sie Risiken wahrnehmen.

Die Auswertung fand gruppenübergreifend unter Einbezug aller dokumentierten Materialien statt. Hierfür wurden die verbalen Äußerungen und Materialinhalte transkribiert, anonymisiert und mithilfe der Software MAXQDA 2018 codiert. Wesentliche Zweige des Codebaums waren risikobezogene Codes, Codes zu Umgangsweisen und Aktivitäten sowie zu den Vor- und Nachteilen, die die Befragten mit TikTok verbinden.

Anschließend wurden die Aussagen der Kinder und Jugendlichen unter Berücksichtigung des Erhebungsverlaufs deskriptiv zusammengefasst und im Hinblick auf die folgenden Forschungsfragen interpretiert:

- Inwiefern steht TikTok bei den Befragten aktuell hoch im Kurs?
- Wie nutzen sie TikTok?
- Worauf achten die Befragten bei der Selbstdarstellung auf TikTok?
- Inwieweit nehmen sie Risiken auf TikTok wahr und wie gehen sie damit um?

Die Auswertung für den vorliegenden Short Report erfolgt auf Grundlage des Kurzfragenbogens (N = 97) und der sechs TikTok-Gruppen (n = 31 Heranwachsende).² Wegen der nahezu ausschließlich weiblichen Nutzerschaft in den Kleingruppen des Erhebungsschwerpunktes TikTok war zu potenziell unterschiedlichen Perspektiven der Geschlechter keine Auswertung möglich.

² Die Berichtlegung zu den Auswertungen des zweiten Erhebungsschwerpunkts erfolgt in einem weiteren Short Report.



TikTok

Historie

TikTok ist eine Kurzvideo-Plattform mit Social-Media-Funktionen und wurde 2016 von dem chinesischen Unternehmen Bytedance gegründet. Im europäischen Raum erlangte TikTok Bekanntheit, nachdem Bytedance die App musical.ly aufgekauft hatte. Diese Fusion führte Nutzer*innen aus Europa und Amerika sowie dem asiatischen Raum zusammen. Insbesondere während der Corona-Krise 2020 erhöhten sich die Downloadzahlen von 1,5 Milliarden (Ende 2019) auf ein Rekordhoch von über 2 Milliarden Downloads.

Wichtige Funktionen

Nutzer*innen (TikToker*innen) können mithilfe ihres Smartphones und der App maximal 60-sekündige Videos erstellen und direkt auf die Plattform hochladen. Zur Videoproduktion und -bearbeitung steht eine Bandbreite an Songs als Hintergrundmusik bereit. Ferner stehen zahlreiche Filter zur visuellen Optimierung (z.B. Veränderung von Hautfarbe oder Figur) oder zur Bearbeitung (z.B. Hundegesichter, Blumenkränze) zur Verfügung. Außerdem besteht die Möglichkeit, Videos live zu senden bzw. zu streamen. Während eines Live-Streams können Fans ihren Stars virtuelle Geschenke zukommen lassen, die sie zuvor gegen reales Geld erwerben (In-App-Käufe). Ein besonderes Feature stellt die Duett-Funktion dar, welche den Nutzer*innen erlaubt, mit TikTok-Stars, Freund*innen oder anderen, auch nicht direkt bekannten TikToker*innen ein Video gemeinsam zu gestalten, das den Anschein erweckt, aufeinander abgestimmt zu sein, obwohl sich die Protagonist*innen nicht zwingend am gleichen Ort befinden. Sowohl Videos als auch Konten können in den Modi „privat“ oder „öffentlich“ eingestellt werden. Öffentliche Videos auf öffentlichen Konten sind für alle sichtbar, öffentliche Videos auf privaten Konten nur für die Follower, die manuell bestätigt wurden, und private Videos auf privaten Konten nur für die Nutzenden selbst. Erstere können auf der „Für dich“-Seite (Startseite) angezeigt werden, sodass sie potenziell für alle Nutzer*innen sichtbar sind.

TikTok hat des Weiteren eine Chat-Funktion, mit der sich die Nutzer*innen private Nachrichten („Direktnachrichten“) schicken können. Seit Februar 2020 ist diese Funktion nur für Jugendliche über 16 Jahren freigegeben. Zeitgleich wurde der „Begleitete Modus“ eingeführt, mit dem Eltern Sicherheitseinstellungen für die App-Nutzung der Kinder vornehmen können.

Typische Inhalte

Hauptformat sind die beliebten Lip-Sync-Videos (Nutzende ahmen die Lippenbewegungen der Sänger*innen nach) und Tanzvideos. Neben diesen sind mittlerweile auch andere Formate und Inhalte präsent. Es werden Koch- und Backrezepte gezeigt, kurze Sketche aufgeführt und auch Szenen aus dem Alltag gezeigt. Außerdem sind auf TikTok kreative Kurzvideos zu finden, wie z.B. Fingertänze.

Häufig genannte Risiken und öffentliche Diskussion

- Cybergrooming (Jugendschutz.net 2020)
- Cybermobbing (Jugendschutz.net 2020)
- Zensur und Diskriminierung (Reuter/Köver 2019)
- Urheberrechtsverletzungen seitens der Nutzer*innen (Saferinternet.at 2019)
- Datenauswertung und -spionage (Stoll 2020)

Gerätebasis

- Smartphones, Tablets via App
- PC via Browser (eingeschränkter Nutzungsumfang, z.B. keine Videos hochladen)

Mindestalter

- Google Appstore und iTunes: 12 Jahre
- AGB TikTok: 13 Jahre, mit elterlichem Einverständnis

Kosten

- Gratis, In-App-Käufe möglich (1,09 € bis 109 €, ab 18 Jahren)

4 Ausgewählte Ergebnisse

4.1 Rezeptive und produktive Nutzung von Videoplattformen

TikTok ist eine der nutzungstärksten auf Kurzvideos spezialisierten Social-Media-Plattformen, jedoch nicht die einzige, bei der Kinder und Jugendliche solche Videos anschauen können. Daher wurden die Heranwachsenden zunächst danach gefragt, welche der infrage kommenden sozialen Online-Netzwerke, die den Upload von Videos ermöglichen, sie in welcher Form nutzen. Geschlossen abgefragt wurden Videorezeption und Upload eigener Videos auf YouTube, Instagram, Snapchat und TikTok.

Alle befragten Heranwachsenden sehen sich Videos auf YouTube an. Mit einigem Abstand folgen Instagram, Snapchat und TikTok (vgl. Tabelle 3). In der Kategorie der freien Nennungen führen die Heranwachsenden Videoplattformen wie Netflix, Amazon Prime und die bei Game-Affinen beliebte Live-Streaming-Plattform Twitch an. Darüber hinaus nennen sie weitere Social-Media-Plattformen und -Dienste, die nicht primär auf Videos spezialisiert sind, wie Facebook und WhatsApp. Die Rezeptionsmöglichkeiten von Videos sind breit gefächert: von usergenerierten Videos und Kurzvideos über professionelle Medienunternehmen bis hin zu Livestreamingplattformen und Messengerdiensten.

Selbst produzierte Videos auf Plattformen hochzuladen, ist bei den Befragten dagegen eine weitaus weniger verbreitete Tätigkeit. Offenbar wählen diejenigen, die Videos zeigen, dafür vor allem die Apps Instagram, Snapchat und TikTok. Während nur sechs Prozent der Befragten eigene YouTube-Videos veröffentlichen, laden auf Instagram, Snapchat und TikTok jeweils über die Hälfte der Kinder und Jugendlichen, die die jeweilige Plattform nutzen, auch selbst Videos hoch (vgl. Tabelle 3). Als weitere Plattformen zum Zeigen von eigenen Videos nennen die befragten Kinder und Jugendlichen WhatsApp, Google Hangouts sowie Likee. Diese Ergebnisse beziehen sich auf die Gesamtheit der befragten Kinder und Jugendlichen.

Tabelle 3: Tätigkeiten der Befragten auf videofähigen Social-Media-Plattformen in Prozent (N = 97)

Plattform	Videos schauen		Videos zeigen	
	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent
YouTube	97	100 %	6	6 %
Instagram	65	67 %	36	37 %
Snapchat	45	46 %	29	30 %
TikTok	31	32 %	16	17 %
woanders	30	31 %	7	7 %

4.2 Nutzungsweisen von TikTok

Die folgenden Zahlen beziehen sich ausschließlich auf die Befragten, die angeben TikTok zu nutzen. Diese nutzen die Plattform durchaus in hoher Frequenz – die Hälfte täglich, ein weiteres Viertel mindestens einmal pro Woche (vgl. Tabelle 4).

Tabelle 4: Angaben der befragten TikTok-Nutzer*innen zur Nutzungshäufigkeit von TikTok (N = 31)

Nutzungshäufigkeit	Anzahl
mehrmals am Tag	10
einmal am Tag	6
einmal/mehrmals in der Woche	8
seltener	7

Wie in Tabelle 3 bereits deutlich wurde, laden 16 der 31 Nutzer*innen von TikTok selbst Videos hoch. Auch in anderer Weise sind die Heranwachsenden auf TikTok aktiv beteiligt und beziehen die Plattform in ihre Online-Kommunikation ein (vgl. Tabelle 5): Beinahe alle haben schon einmal Videos geherzt und sind TikToker*innen gefolgt. Über die Hälfte der befragten TikTok-Nutzer*innen haben Videos kommentiert, weitergeleitet oder die Funktion des **→Duetts** genutzt. Wenig verbreitet ist es hingegen, auf Videos zu **reagieren**.

Tabelle 5: Angaben der befragten TikTok-Nutzer*innen zu den genutzten Funktionen von TikTok (N = 31)

Funktionen	Anzahl
Videos geherzt	30
Videos geteilt, weitergeleitet, verschickt	20
Videos kommentiert	24
Duett gemacht	16
Auf Videos reagiert	5
Einem*r TikToker*in gefolgt	27

In den Kleingruppen schildern die Kinder und Jugendlichen ihre Nutzung ausführlicher. Sie fühlen sich durch TikTok unterhalten und inspiriert. Neben lustigen und interessensspezifischen Videos sind bei den Jugendlichen vor allem auch persönliche ‚Dramen‘ aus dem Alltag der darstellenden Personen beliebt, da diese als besonders spannend empfunden werden, wie eine 14-Jährige erläutert: „[...] vielleicht einmal dadurch, weil es spannender ist, die Lebensgeschichte zu verfolgen [...].“

Auswahl der Videos zur Rezeption

Die Videoauswahl treffen die Jugendlichen hauptsächlich über die **→„Für dich“-Seite**. Sie wird den Aussagen der Befragten zufolge beim Anlegen des eigenen Profils bereits auf die jeweiligen

Nutzer*innen angepasst, indem diese ihre Interessen angeben, und im Laufe der App-Nutzung durch → „**Nicht interessiert**“-Angaben und Suchverläufe weiter personalisiert. Die Nutzer*innen haben zudem die Möglichkeit,  **Herzen** an favorisierte Videos zu vergeben, was ebenfalls zur Personalisierung beiträgt. An der „Für dich“-Seite schätzen die Befragten vor allem den Abwechslungsreichtum der dort zusammengestellten Auswahl, die gleichzeitig an ihre Interessen angepasst sei. Mehrere Befragte erwähnen, dass sie die Videos zunächst über die  „**Folge ich**“-Seite ausgewählt und durch entsprechende Reaktionen auf die dort gezeigten Videos die Vorschläge auf der für sie eingerichteten „Für dich“-Seite beeinflusst hätten.

Nicht nur an der „Für dich“-Seite, sondern generell an TikTok schätzen die Befragten die große Anzahl an und Abwechslung der verfügbaren Videoinhalte. Auf Instagram könne es dagegen passieren, dass nach zwei Minuten bereits keine neuen Inhalte mehr angezeigt werden. *„[...] du bist auf dem neuesten Stand, steht dann da“*, schildert eine 13-Jährige. Auf TikTok sei das nicht der Fall, andererseits beanspruche die App dadurch mehr Zeit.

Produktion und Hochladen eigener Videos

Neben dem Anschauen von Videos ist das Erstellen und Hochladen kurzer Videosequenzen Hauptbestandteil der App. Als Beweggründe nennen die Heranwachsenden den Spaß daran, die Videos zu erstellen und zu bearbeiten, positive Rückmeldungen auf die Videos zu erhalten sowie den Wunsch, bekannt zu werden – erkennbar an der Anzahl an → **Follower*innen** und Likes in Form von Herzen.

Ihren Hobbys nachzugehen und diese als Video festzuhalten, macht den Jugendlichen besonders viel Spaß und stellt ein wesentliches Motiv zur Nutzung der App dar. Nach dem Aufnehmen können die Videos mithilfe von → **Effekten** bearbeitet werden. Die große Anzahl an vorhandenen Effekten und die dadurch gegebene Möglichkeit, schnell und ohne großen Aufwand Videos kreativ zu gestalten, wird von den Teilnehmenden geschätzt. Generell sind sie den Effekten gegenüber positiv eingestellt und nutzen diese gerne. In einer Gruppe entsteht allerdings eine Diskussion darüber, dass einige Effekte kostenpflichtig seien. Während eine Befragte der Meinung ist, dass man diese nur gegen → **Coins** erwerben könne, verneint eine andere Teilnehmerin diese Tatsache.

Auch im Hinblick auf die eigene Produktion wird die Vielfalt der Videoinhalte positiv erwähnt. Während man sich bei Instagram und YouTube für ein Genre entscheiden müsse, sei man bei TikTok diesbezüglich freier und könne *„alles Mögliche hochladen“* (Mädchen, 14 Jahre). In diesem Zusammenhang sprechen die Jugendlichen auch die hohe Upload-Frequenz an. ‚Berühmte Leute‘ würden täglich Videos hochladen, wodurch man auf dem neuesten Stand bleibe.

Bekannt machen von Videos und Vernetzung

Eine hohe Zahl von Follower*innen und viele Herzen als Reaktion auf veröffentlichte Videos symbolisieren Erfolg und Bekanntheit und sind einigen Befragten zufolge sehr wichtig.

Inwiefern die Teilnehmenden das Motiv der Bekanntheitssteigerung selbst verfolgen oder dabei über Beobachtungen auf anderen Kanälen sprechen, wird innerhalb der Diskussionen oftmals nicht klar ausgesprochen. Deutlich erkennbar wird jedoch die Norm, dass Bekanntheit anzustreben ist. So verweist eine 12-Jährige beispielsweise darauf, dass eine geringe Bekanntheit auf der Plattform zu hämischen Kommentaren führe, wie etwa: „*Du bist voll unbekannt!*“

Eine Möglichkeit, die eigene Bekanntheit zu vergrößern und die Aufmerksamkeit anderer Nutzer*innen auf sich zu ziehen, sei das Erstellen gemeinsamer Videos mit anderen Nutzer*innen und eine gegenseitige →**Erwähnung** unter den eigenen Uploads. Generell spiele die Interaktion mit anderen Nutzer*innen auf TikTok deshalb eine große Rolle. Auch das Erstellen von →**Duetten** könne dazu führen, dass ein Video besonders häufig angeklickt werde. Die Duett-Funktion stehe Nutzenden nur zur Verfügung, wenn das Konto auf →**öffentlich** gestellt wird. Einzelne Jugendliche geben an, aus diesem Grund ihr Profil von →**privat** auf öffentlich umgestellt zu haben. Andere dagegen betonen, ihr Profil bewusst auf privat eingestellt zu haben. Ob das Profil öffentlich oder privat eingestellt werden sollte, ist nach Ansicht der Befragten vor allem in Abhängigkeit von der Zielstellung des Accounts und der gezeigten Inhalte zu entscheiden (s.a. 4.3 Selbstdarstellung auf TikTok).

Eine von den Befragten mehrmals angesprochene Videoform, die ebenfalls der Vernetzung dient, sind →**Reaktionsvideos**. Den Jugendlichen zufolge werden diese, wie der Name bereits sagt, als Reaktion auf Videos anderer gemacht, um ‚seine Meinung‘ dazu zu sagen. Im Unterschied zu beispielsweise Duetten könne man in Reaktionsvideos „[...] selber auch noch reden, wenn die Musik läuft.“ (Mädchen, 13 Jahre)

Um eingestellte Videos bekannt zu machen, kennen die befragten TikTok-Nutzer*innen noch weitere Wege. Den selbst erstellten Videos könnten Hashtags hinzugefügt werden, die bewirken, dass das Video mit bestimmten Suchbegriffen schneller gefunden werden kann.

Videos können auch in anderen Diensten wie z.B. WhatsApp oder Instagram geteilt werden. Nicht nur die eigenen, sondern auch die Videos anderer können auf diese Weise weitergeleitet werden. Zwei Mädchen erzählen, dass sie regelmäßig die Videos der jeweils anderen auf WhatsApp, Snapchat oder Facebook versenden. Andere Befragte würden eher lustige oder besonders peinliche Videos teilen, beispielsweise in der Klassengruppe.

Die Befragten sind der Meinung, dass auf TikTok schnell viele Follower*innen gewonnen werden können, was sie mitunter auf die Verzichtbarkeit von Sprache zurückführen. Demnach sei „*das Gute bei TikTok, [dass man] sich nicht über Sprache unbedingt verständigen [muss], sondern man macht ja nur Videos. Zum Beispiel auf YouTube, wenn du kein Englisch kannst, dann kannst du keine englischen Videos angucken.*“ (Mädchen, 14 Jahre) Wertschätzung erfährt demnach auch die hohe, internationale Reichweite der App.

Von bekannten Personen werde TikTok vor allem dazu genutzt, schnell ihre Prominenz zu steigern und Follower*innen für ihre anderen Social-Media-Kanäle zu gewinnen. Die Jugendlichen sprechen damit die bereits erwähnte Reichweite der App an, die aufgrund der

internationalen Präsenz und dadurch bedingt hohen Anzahl an Nutzer*innen sehr groß ist, wie ein Mädchen beschreibt: „[...] dass halt das dann die ganze Welt sehen kann“ (Mädchen, 12 Jahre).

Dass Personen, denen auf TikTok gefolgt wird, auch auf Instagram gesucht würden, passiere eher selten. Grund dafür sei, so schildern es einzelne Befragte, dass auf TikTok nicht automatisch der Instagram-Name angezeigt wird, die Suche nach TikToker*innen auf Instagram zu umständlich ist oder den Teilnehmer*innen auf Instagram genügend andere Leute vorgeschlagen werden. Teilweise würden TikToker*innen ihren Instagram-Account verlinken oder umgekehrt. Das sei aber nicht die Regel. Außerdem wurde erwähnt, dass es mehr um den Inhalt als die Plattform geht. Der Content einer Person könne sich von Plattform zu Plattform stark unterscheiden, wie eine 13-Jährige beschreibt:

„YouTube sind längere Videos, TikTok sind kurze Videos, Twitter ist so halt Tweets, also einmal schreiben so ja, bin gerade im Supermarkt, keine Ahnung. Und Instagram ist halt so in erster Linie Bilder und dann müsste ich halt gucken, was möchte ich von der Person sehen? Zum Beispiel, wenn mir ein YouTuber gefällt, dann heißt das noch lange nicht, dass es mich interessiert, was der für Bilder auf Instagram hat, weil ich das unter Umständen dann auch halt langweilig finde und dann folge ich dem nicht.“

Großer Erfolg auf TikTok wird von den Jugendlichen allerdings nicht nur positiv bewertet. Einzelnen Befragten zufolge führe er zu einem überschätzten Selbstwertgefühl. Eine Teilnehmerin gibt an, keine Videos mehr auf TikTok hochzuladen, weil sie Bedenken hätte, dass ihr ‚der Ruhm‘ zu Kopf steige.

Kommunikation auf TikTok

Die App ist auch ein beliebter Ort, um sich mit →**Freund*innen** und Bekannten zu plattformbezogenen Themen auszutauschen. Für manche stellt der Austausch mit anderen Nutzer*innen über die →**Direktnachrichten-Funktion** einen wichtigen Teil der Nutzung dar. Voraussetzung dafür, dass man Nachrichten erhalten würde, sei gegenseitiges Folgen, wie eine Teilnehmerin ausführt: *„Also du kannst dieser Person, die dir nicht folgt, auch schreiben [aber] sie kriegt die Nachrichten nicht.“* (Mädchen, 12 Jahre) Den Aussagen zufolge ist die Kommunikation auf der App aber eher plattformspezifisch, *„[...] zum Beispiel, wenn man [ein] nettes Video gesehen hat“* (Mädchen, 14 Jahre). Um sich zu verabreden, würden eher Apps wie WhatsApp genutzt.

Des Weiteren sind Kommentare eine viel diskutierte Funktion von TikTok. Insbesondere Hate-Kommentare waren in den Gruppen mehrmals Thema (s.a. 4.4 Wahrnehmung von Risiken auf TikTok, Hate).

In etlichen Äußerungen wird deutlich, dass ein wichtiges Kriterium für die Entscheidung zur Nutzung der App ist, von wem und vor allem von wie vielen sie genutzt wird. Den Aussagen der Befragten zufolge war die Vorgängerplattform musical.ly beliebter, *„weil alle das hatten“*

(Mädchen, 14 Jahre). Dagegen sei die Nutzung momentan auf andere Apps wie WhatsApp, Snapchat, Instagram oder auch Pinterest konzentriert. Insbesondere Snapchat und Instagram hätte so gut wie jeder, weil es dem Austausch mit Freund*innen diene.

Livestreaming

Dass man auf TikTok erst ab einer Anzahl von 1000 Follower*innen →**live gehen** könne, bewerten die Befragten negativ. Einzelne berichten von Interaktionen im Rahmen der Livestreams anderer Nutzer*innen, wonach es eine Funktion gibt, bei der den Nutzer*innen während eines Livestreams →**virtuelle Geschenke** in Form von Emojis geschickt werden können. Ziel hinter dem Versand von Geschenken ist den Befragten zufolge zum einen, die oder den →**Creator*in** zu unterstützen. Zum anderen lasse sich auf diese Weise aber auch die Aufmerksamkeit anderer Nutzer*innen auf sich ziehen. Einzelne Teilnehmende wissen, wie viel die Geschenke kosten, und haben derartige Aktivitäten bereits beobachtet, haben selbst aber noch keine Geschenke gemacht.

Interessant ist auch die Einschätzung einiger Befragter, dass Werbung eher auf Plattformen wie Instagram geschaltet werde, weil sich dazu vornehmlich ‚Stories‘ eignen würden, die es auf TikTok nicht gebe. Generell würde sich TikTok weniger dazu eignen, Geld zu verdienen, da dies erst ab einer bestimmten Anzahl an Follower*innen möglich sei. Aus diesem Grund und weil sie dort mehr Freund*innen/Follower*innen hätten, bevorzugten mehrere Befragte Instagram, um live zu gehen.

4.3 Selbstdarstellung auf TikTok

Viele typische Videos auf TikTok sind mit der „Selfie“-Kamera des Smartphones gedreht oder zeigen die Kinder und Jugendlichen im Bild, etwa beim Tanzen. Daher ist es im Umgang mit der App besonders relevant, worauf die Heranwachsenden achten, wenn sie selbst Videos hochladen, und welche Einstellungsmöglichkeiten sie für den Upload nutzen. Wie wollen sie sich zeigen, was wollen sie von sich preisgeben und welche Umgangsstrategien haben sie im Hinblick auf die plattformbezogene Selbstdarstellung entwickelt?

Die nachfolgend dargelegten Ergebnisse beziehen sich auf Aussagen der Befragten während der Plakatgestaltung oder wurden durch die Fragen- und Statementkarten angereizt. Besonders häufig wurde im Kontext der Selbstdarstellung das Risiko thematisiert, Privates öffentlich zu machen (s.a. 4.3 Wahrnehmung von Risiken auf TikTok, Tabelle 6).

Perfektionsdruck

Die Aussagen mehrerer Befragter lassen darauf schließen, dass die Jugendlichen auf der Plattform einen hohen Anspruch an Perfektion wahrnehmen. Neben dem Aussehen und der Kleidung, welche häufig von anderen Nutzer*innen kritisiert und zum Ansatzpunkt für Hate-Kommentare würden (s.a. 4.3 Wahrnehmung von Risiken auf TikTok, Hate), bezieht sich dieser

Anspruch vor allem auch auf die gezeigten Fähigkeiten. Die Bedenken der Jugendlichen, mit einer anderen – im jeweiligen Bereich vielleicht sogar professionell ausgebildeten – Person verglichen zu werden und sich lächerlich zu machen, sind groß. Um keine überhöhte Perfektionserwartung in Bezug auf die eigenen Videos zu wecken, bitten einzelne Befragte deshalb in der Kommunikation rund um das eigene Video vorsorglich um konstruktive Kritik. Ihre Aussagen erwecken den Eindruck, als würde der Spaßfaktor, der für die Jugendlichen ein wichtiges Motiv für die TikTok-Nutzung darstellt, damit teilweise in den Hintergrund rücken. Videos werden bewertet und kritisch kommentiert, und das oft von fremden Personen. Die hohe Anonymität in der App trägt den Jugendlichen zufolge zusätzlich dazu bei, dass unüberlegte oder negative Kommentare verfasst werden. Ihr Uploadverhalten, aber vor allem das eigene Kommentieren richten sie teilweise gezielt darauf aus, keine negativen Antworten zu provozieren.

Vermeidung von peinlichkeiten und fehlende Kontrolle über das Publikum

Mehrere Teilnehmende erklären, dass sie zu einem früheren Zeitpunkt selbst Videos hochgeladen haben, damit mittlerweile aber aufgehört und teilweise auch die bereits existierenden Videos wieder gelöscht haben. Häufig empfinden die Jugendlichen ihre selbst erstellten Videos aus früherer Zeit inzwischen per se als peinlich, weil sie darin jünger sind oder damals Videos gedreht hätten, die sie heute nicht mehr drehen oder zumindest nicht mehr online stellen würden. Zwar hätten sie bei dem Dreh ein positives, 'cooles' Gefühl gehabt, heute empfänden sie die gleichen Videos jedoch als peinlich und teilweise nicht mehr zeitgemäß, beispielsweise, weil bestimmte →Trends inzwischen wieder abgeklungen seien. Generell sei es ratsam, nicht unhinterfragt jeden Trend mitzumachen, um die eigene Persönlichkeitsentfaltung nicht einzuschränken: „[...] man tut nur noch das, was die meisten Leute wollen, und wird somit zum totalen Mitläufer. [...] und nachher denkt man sich [...] warum habe ich denn da mitgemacht, warum gibt es denn da so viele peinliche Videos von mir?“ (Mädchen, 14 Jahre)

Die Löschung der Videos könne jedoch nicht absolut sicher vor andauernden und künftigen Peinlichkeiten schützen, weil andere die Videos in der Zwischenzeit gespeichert und über verschiedene Dienste (z.B. WhatsApp) geteilt haben könnten, wie eine 12-Jährige anmahnt:

„Und man sollte halt schon gucken, was man so postet und sich auch sicher sein. Weil wenn man dann irgendwann was nicht mehr löschen kann, weil es halt so sich verbreitet hat, dann ist es schon scheiße [...]“

Hinzu komme, so die Befragte, dass Videos von Gleichaltrigen auch bei deaktivierter Downloadmöglichkeit bewusst abgefilmt und archiviert werden: „Sie hat es schon längst gelöscht. Aber wir haben sie alle auf dem Handy. [...] Also nicht runtergeladen. Wir haben es halt abgefilmt und dann weitergeschickt und so.“

Verbunden mit dem Wunsch, nichts Peinliches zu machen und positive Rückmeldungen zu bekommen, wird beim Erstellen der Videos genau darauf geachtet, was im Hintergrund zu sehen ist. Eine Befragte äußert:

„Zum Beispiel wenn da jetzt irgendeine Unterhose auf einmal da liegt und dann macht man da so ein TikTok: ‚Oh mein Gott, du hast da eine Unterhose liegen!‘ Deswegen schaut man als Erstes den Hintergrund an. Deswegen mache ich meine TikToks immer in der Luft oben.“ (Mädchen, 13 Jahre)

Zudem solle man darauf achten, ein ‚Mindestmaß‘ an Fähigkeiten zu zeigen, um sich nicht lächerlich zu machen, was eine 13-Jährige am Beispiel von Gesten in Lip-Sync-Videos schildert:

„Also wenn man den Text nicht so richtig gut kann, dann sollte man, [...] wenn zum Beispiel irgendeine Musik kommt und auf einmal kommt so, irgendwie so ‚Herz‘ oder so etwas, dann sollte man nicht zwei Sekunden später ein Herz hinmachen einfach. Man sollte das halt auf den Punkt machen, damit es halt für die Person, die das macht, nicht peinlich wird.“

Das fehlende Wissen darüber, wo die Videos gespeichert und weiterverbreitet werden, verunsichert die jungen Nutzer*innen. Die Möglichkeit, dass Videos trotz des Uploads mit strengen Privatsphäre-Einstellungen verschickt oder herumgezeigt werden können, erhöht den Druck, in den Videos keinen Anreiz für Belustigung zu geben und sich konform zu verhalten.

Im Hinblick darauf, wie sie sich in den Videos zeigen, denken die Jugendlichen vor allem an die nähere Gegenwart und damit an Reaktionen von Mitschüler*innen, aber vereinzelt auch weit in die Zukunft, an künftige Arbeitgeber*innen. Generell solle beim Posten beachtet werden, dass die Videos über einen langen Zeitraum hinweg von vielen unterschiedlichen Personen gesehen werden können und deshalb keine *„unangebrachte[n] oder vielleicht auch peinliche[n] Sachen“* veröffentlicht werden (Mädchen, 14 Jahre). Eine andere 14-Jährige weist drauf hin: *„Und man muss sich halt auch klar sein, dass wenn man irgendwann mal einen Job antreten will, dass der Arbeitgeber erst mal dich googelt und guckt, was findet man denn von dir.“*

Nutzung von Privatsphäre-Einstellungen zur Erhöhung der Kontrolle

Neben einer möglichst guten Selbstdarstellung ist es einem großen Teil der Jugendlichen wichtig, in der App nicht zu viele persönliche Informationen und Daten von sich preiszugeben. Wie viel sie von sich und ihrem Umfeld zeigten, hänge auch davon ab, wer die Videos im Endeffekt sehen könne. Einzelne sind der Meinung, dass je mehr man von sich zeige und preisgebe, umso mehr darauf achten müsse, wem die Videos zugänglich sind. Videos und Accounts, auf denen man nicht zu erkennen sei, könnten öffentlich gestellt werden, wie eine Teilnehmerin erklärt: *„Kommt halt darauf an, wie viel zeigst du von dir, also die Hände, [...] nicht den Kopf oder du hast irgendeine Maske oder so auf, dass man dich nicht erkennt.“* (Mädchen, 14 Jahre)

Um den Kreis der potenziell verbreitenden Personen etwas einzugrenzen, raten die Jugendlichen, sich nur mit persönlich Bekannten auf TikTok zu befreunden. Außerdem könne man den eigenen Account auf „privat“ einstellen, sodass nur Autorisierte – und nicht wie bei „öffentlichen“ Accounts alle TikTok-Nutzer*innen – die Videos downloaden können.

Als weitere Möglichkeiten könne man für jedes Video einzeln eine Freigabe tätigen oder die Videos lediglich als Entwurf speichern, d.h. sie zwar erstellen, aber nicht veröffentlichen. Einzelne Befragte nutzen diese Möglichkeit. Auf diese Weise können Videos mit allen Aufzeichnungsfunktionen der App erstellt werden, ohne sie anderen zugänglich machen zu müssen. Allerdings scheint bei den befragten TikToker*innen auch teilweise Verwirrung über die Ebenen der Einstellungsmöglichkeiten und deren Effekt zu bestehen. Auch die Informationen darüber, was diese Einstellungen im Hinblick auf die Urheberrechte konkret bedeuten (z.B. in Bezug auf die Duett-Funktion), scheinen für die Heranwachsenden nicht transparent zu sein.

Diskretion und Identitätsverschleierung

Neben dem Löschen von Videos und der Anwendung der entsprechenden Privatsphäre-Einstellungen raten einzelne Heranwachsende dazu, bestimmte Informationen wie beispielsweise die eigene Handynummer, Adresse oder Informationen darüber, *„[...] wie viel ihre Eltern verdienen“* (Mädchen, 14 Jahre), generell nicht in den Videos preiszugeben.

Eine andere Befragte schlägt vor, einen falschen Namen und ein falsches Alter anzugeben, was sie selbst als *„ein bisschen Fake-Accounts“* bezeichnet. Um auf Videos das Gesicht zu verdecken und dadurch die eigene Identität zu schützen, verwenden einzelne Befragte zudem die in der App voreingestellten Filter, wie folgende Äußerung verdeutlicht: *„Also ich glaube, ich würde schon, wenn ich mir das machen würde, so diesen Hundefilter oder so benutzen, dass man mein Gesicht nicht erkennt.“* (Mädchen, 12 Jahre)

Authentizität vs. Nutzung von Effekten und Filtern

Trotz des Bedürfnisses, ihre Identität zu schützen und sich möglichst perfekt darzustellen, ist den Jugendlichen ein authentisches Auftreten wichtig.

Unterschiedliche Meinungen bestehen bezüglich der in der App verfügbaren Effekte und speziell in Bezug auf die Filter. Ein Teil der Befragten empfindet ihre Verwendung als nicht authentisch und sieht darin keinen größeren Nutzen. Besonders Effekte, die mitunter geschönte Körperbilder vermitteln, bewerten einzelne Jugendliche kritisch. Sie weisen darauf hin, dass man sich wegen ihrer häufigen Verwendung nicht mit den Personen in den Videos vergleichen sollte, um das eigene Selbstbild nicht durch potenziell manipuliertes Bildmaterial zu untergraben. Allerdings wird der Einsatz von Filtern, um das eigene Gesicht zu verdecken und dadurch die eigene Identität zu schützen, positiv bewertet.

Einhellig kritisiert wird, dass in Videos nicht selten Inszeniertes als Tatsache vorgespielt würde, nur um mehr Likes zu erhalten. Die Jugendlichen bewerten dieses Vorgehen negativ und weisen es klar von sich. Einzelne sind der Meinung, dass geschauspielerte Inhalte in den Videos

gekennzeichnet werden sollten, damit klar ersichtlich werde, wann etwas der Realität entspricht und wann nicht, wie eine Jugendliche schildert:

„[...] zum Beispiel sagen, wenn man irgendetwas cosplayt, dass das natürlich keine richtige Wunde ist und alles nur Fake-Blut und da ist niemand verletzt worden und mir geht es noch gut [...].“ (Mädchen, 13 Jahre)

Vermeidung von körperbezogener Freizügigkeit

Im Hinblick auf die Selbstdarstellung in den Videos wird auch das Thema Freizügigkeit im Sinne von Nacktheit angesprochen. Mehreren Befragten zufolge solle man sich auf TikTok *„nicht zu freizügig“* geben (Mädchen, 13 Jahre). Eine andere 13-Jährige wird diesbezüglich konkreter: *„Nicht zu viel Körper. Also nicht zu viel Haut zeigen.“* Es seien sonst verschiedene negative Folgen zu befürchten.

Dritte könnten beispielsweise eine schlechte Meinung über die eigene Person entwickeln. Außerdem könne man auf die Präsentation von zu viel Körperlichkeit von Unbekannten angeschrieben werden, die sich harmlos geben, Komplimente machen, die Telefonnummer erfragen und letztlich sexuellen Kontakt suchten. Wer sich in enger Kleidung zeige, laufe Gefahr sexuell belästigt zu werden. Deshalb raten die Heranwachsenden zur Vorsicht, wie man sich präsentiere.

In diesem Zusammenhang wird in einer Gruppe auch darüber gesprochen, dass Videos mit ‚expliziten Inhalten‘ → **gemeldet** würden und man deshalb aufpassen müsse, was man zeige. Auf die Frage hin, welche Inhalte in den Videos nicht gezeigt werden dürften, sagt eine 13-Jährige: *„[...] sexuelle Sachen, Gewalt, Quälen, Kinder quälen, allgemein alles Mögliche, was halt die andere Person verletzt oder die Person, mit der du das TikTok machst oder alleine.“* Mehrmaliges ‚Gemeldetwerden‘ könne dazu führen, dass der Account gelöscht werde. Das sei vor allem dann besonders ärgerlich, wenn bereits eine hohe Anzahl von Follower*innen gesammelt worden sei.

4.4 Wahrnehmung von Risiken auf TikTok

Im Zuge der rezeptiven Nutzung und der Selbstdarstellung auf der Plattform begegnen die Heranwachsenden einer ganzen Reihe von Risiken. Im Hinblick auf pädagogisches Handeln ist besonders relevant, welche Risiken die Kinder bewusst wahrnehmen, was sie unter den jeweiligen Risiken verstehen, welche Bedeutung sie ihnen zuschreiben und welche Strategien sie im Umgang mit den Risiken verfolgen.

Die Heranwachsenden kamen auf die Risiken von TikTok während der Plakatgestaltung sowie angereizt durch die Fragen- und Statementkarten zu sprechen.

Überblick über die thematisierten Risiken

In etlichen Kleingruppen thematisieren die Heranwachsenden eine ganze Reihe von Online-Gefährdungen, denen sie auf TikTok mittel- und unmittelbar begegnen. Tabelle 6 gibt einen Überblick, um welche Risiken es sich handelt und in wie vielen Interviewpassagen und Kleingruppen die Kinder die jeweiligen Risiken angesprochen haben.

Tabelle 6: Überblick über thematisierte Risiken

	in x von 6 Kleingruppen thematisiert	in x Interviewpassagen <u>ohne</u> Anreiz besprochen	in x Interviewpassagen <u>nach</u> Anreiz besprochen
Hate	6	20	5
Privates öffentlich machen/Selbstentblößung	5	12	5
Fakeprofile und Identitätsdiebstahl	4	4	nicht angereizt
Andauernd online sein	4	4	3
Online belästigt werden	4	3	2
Challenges/Mutproben	3	2	3
Gehackt werden	3	3	1
Verletzung des Rechts am eigenen Bild und Urheberrechtsverletzung	2	1	1
Getrackt werden/Datenspionage	2	2	nicht angereizt

In der Häufigkeit der Thematisierung steht das Risiko von „Hate“ ganz oben. Das Risiko Privates öffentlich zu machen bzw. der Selbstentblößung ist ebenfalls häufig besprochen und auch mehrmals initiativ von den Heranwachsenden angesprochen worden. Die Aussageinhalte hierzu wurden in Verbindung mit der Selbstdarstellung in Kapitel 4.2 bereits dargestellt. Die Verwertung personenbezogener Daten durch die Plattform wird zwar in einer Gruppe angesprochen, jedoch nicht als Risiko thematisiert.

Nachstehend werden Ergebnisse zu den Risiken entsprechend der Häufigkeit der Thematisierung dargestellt.

Hate

Hate ist die einzige Problematik auf TikTok, welche auch ohne gezielte Anreize durch die Interviewer*innen in allen Gruppen geschildert wird. Hate sei kein Alleinstellungsmerkmal von

TikTok, sondern komme in allen anderen sozialen Medien ebenfalls vor. Allerdings sind einige Kinder und Jugendliche der Meinung, dass dies auf TikTok ein besonders großes Problem darstelle. Manche beschreiben sogar eine Art Trend, wie beispielsweise eine 13-Jährige:

„Hate gibt es überall. Egal was jeder macht, es wird immer gehatet, das ist eigentlich so Standard. Es ist so wie ein Trend kann man sagen. [...] man wird gehatet, man wird bloßgestellt“

Begriffsverwendung

Die Heranwachsenden benennen oftmals Verhaltensweisen, wie sie auch für (Cyber-)Mobbing typisch sind, nutzen diesen Terminus aber so gut wie nie, sondern fassen unter „Hate“ ein sehr breites Spektrum an negativen Erfahrungen.

Die Heranwachsenden gehen in den Diskussionen häufig von einem untereinander und allgemein geteilten Verständnis des Begriffs aus und nur einzelne stoßen eine Eingrenzung an:

„[...] es ist auch immer, was man als Hate bezeichnet, sozusagen. Also, es gibt ja wirklich Kritik, die ist dann auch ernst gemeint und die ist jetzt auch nicht böse formuliert oder so. Und dann gibt es wirklich einen Hate, also der einfach böse ist, der, wenn man einfach sagt, zum Beispiel [...], wenn die Person, die das Video gemacht hat [...] vierzig ist und dann [...] richtig so niedermacht, nur wegen dem Alter.“ (Mädchen, 14 Jahre)

Als ein in allen Befragtengruppen geteiltes Bedeutungsverständnis lässt sich die Herabwürdigung von Personen erkennen, da als Hate Verhaltensweisen beschrieben werden, die dazu geeignet sind, Menschen zu erniedrigen.

Anlässe für Hate

Über die Gruppen hinweg werden verschiedene Aspekte beschrieben, die möglicherweise Hate auslösen oder anziehen könnten. Mehrere Jugendliche weisen auf einen hohen Anspruch an die Videos und nahezu eine Perfektionserwartung hin, die auf der Plattform herrschten, sowie einen hohen Konformitätsdruck. Würden diese nicht beachtet und erfüllt, könne dies zu Hate führen. Das betreffe beispielsweise das Alter oder die Anpassung an die Plattformgemeinschaft, indem Trends befolgt würden. Auch die Norm, viele Follower*innen zu haben, nicht erfüllen zu können, gebe Anlass zum Spott: *„Das habe ich auch schon voll oft gesehen. Dass manche einfach andere hatten, weil [die] voll unbekannt sind.“* (Mädchen, 12 Jahre)

Ein häufiges Beispiel für Perfektions- und Konformitätsdruck sei das persönliche Aussehen, wie etwa Körpermaße oder Kleidungsstil. Mit Hate werde bestraft, *„[...] wenn du nicht perfekt gestylt bist oder so und dich mal irgendwie normal anziehst.“* (Mädchen 13 Jahre) Ein anderes, von einer 12-Jährigen beschriebenes Beispiel bezieht sich auf die Abwertung einer ‚zweifachen‘ Nonkonformität: Eine Transperson (männlich zu weiblich) werde in Kommentaren herabgewürdigt, weil sie das weibliche Schönheitsideal nicht erfülle. *„Ja also, wenn du schon eine Frau sein willst, dann sollst du dich auch pflegen“,* zitiert das Mädchen einen Kommentar. In

diesem und anderen angeführten Beispielen der Heranwachsenden finden sich auch Angriffe aufgrund der Zugehörigkeit zu Minderheiten oder bestimmten Bevölkerungsgruppen. Beispielsweise wurde eine 13-Jährige aufgrund ihrer Nationalität gehatet, nachdem eine Flagge im Hintergrund ihrer Videos zu sehen war: *„Und die von anderen Ländern, also Religionen und so, die schreiben dich dann an und haben dann wegen der Religion und so.“* (Mädchen, 13 Jahre)

Obwohl also typische Anlässe für Hate identifiziert werden, erscheint es einigen Jugendlichen beinahe zufällig und wenig vorhersagbar, wer zur Zielscheibe für ‚Hater‘*innen werde bzw. *„[...] auf wen ‚sich eingeschossen‘ wird“*, wie es eine 13-Jährige formuliert.

Rollen der Heranwachsenden in der Hate-Kommunikation

Als Berührungspunkte mit Hate schildern die Heranwachsenden überwiegend Berichte Dritter, darunter Freund*innen, aber auch Influencer*innen auf TikTok, sie beziehen sich aber auch auf eigene Erfahrungen, sowohl in passiver Rolle als auch in aktiver Beteiligung.

Nur wenige Jugendliche thematisieren eine eigene aktive Rolle bei der Verbreitung von Hate. Einzelne berichten, dass sie schon jemanden gehatet hätten, weil er bereits von anderen gehatet wurde. Andere bekennen sich dazu, Herabsetzungen verdeckt zu platzieren. Sie würden auf direkte Beleidigungen verzichten und diese so formulieren, dass nur ein kleinerer Kreis die dahinterliegende Bedeutung erkennen könne:

„Also es gibt ja auch Leute, die ich nicht mag. Aber ich hate die nicht wirklich krass. Wenn, dann indirekt. [...], dass dumme Menschen das nicht merken. Aber manche, die genau hinschauen, schon.“ (Mädchen, 12 Jahre)

Prinzipiell raten die Jugendlichen davon ab, sich an Hate zu beteiligen, denn neben dem Schaden, der bei den Betroffenen angerichtet werde, bestünde auch immer die Gefahr, anschließend selbst das Ziel von Hate zu werden.

Rolle von TikTok-Funktionen für Hate

Nicht selten beschreiben die Heranwachsenden Hate in Zusammenhang mit einigen Funktionen, die TikTok bietet (s.a. 4.2 Nutzungsweisen von TikTok), wie Kommentare, Herzen und Reaktionsvideos.

Kommentare spielen die größte Rolle in den Diskussionen um Hate. Darin seien Beleidigungen zu finden, die die Empfänger*innen traurig machten oder gar Selbstmordgedanken und Depressionen hervorrufen könnten. Zur persönlichen Betroffenheit von ‚Hatekommentaren‘ komme verschärfend hinzu, dass diese auch für Dritte öffentlich einsehbar seien.

Deshalb solle man beispielsweise bei der Erstellung von Reaktionsvideos ‚nicht blöd‘ reagieren, d.h. auf seine eigene Gestik achten, da auch hier die Gefahr bestünde, andere zu verletzen.

Sämtliche Funktionen seien geeignet, um Hate zu verbreiten, auch auf anderen Plattformen, indem TikTok-Videos über die Funktion „teilen“ weitergeleitet würden. Weitere wichtige Rollen

spielen Depersonalisierung und Anonymität und dadurch bedingt oftmals ungehemmte und unbedachte Meinungsäußerung, wie eine 14-Jährige beschreibt:

„[...] ich finde, da [auf TikTok] ist die Hate-Welle gleich viel, viel größer als auf Instagram. [...] Ich glaube, das liegt meistens daran, dass halt irgendwie Leute einfach aus geradeheraus einfach irgendwas schreiben, ohne nachzudenken [...]“.

Im Zuge der häufigen Begegnungen mit Hate haben sich die Heranwachsenden vielfältige Strategien zurechtgelegt, wie sie mit der Problematik umgehen. Sie nutzen dazu plattformseitige Funktionen, aber auch persönliche und soziale Ressourcen.

Umgang mit Hate-Kommentaren

Die gängigste Methode, mit Hate-Kommentaren umzugehen, sei es, diese zu löschen. Eine Kleingruppe betont, dass es wichtig sei, sich mit Hate-Kommentaren zu beschäftigen: Sobald sie Benachrichtigungen über Kommentare erhielten, würden sie möglichst schnell reagieren und als Hate identifizierte Kommentare gegebenenfalls löschen. Darüber hinaus haben einige schon einmal Personen und Videos gemeldet und blockiert. Bei länger andauerndem und sich steigerndem Hate rät ein Mädchen, das Gespräch mit den Verfasser*innen zu suchen und Screenshots des Gesprächsverlaufs zu machen. Sie geht allerdings nicht weiter darauf ein, wofür sie die Screenshots macht und an wen sie sich wenden würde. Ferner sei es auch möglich, durch Einstellungsoptionen vorzubeugen, indem Kommentare deaktiviert und Konten auf privat eingestellt würden.

Neben der aktiven Auseinandersetzung mithilfe technischer Plattformfunktionen greifen die Heranwachsenden auch auf persönliche und soziale Ressourcen zurück. Hate könne auch einfach ignoriert werden, insbesondere, wenn die ‚Hater‘*innen nicht persönlich bekannt seien oder nur sporadisch in Erscheinung träten. Relativierend fügen die Jugendlichen an, dass Videos immer unterschiedliche Reaktionen hervorrufen: bei einigen Zustimmung, bei anderen Neid oder Ablehnung. Negative Kommentare sollten deshalb nicht zu ernst genommen werden. Außerdem sei es möglich, dass durch den ausschließlich schriftlichen Austausch Emotionen verloren gingen und dadurch Fehlinterpretationen aufträten. Ein Mädchen verschafft sich auch ein genaueres Bild von den ‚Hater‘*innen und sieht sich deren Followerschaft an. Offenbar wird die Zusammensetzung der Followerschaft herangezogen, um einzuschätzen, inwiefern Kommentare ernst zu nehmen sind.

Bevor das eigene Selbstbild ins Wanken käme, könne man sich an andere wenden. Die Jugendlichen führen allerdings nicht aus, an wen sie sich konkret wenden würden.

Fakeprofile und Identitätsdiebstahl

Die Heranwachsenden äußern sich zu Fakeprofilen ohne Anreiz in fünf von sechs Gruppen, was darauf schließen lässt, dass es sich um ein Thema handelt, das sie beschäftigt. Sie begegnen verschiedenartigen Fakeprofilen auf TikTok und beschreiben sie im Allgemeinen so, dass sich

manche Menschen als eine andere Personen ausgeben, um leichter in Kontakt mit anderen zu treten. In den Kleingruppen thematisieren die Befragten unterschiedliche, hinter diesem Verhalten liegende Motive und diskutieren in Abhängigkeit davon verschiedene Umgangsstrategien.

Die Jugendlichen nutzen soziale Netzwerkdienste nicht nur, um bestehende Kontakte zu vertiefen, sondern auch, um neue Freundschaften zu knüpfen. In einigen Gruppen wird dieses Thema kontrovers diskutiert, denn bei einigen ist der Anspruch an eine Freundschaft höher als eine flüchtige Bekanntschaft via Internet.

Diskutiert werden auch Gefahren, die von Kontakten mit Fremden ausgehen, die die Heranwachsenden aber oftmals nur andeuten:

„Man kann halt Internetfreunde finden, viele, und die bewirken natürlich positive Aspekte. Man hat mehr Freunde, man hat Leute, die einem zuhören, aber andererseits, man kennt die Personen nicht und schlussendlich kann man nie genau wissen, wer sich hinter der Person verbirgt und man setzt sich auch selber Gefahren aus.“ (Mädchen, 14 Jahre)

Ein Mädchen erzählt, dass sie auf TikTok bereits mehrere ‚Internet Best Friends‘ (→IBF) gefunden hat und beschreibt das Vorgehen folgendermaßen:

[...] Also man kennt ihn halt, oder sie, nicht. [...] Manche schicken halt so: IBF Fragezeichen. Das bedeutet dann: Willst du mit mir halt beste Freunde sein [...] Das heißt Internet Beste Freunde.“ (Mädchen, 13 Jahre)

Um das Geschlecht der kontaktsuchenden Person zu verifizieren, könne man sich TikTok-Videos auf deren Kanal ansehen und abgleichen, ob dort ebenfalls ein Mädchen zu sehen sei, wird in einer Kleingruppe vorgeschlagen. Eine 13-Jährige empfiehlt, um Belästigungssituationen vorzubauen, sich über reine Online-Bekanntschaften zunächst durch das Anschauen von deren Social-Media-Profilen ein Urteil zu bilden. Im nächsten Schritt rät sie zu Videochats, bevor man die Telefonnummer herausgebe:

„[...] Leute, denen du zum Beispiel jetzt neu folgst, wenn die ein Fake oder so etwas sind oder so ein Stalker, irgendetwas und denen einfach deine Nummer so einfach so gibst, dann geht es nicht; aber ich würde erst einmal mit Instagram anfangen oder Snapchat und dann würde ich erst einmal so live mit dem Videochatten und so einmal schauen, wie der so persönlich ist, und danach würde ich erst der Person die Nummer geben. Also Tipp einfach so.“

Diese Überprüfungsmethode bietet allerdings keine ausreichende Sicherheit, was in dieser Gruppe jedoch nicht weiter diskutiert wird. In einigen anderen Gruppen wird hingegen darauf hingewiesen, dass die Videos eines Kanals nicht immer die eigenen sein müssen, sondern beispielsweise von anderen Kanälen kopiert sein können.

Ein spezieller Fall von Fakeprofilen sind Profile, die sich ungefragt Namen und Videos anderer zu eigen machen. Als Motiv hinter diesen Fakeprofilen diskutieren einige Jugendliche das Streben nach virtuellem Ruhm in Form von Likes und Follower*innen. Fanpages beispielsweise, die klar ausweisen, dass es sich nicht um die Stars selbst, sondern um eine Seite von und für Fans handelt, stellen für die Heranwachsenden kein Problem dar. Anders verhält es sich, wenn jemand Videos, Profilbilder oder Namen von anderen (oftmals berühmten) Konten als die eigenen ausgibt und dafür Anerkennung einstreicht. Ein solches Vorgehen lehnen sie klar ab. Explizit schildern die Mädchen Fakeprofile, von denen die TikTok-Stars Lisa und Lena betroffen sind.

Andauernd online sein

Eine rege Aktivität auf TikTok kann laut den Jugendlichen zwei Ausprägungen haben: einerseits rezeptiv, da immer wieder neue Videos angezeigt würden, die man ansehen könne, und andererseits produktiv, weil ständig neue Videos aufgenommen werden müssten, um den Kanal präsent zu halten. Letzteres sei nicht zwingend durch den Spaß an der Sache motiviert, sondern gehe auch auf Leistungsdruck zurück. Um auf der Plattform erfolgreich zu sein, sei der regelmäßige Upload neuer Videos Voraussetzung.

Ein Mädchen äußert sich besonders negativ über die TikTok-Nutzung von Freund*innen. Diese hätten ihre Aufmerksamkeit ausschließlich auf die App und den Dreh neuer Videos ausgerichtet und dadurch die Freundschaft vernachlässigt:

„[...] die haben die ganze Zeit durch diese Musicallys gemacht, und man konnte sich nicht mal mehr mit denen unterhalten, oder irgendwie sonst was mit denen machen, sondern da hieß es gleich dann: ‚Hier ist eine gute Location, lass uns ein Musically machen. Könnt ihr uns kurz filmen für ein Musically? Komm, wir machen ein Musically‘, und das war echt nervig.“ (Mädchen, 14 Jahre)

In der Gruppe wird aber auch Verständnis dafür geäußert, dass es für andere wichtig sein kann, möglichst viele Fans zu bekommen und aus diesem Grund aufwendige und perfekte Videos zu drehen, die viel Zeit in Anspruch nehmen können, beispielsweise durch Drehortsuche und Choreografie.

Vereinzelt haben die Heranwachsenden Strategien entwickelt, um die eigene TikTok-Nutzung einzuschränken: Die Zahl der Videos könne begrenzt und für die Nutzung der App ein Zeitlimit bzw. ein Timer eingestellt werden.

Einige der Jugendlichen betonen allerdings, dass ihr Interesse und folglich die Zeit auf TikTok – im Gegensatz zu früher – deutlich abgenommen habe und die App eher etwas für Jüngere sei.

Online belästigt werden

Bei der Thematisierung von Online-Belästigung beziehen sich die Heranwachsenden überwiegend auf Berichte Dritter, zum Teil schildern sie aber auch eigene Erfahrungen.

Vorsicht gegenüber Fremden halten sie für angebracht. Es sei unangenehm, wenn jemand sehr häufig schreibe und wenn Fremde viel über die eigene Person wüssten, weil man persönliche Informationen geteilt habe.

Zwei Mädchen aus einer Kleingruppe schildern eine Situation, die sie als belästigend empfunden haben. Demnach hätten sie auf eine Gruppeneinladung mit eindeutig sexuellem Bezug schnell abweisend reagieren müssen, um nicht mit weiteren unangenehmen Inhalten konfrontiert zu werden:

„Da wurde ich auch so Gruppen hinzugefügt, [...] wie man am besten irgendwie Belly-Dance-Videos macht und ich so: Ey, will ich damit nichts zu tun haben. Oder auf Instagram auch [...], ‚Ich habe euch in diese Gruppe hinzugefügt, dass wir alle unsere perfekten Dates finden,‘ oder so. Da waren da so hundert Menschen drin und [...] dann kamen auch so Bilder. Da bin ich gleich raus. Vor allem, weil die fügen dich da ein, da muss halt erstmal auch einfach sofort ablehnen drücken, bevor irgendwas geschrieben wird.“ (Mädchen, 13 Jahre)

Um Personen, die derartig agieren, von TikTok sperren zu lassen, bewerten sie die Meldefunktion als besonders wichtig.

Einige Aspekte zur Online-Belästigung wurden bereits im Kapitel 4.3 zu Selbstdarstellung auf TikTok und oben zu Fakeprofilen und Identitätsdiebstahl aufgegriffen.

Challenges und Mutproben

Aus einigen Gesprächen geht hervor, dass →**Challenges** auf TikTok als Videotrends verbreitet werden oder zumindest damit in Verbindung stehen. Dabei kann es sich um Herausforderungen handeln, die man gegen- oder miteinander, beispielsweise mit Freund*innen oder Geschwistern, ausführt. Sie können aus anderen Social-Media-Kanälen stammen (z.B. YouTube) und für TikTok adaptiert werden, indem plattformeigene Funktionen (z.B. Duette) zum Einsatz kommen.

Eigene Erfahrungen bezüglich Challenges haben die Jugendlichen gemacht, indem sie diese von TikTok vorgeschlagen bekamen oder auf eigene Initiative selbst welche ausprobiert haben. Manche erhielten Aufforderungen zum Mitmachen auf ihrer Benachrichtigungsseite, wobei sie offen ließen, ob diese von TikTok selbst oder von Bekannten stammten. Die Jugendlichen in einer Gruppe haben darüber gesprochen, dass sie bei einer Tanzchallenge (DiDi-Challenge) mitgemacht hätten und obwohl es ein wenig peinlich sei, sei es auch gleichzeitig eine schöne gemeinsame Erinnerung. Abgesehen von diesem positiven Aspekt verknüpfen die Jugendlichen hauptsächlich negative Assoziationen mit Challenges, berichten aber auch von Strategien, wie sie damit umgehen.

Einige der Heranwachsenden sind sich dessen bewusst, dass es harmlose, aber auch potenziell gefährliche Challenges gibt. Einzelne TikToker*innen, aber auch TikTok selbst würden die Zuschauenden davor warnen, an manchen Challenges teilzunehmen.³ Ein Mädchen schätzt diese Warnungen seitens TikTok als ineffektiv ein. Sie glaube nicht daran, dass diese Maßnahme jemanden daran hindern würde etwas zu tun, von dem abgeraten werde, denn sie selbst würde sich davon nicht beeindrucken lassen:

„Wenn man so eine Meldung drunter packt, so ja, bitte du ‚nicht nachmachen‘, hindert es ja Leute nicht daran, es dann im Endeffekt doch nachzumachen [...] Also mich würde es jetzt nicht davon abhalten, wenn ihr mir das jetzt sagt, macht das bitte nicht. Aber ich würde generell nichts Gefährliches machen [...] Aber diese Meldung würde, glaube ich, daran nicht viel verändern.“ (Mädchen, 13 Jahre)

Gehackt werden

Das Thema ‚Gehackt werden‘ wurde überwiegend unabhängig von Anreizen von den Jugendlichen selbst angesprochen. Sie verstehen darunter, dass sich Fremde Zugang zum eigenen TikTok-Account verschaffen. Diesen Zugang erhielten Hacker*innen, wenn sie das Passwort des Accounts herausfinden würden. Damit könnten sie dann potenziell kompromittierende Videos, die zuvor nur privat in dem Account gespeichert waren, öffentlich machen oder auch Videos hochladen, die nicht regelkonform seien und von anderen TikTok-Nutzer*innen gemeldet würden. Dadurch könne man Gefahr laufen, den eigenen Account unverschuldet zu verlieren, was als besonders schlimm angesehen wird, wenn man dort bereits einige Follower*innen angesammelt hat.

In Bezug auf Passwörter raten einige Mädchen dazu, sichere Passwörter auszuwählen, ggf. zu notieren und schnell zu ändern, falls ein Hackerangriff bemerkt würde.

Ein privat eingestellter Account könne ebenfalls für mehr Kontrolle sorgen, denn dann könne man bestimmen, wer den eigenen Account finden könne.

Verletzung des Rechts am eigenen Bild und Urheberrechtsverletzung

Das Recht am eigenen Bild wird in zwei Gruppen, aber nur in einer davon vertieft, thematisiert. Insgesamt fällt auf, dass die Begrifflichkeiten Verletzung des Rechts am eigenen Bild und Urheberrecht selten eigenständig erwähnt und oftmals falsch konnotiert sind.

³ Diese Warnungen erfolgen nach Recherche des ACT ON!-Forschungsteams nicht flächendeckend für bestimmte Arten von Challenges, sondern sind in vereinzelt Videos zu finden. Seitens TikTok wird die Systematik der Markierung nicht transparent gemacht. (Recherchestand Juni 2020)

Eine Mädchengruppe weiß, dass man nicht einfach Bilder von Dritten, ohne deren Wissen und Einverständnis, aufnehmen und veröffentlichen darf. Gleichzeitig sprechen sie offen darüber, dass sie das selbst bereits getan haben, und gehen fest davon aus, dass ein großer Teil ‚der anderen‘ es auch mache.

Außerdem dürfe man die Videos von anderen TikToker*innen nicht unter dem eigenen Namen veröffentlichen. Aber auch ihnen selbst seien schon Videos gestohlen worden, ohne auf die Urheberin zu verweisen, wie eine 13-Jährige erzählt:

„Und die verlinken dich dann manchmal nicht. Und bei mir war das schon mal, ich habe einfach halt durchgesehen und auf einmal habe ich so mein Video, was ich gemacht habe [...] auf einem anderen Account gefunden. Und dann habe ich den Account durchgesehen und da waren viele Videos geklaut, von mir und noch von anderen Leuten [...].“

Auch sei es verboten, Videos anderer Urheber*innen zu bearbeiten oder aus dem Zusammenhang zu reißen und erneut zu veröffentlichen, z.B. auf rechtsradikalen Seiten.

Um diesen Problemen entgegenzuwirken, verweisen die Heranwachsenden wiederum auf die Einstellungsmöglichkeiten der Konten. Private Konten seien besser geschützt, weil Videos dort nur einem begrenzten und ausgewählten Personenkreis zur Verfügung stünden.

Getrackt werden/Datenspionage

Zwei Gruppen problematisieren das Thema Datenspionage, aber nur eine von ihnen beginnt eine Diskussion darüber. Bei den Mädchen herrscht Ungewissheit darüber, in welchem Umfang TikTok ihre Videos und Daten verarbeitet und speichert, selbst wenn sie die Videos schon gelöscht hätten. Ein Mädchen ist überzeugt, dass TikTok die Daten auch potenziell an Dritte weiterverkaufen könne.

Literaturverzeichnis

Feierabend, Sabine/Rathgeb, Thomas/Reutter, Theresa (2020). JIM-Studie 2019. Jugend, Information, Medien. Stuttgart.

https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2019/JIM_2019.pdf [Zugriff: 04.06.2020]

Jugendschutz.net (2020). Praxisinfo TikTok. Kinder und Jugendliche für Risiken sensibilisieren.

https://fis.jugendschutz.net/fileadmin/user_upload/Snipet_News_Dokumente/PraxisInfo_TikTok_2020.pdf [Zugriff: 10.07.2020]

Programmberatung für Eltern e.V. (Hrsg.) (2020). Musik in Bewegtbildangeboten aus der Sicht von Kindern. Flimmo-Kinderbefragung.

https://www.flimmo.de/fileadmin/Content/Downloads/befragungen/2020_Bericht_Musik.pdf [Zugriff: 23.07.2020]

Reuter, Markus/Köver, Chris (2019). Gute Laune und Zensur. <https://netzpolitik.org/2019/gute-laune-und-zensur/> [Zugriff: 10.07.2020]

Saferinternet.at (2019). TikTok und das Urheberrecht?

<https://www.saferinternet.at/privatsphaere-leitfaeden/tiktok/faq/tiktok-und-das-urheberrecht/> [Zugriff: 10.07.2020]

Stoll, Kathrin (2020). Weit mehr als nur das Clipboard: Diese Daten sammelt Tiktok.

<https://t3n.de/news/weit-mehr-nur-clipboard-diese-1296179/> [Zugriff: 10.07.2020]

Glossar

Begleiteter Modus: Seit Februar 2020 bietet TikTok Eltern die Möglichkeit, die App ihrer Kinder hinsichtlich Nutzungszeiten, Kontaktmöglichkeiten und Inhalten zu beschränken. Die inhaltliche Einschränkung wird auch als →eingeschränkter Modus bezeichnet.

Challenges: Challenges sind Herausforderungen, ein Video zu einem bestimmten Thema zu machen bzw. bestimmte Aktionen auszuführen. Die Challenges haben Hashtags, über die sie gefunden werden können. Für Nutzer*innen ist die Teilnahme an Challenges eine beliebte Möglichkeit, die eigene Sichtbarkeit zu erhöhen. TikTok vermarktet Hashtag-Challenges auch als Werbeformat.

Coins: (engl. Münzen) s.a. Virtuelle Geschenke.

Creator*innen: Als Creator*innen bezeichnet TikTok Nutzer*innen, die aktiv Videos hochladen.

Digital Wellbeing: In den App-Einstellungen finden sich unter dem Reiter „Digital Wellbeing“ Funktionen, die es ermöglichen, die Bildschirmzeit festzulegen und den eingeschränkten Modus zu aktivieren. Das Digital Wellbeing richtet sich an alle registrierten Nutzer*innen, während der →begleitete Modus für Eltern gedacht ist, die ihren Kindern die App nur unter bestimmten Bedingungen zugänglich machen wollen.

Direktnachrichten-Funktion: Auf TikTok können sich →Freund*innen private Nachrichten schicken. Über die Privatsphäre- und Sicherheitseinstellungen kann das Erhalten von Nachrichten unterbunden werden. Seit dem 30. April 2020 können nur noch Nutzer*innen ab 16 Jahren auf das Nachrichtenarchiv zugreifen, neue Nachrichten senden und empfangen.

Duette: Kurzvideos können auch gemeinsam mit →Freund*innen oder anderen Nutzer*innen kreiert werden. Eigene Inhalte können aufgenommen und mit den Inhalten anderer zusammengeführt, geschnitten und synchronisiert werden. Dazu müssen die Videos bzw. Kanäle über die entsprechenden Privatsphäre- und Sicherheitseinstellungen für diese Funktion freigegeben sein.

Effekte und Filter: TikTok bietet verschiedene Möglichkeiten der Videobearbeitung. Dazu gehören Farbfiler, Zeitraffer und Zeitlupe sowie Effekte. Effekte verändern einzelne Elemente des Videos. Dabei werden beispielsweise Masken über Gesichter gelegt oder Regentropfen eingeblendet.

Eingeschränkter Modus: Diese Einstellungsmöglichkeit kann für den →begleiteten Modus und das →Digital Wellbeing genutzt werden. Laut TikTok werden im eingeschränkten Modus „bestimmte Inhalte, die für Erwachsene bestimmt sind, herausgefiltert – so werden nur altersgerechte Videos angezeigt.“ (Quelle: <https://newsroom.tiktok.com/de-de/der-begleitete-modus-von-tiktok>)

Erwähnen/Erwähnungen: Wenn →Creator*innen auf TikTok ein Video hochladen, können sie die Profile anderer Nutzer*innen verlinken (= erwähnen). Viele Nutzer*innen verwenden diese Möglichkeit, um sich zu vernetzen und ihre Reichweite zu erhöhen. Creator*innen, die bereits viele →Follower*innen haben, verlosen bspw. Erwähnungen in ihren Videos, um anderen Nutzer*innen zu einer größeren Reichweite zu verhelfen.

„Folge ich“-Seite: Auf dieser Seite werden den Nutzer*innen all jene Videos angezeigt, die von den abonnierten →Creator*innen hochgeladen werden.

Follower*innen: Als Follower*innen werden Nutzer*innen bezeichnet, die einen Kanal abonnieren bzw. einem Kanal folgen. Bei TikTok werden sie auch „Fans“ genannt.

Freund*innen: Abonnieren bzw. folgen sich zwei Personen gegenseitig, werden sie auf TikTok als Freund*innen eingestuft.

„Für dich“-Seite: Diese Seite zeigt sehr viele →öffentliche Videos an, die individuell auf die Nutzenden abgestimmt sind. Welche Videos den Nutzenden angezeigt werden, wählt ein Algorithmus abhängig von den Videos aus, die die Nutzer*innen bisher z.B. angesehen, →geherzt oder als →„nicht interessiert“ gekennzeichnet haben. Auf der „Für dich“-Seite werden zudem auch gezielt neue Themen eingestreut; nach Angaben von TikTok verbringen die Nutzer*innen auf dieser Seite am meisten Zeit. (Quelle: <https://newsroom.tiktok.com/de-de/tiktok-der-fur-dich-feed-erklart>)

Herzen: Nutzer*innen können an Videos Herzen vergeben. Sie sprechen dann davon, ein Video zu herzen. Die Anzahl der Herzen, die ein Video erhalten hat, wird angezeigt. Aus den gehezten Videos wird eine automatische Galerie erstellt, die im Profil der Nutzer*innen alle favorisierten Inhalte sammelt.

IBF – Internet Best Friend: Ein IBF ist eine beste Freundin oder ein bester Freund, die oder den man durch das Internet kennengelernt hat. Ein IBF ist somit quasi der BFF im Internet.

Livestream/Live gehen: TikTok erlaubt Echtzeitübertragungen. Um die Funktion nutzen zu können, muss man mindestens 1000 →Follower*innen haben und 16 Jahre alt sein. (Quelle: <https://www.spiegel.de/netzwelt/apps/tiktok-wie-streamer-junge-zuschauer-zu-teuren-geldgeschenken-verleiten-a-1300508.html>)

Melden: Die „Melden“-Funktion soll es Nutzer*innen ermöglichen, die TikTok-Moderator*innen auf Videos, Kommentare, Chats oder Konten aufmerksam zu machen, die ihnen unangemessen erscheinen, weil sie z.B. Spam enthalten oder gegen die Community-Richtlinien verstoßen. Soll ein Inhalt gemeldet werden, muss dafür ein Grund angegeben werden. Hierfür kann aus 13 verschiedenen Gründen wie z.B. Hassrede oder Pornografie und Nacktheit ausgewählt werden.

Nicht interessiert: Videos, die nicht gefallen, können als „nicht interessiert“ markiert werden. Dadurch sollen ähnliche Videos aus der →„Für dich“-Seite gefiltert werden.

Öffentliches Konto: Wenn das TikTok-Konto in den Einstellungen auf öffentlich gestellt ist, können die Videos von allen Nutzer*innen gesehen und zudem auf der →„Für dich“-Seite angezeigt werden. TikTok fragt auch bei öffentlich eingestelltem Konto bei jedem Video-Upload nach, ob das Video für alle, nur für die eigenen →Follower*innen oder ausschließlich für die →Creator*innen selbst sichtbar sein soll.

Privates Konto: Um die eigene Privatsphäre zu schützen, können die Nutzer*innen ihr Konto in den Einstellungen auf privat stellen. Damit sind die eigenen Videos höchstens für →Follower*innen sichtbar. Daneben besteht auch die Möglichkeit, beim Upload einzustellen, dass ein Video nur für →Freund*innen oder nur für die →Creator*innen selbst zu sehen ist. Mit einem privaten Konto können Nutzer*innen Follower*innen genehmigen oder ablehnen und den Nachrichtenempfang auf Nachrichten von Follower*innen beschränken. Allerdings ist mit einem privaten Konto z.B. kein →Duett möglich; zudem wird ein hochgeladenes Video eines privaten Kontos nicht auf der →„Für dich“-Seite anderer Nutzer*innen angezeigt, sondern nur auf der →„Folge ich“-Seite.

Reagieren/Reaktion: Mit der Funktion „Reaktionen“ können →Creator*innen auf die Inhalte anderer direkt antworten. Dazu nehmen sie ein neues Video auf, das das Originalvideo und die eigene Reaktion darauf gleichzeitig abbildet. Das Originalvideo erscheint dabei in einem kleineren Fenster, das frei in dem Reaktionsvideo platziert werden kann.

Trend: Eine beliebte Reihe ähnlicher Videos, die sich unter demselben Hashtag finden.

Virtuelle Geschenke: Nutzer*innen können Münzen (engl.: Coins) gegen reales Geld kaufen. Damit können sie virtuelle Geschenke wie Emojis oder Spezialeffekte erwerben. Diese können sie →Creator*innen schenken, während jene live streamen. Das Schenken ist ein öffentlicher Vorgang und für andere Zuschauer*innen des Livestreams sichtbar. Die beschenkten Creator*innen bekommen für die erhaltenen Geschenke Diamanten, die sie gegen einen Geldbetrag einlösen können. Der Erwerb von Münzen, die Nutzung von virtuellen Geschenken und das Sammeln und Einlösen von Diamanten sind ab einem Alter von 18 Jahren erlaubt. (Quelle: <https://newsroom.tiktok.com/de-de/aktualisierung-unserer-geschenke-richtlinien-zum-schutz-unserer-community>)