

Yvonne Stingel-Voigt

## Visualisierung von Songs

### Musik und Performance in TikTok-Videos

Die Videoplattform TikTok, die zuvor unter dem Namen musical.ly bestand, bietet ihren Nutzerinnen und Nutzern die Möglichkeit, Videos zu produzieren und zu rezipieren. Die Videos haben dabei in der Regel eine Länge zwischen 15 und 60 Sekunden und beinhalten zahlreiche Tanzsequenzen und Lippsynchronisationen. Hierzu können Soundschnipsel benutzt werden, die entweder in einer Datenbank zu finden sind oder aus bereits bestehenden Videos herauskopiert und weiterverwendet werden können. Das Konzept ist also, ein Video zu gestalten, das mit Ton/Musik unterlegt ist. Dabei wird Musik auf vielfältige Art visualisiert beziehungsweise mit einem visuellen Inhalt verknüpft. Einige Beispiele werden im Folgenden diskutiert.

#### Die Plattform

Die Multimediaplattform wurde 2016 gegründet und ist eine App mit einer enorm schnellen Ausbreitung. So war TikTok im Jahr 2020 in 150 Ländern verfügbar und umfasste mehr als 500 Millionen aktive Nutzerinnen und Nutzer.<sup>1</sup> Im Juli 2021 war TikTok mit mehr als 63 Millionen weltweit die am meisten heruntergeladene Anwendung und übertrumpfte damit Facebook.<sup>2</sup> Insbesondere während der Covid-19-Pandemie stiegen die NutzerInnenzahlen.<sup>3</sup>

Diese rasche und weitreichende Verbreitung von TikTok animierte deutsche Institutionen wie u. a. das ZEIT Magazin, die Tagesschau oder das Gesundheitsministerium, sich ebenfalls dort zu präsentieren.<sup>4</sup> Die Polizei wirbt auf TikTok für Nachwuchs und auch verschiedene Hochschulinitiativen sind dort zu finden. Dies verleiht der App (die einen Teil ihres Ursprungs in einer Teenager-Trend-Anwendung hatte<sup>5</sup>) zunehmend Seriosität und Relevanz.<sup>6</sup>

TikTok beinhaltet ein Sammelsurium an Themen. Dazu zählen Videos zu aktuellen politischen Ereignissen, wie derzeit der Krieg zwischen Russland und der Ukraine. Videos zur Corona-Pandemie oder zum Kli-

mawandel sind ebenso zu finden wie ironische Filme zu Alltagssituationen in Arbeit, Schule (sowohl aus Sicht der SchülerInnen sowie aus der der LehrerInnen) und sozialem Zusammenleben mit FreundInnen und Familie. Auch die physische und psychische Gesundheit sind große Themengebiete auf dieser Plattform.

Die App wird von Menschen aller Altersgruppen genutzt, auch wenn der Großteil davon nach wie vor Teenager sind.<sup>7</sup> Alle Themen werden auf eine Kernaussage komprimiert, die in wenigen Sekunden dargestellt wird. TikTok erscheint als ein „popkulturelles Phänomen, in dem Nutzende stilistisch mit Humor, Übertreibung und Ironie spielen“,<sup>8</sup> deren Motivation zur Nutzung der App „im Erleben eines Gefühls von Immersion, sozialer Präsenz und Unterhaltung“ liegt.<sup>9</sup> Auch die Ablenkung vom Alltag und damit verbundene Stress oder Sorgen kann ein Motiv zur TikTok-Nutzung sein. So berichtet eine Userin:

„I personally just needed a creative outlet for the crazy things that happen in the life of a teacher. Most of it is satire and just humor because honestly this year has been wild.“<sup>10</sup>

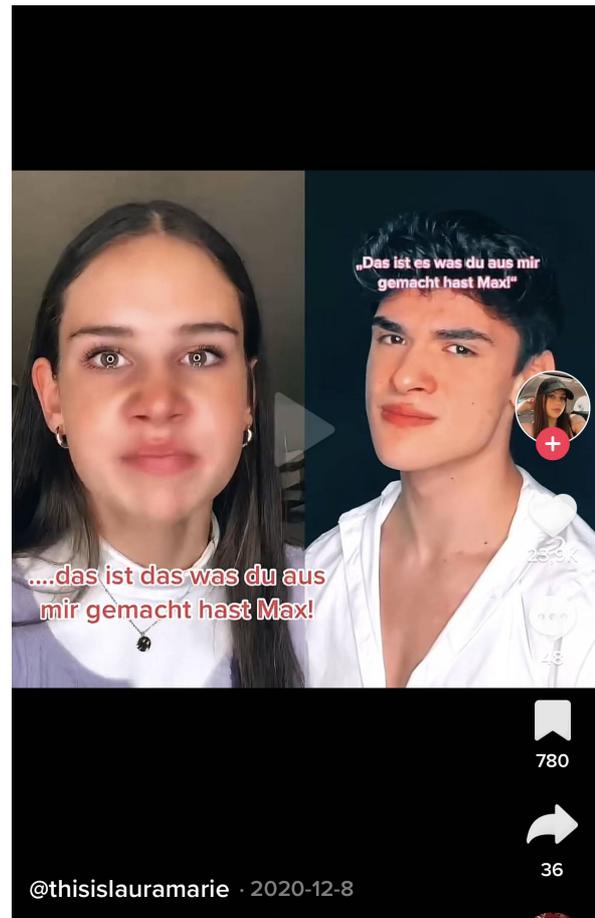
Ein Grund für den großen Erfolg der App ist ihr Design. So können NutzerInnen in relativ kurzer Zeit und für sie leicht verständlich Videos produzieren und einstellen. Die App bietet diverse Funktionen, die, indem sie die Aufmerksamkeit lenken, das Interesse Videos zu konsumieren und auch zu produzieren fördern. TikTok verwendet dazu Big Data-Analysen (Algorithmen), die die Vorlieben der NutzerInnen analysieren. Ihnen werden auf dieser Basis Inhalte empfohlen, die sie bevorzugt interessieren sollten.<sup>11</sup> Wer nur den Homebutton betätigt, bekommt per ‚Zufallsgenerator‘ (aber dennoch durch den Algorithmus vorsortiert) Videos vorgeschlagen, die den persönlichen Vorlieben und Interessen entsprechen.<sup>12</sup> Durch die Kürze der einzel-

nen Videos, die teilweise kreativen Ideen der ProduzentInnen und den scheinbar endlosen Pool weiterer Videos besitzt der Konsum von TikTok einen hohen Unterhaltungswert und kann schnell zu einer zeitintensiven Tätigkeit werden.<sup>13</sup>

### Musikeinsatz

TikTok ist eine App, die die Möglichkeit zur multimedialen Verbreitung, Rezeption und Neuinterpretation von Musik – eingebettet in eine performative Ästhetik – bietet.

Musik ist hierbei nicht immer alleiniger, aber meist ein bedeutender Bestandteil und ein Mittel, die Aussage des Videos ästhetisch zu unterstreichen.<sup>14</sup> Musik in TikTok-Videos kann als Begleitung im Hintergrund laufen, sie kann zu dramaturgischen Zwecken eingesetzt werden, Emotionen unterstützen oder aber auch durch Liedtexte eine klare Bedeutung tragen. Außerdem gibt es reine Musikvideos, die Tanz, Gesang oder Instrumentalmusik kombinieren. Professionelle MusikerInnen nutzen TikTok, um ihre Songs zu verbreiten, ebenso wie Laien. Es braucht nur jemanden, dem das Lied gefällt. Die Sängerin Kati K, die sich selbst bei LinkedIn als Content Creator und Singer/Songwriter beschreibt, ist beispielsweise durch Soziale Netzwerke wie TikTok und Instagram bekannt geworden. Sie hat inzwischen über 800.000 Follower auf TikTok. Ende 2021 ging sie mit ihrem traurigen Song *Schizophren* auf TikTok viral, der inzwischen (Stand 7/22) in 1.512 Videos genutzt wurde. Ihr Song *Wegen Dir* wurde bereits in 4019 Songs genutzt. Sie lädt einerseits Teile ihrer professionell aufgenommenen Songs hoch, wie sie auch auf Spotify erhältlich sind und stellt sie anderen NutzerInnen zur Nutzung für deren Content zur Verfügung. Sie lädt aber auch Videos aus ihrem Wohnzimmer hoch, wie zum Beispiel das Video „Wenn LAYLA eine Ballade wäre“. Hier singt sie ungestylt und nur mit Gitarre unterlegt ein paar melancholische Zeilen. Sie präsentiert sich nahbar. Sie covert hierbei einen „Mallehit“ und gibt ihm ihre Signatur. Innerhalb von drei Wochen erhielt sie dafür 109.8K Likes, 10,4K NutzerInnen haben den Song ihrem eigenen Profil als Favoriten hinzugefügt und es gibt 1.503 Kommentare.<sup>15</sup> Auch in anderen Videos zeigt sie sich privat und ungeschminkt



Screenshot vom 27.7.22.

und gibt beispielsweise Shoppingtips. Für ihre Fans wirkt sie so eher wie eine Freundin, als wie ein unnahbarer Star.

Der Ausschnitt aus ihrem Song „Wegen Dir“ wird wie bereits erwähnt in zahlreichen Videos benutzt. Der Text lautet:

„In meinem Kopf dreh' ich schon tausendmal die Runden / Tränen laufen, denk' ich an die besten Stunden / Was hast du aus mir gemacht? Ich seh' nicht das, was war / Wegen dir schlaf' ich wieder mal nicht ein / Bin wegen dir gefang'n in der Vergangenheit / Und alle sagen mir: ‚Lass es einfach sein‘ / Doch mein Herz lässt dich einfach nicht los, einfach nicht los [...]“.

Es gibt viele emotionale Videos dazu. Der Nutzer @imarealmax nutzte den Song am 8.12.2020 zu

seinem Video mit den Hashtags: „#pov Ich habe dich verletzt und auch nach der Beziehung ist mein Stolz größer als der Blick auf dich und deine Liebe. #max18 #viral #acting.“ Am selben Tag reagiert @thisislauramarie mit einem Duett und dem POV (point of view) „Du hast mich verletzt und selbst nach der Trennung suchst du den Fehler immer bei mir ... □ “. Sie lipsinct dabei mit Tränen in den Augen während gleichzeitig sein Video zu sehen ist, in dem er eher stolz als verletzt wirkt. Dazu ist die Bildinschrift zu sehen: „das ist das was du aus mir gemacht hast Max!“ Sie hat den Liedtext von Kati K auf ihre Situation umgemünzt und ihn personalisiert.

Der Liebeskummer-Songschnipsel von Kati K wird also unter anderem auch von frisch getrennten Paaren zur öffentlichen Auseinandersetzung mit ihrer gescheiterten Beziehung genutzt. So entspricht der neue Content genau dem, was sie über sich selbst schreibt: „ich schreib songs über deinen heartbreak TikTok ' -> katiktr“<sup>16</sup>. Somit spielt die Intertextualität des Videos womöglich eine größere Rolle, als die konkrete Verbindung der Medien Musik und Video (Bild, Sprache, Performance). Und damit findet ein Diskurs auf einer Metaebene statt, durch den das Video zum direkten Kommunikationsmittel wird, mit dem aufeinander reagiert wird. Einige professionelle MusikerInnen wie Das Lumpenpack präsentieren auf TikTok ihre Songs. Ed Sheeran zeigt allerhand Content rund um sein Leben. In einem Video vom 14.7.2022 singt er im #duett mit einem Rasensprenger. Er nutzt dessen rhythmische Wasserspritzen und singt dazu ein paar Zeilen.

Einige Funktionen von TikTok ermöglichen den NutzerInnen Interaktion. Hierzu stehen neben Duetten (ein gleichzeitiges Abspielen zweier Videos unterschiedlicher ProduzentInnen) und Stichen (ein Aufgreifen und somit Zitieren anderer Videos) allerhand musikbasierte Funktionen wie beispielsweise Tanzchallenges und gemeinsames Singen zur Verfügung.

Die Nutzerin @moeismusic singt in ihren Videos, begleitet sich selbst am Keyboard und singt mit anderen NutzerInnen gemeinsam, indem sie deren Videos duettiert und ihre eigene Stimme dazu aufnimmt. Ihr Content besteht nur aus Musik.

Besonders nah sind sich KonsumentIn und ProduzentIn im Livestream – dieser ermöglicht eine direkte

Ansprache und sofortige Reaktion. Auch im Live-Modus wird unter anderem gesungen und getanzt und performt.<sup>17</sup> Die Berliner Nutzerin @\_verobo\_, die allerlei Comedy-Content hochgeladen hat, singt live aus ihrem Wohnzimmer, wenn sie einen Livestream bei TikTok hat. Sie nennt das „Konzert zu Hause“. Dabei kann sie ihren Followern näherkommen und andersherum. Sie singt und performt, um NutzerInnen zu bekommen und zu behalten. Vielleicht spielt auch der Traum, entdeckt und berühmt zu werden, dabei mit.

Als Raum für eine (digitale) Kulturlandschaft bietet TikTok in einem Konstrukt aus „Individuum, Kollektivum und Anerkennung“ insbesondere Jugendlichen eine Plattform, um „durch derartige musikbezogene Internetaktivitäten in besonderer Weise auch sogenannte *soft skills* (Kommunikationsfähigkeit, Selbstbewusstsein, Empathie, soziale Kompetenz einschließlich Kritikfähigkeit, Konfliktfähigkeit und Teamfähigkeit) und metakognitive Kompetenzen (planen, evaluieren, korrigieren...)“<sup>18</sup> zu erlangen, insbesondere bei musikalischen Aktivitäten wie singen<sup>19</sup> oder tanzen. Andere NutzerInnen haben neben dem Konsum der Videos die Möglichkeit, diese mit einem Herz zu versehen (zu liken), der ProduzentIn zu folgen, das Video zu kommentieren oder einen im Video genutzten Sound für weitere eigene Videos zu benutzen. In diesem Kontext übernimmt somit auch die Musik selbst Funktionen, die das soziale Verhalten prägen. „Die ästhetischen Merkmale der *FanArt* bzw. Performances innerhalb der App *TikTok* entsprechen in der Regel jenen der Populärmusik.“<sup>20</sup> Wie Fritz Höfer ausführt, handelt es sich dabei um „sichtbare Handlungen“, die auch auf die nicht-musikbezogenen Bereiche der Lebenswelt der RezipientIn Bezug nehmen und Musikerlebnis, Performance, Medialität und Vergemeinschaftung kontextualisieren.<sup>21</sup>

Zahlreiche TikTok Videos werden (unabhängig von einer Challenge) mit denselben Songs unterlegt. Ein Beispiel ist Katie Perrys Song „The one that got away“, aus dem nur der Textschnipsel: „I should have told you what you meant to me, 'cause now I pay the price, in another life, I would be your girl“ in einer Endlosschleife unter den verschiedensten Videoloops zu hören ist. Zu dem Song wird gelipsinct, getanzt. Das Lied wird sowohl Videos unterlegt, die als Motivator zur Gewichtsabnahme fungieren sollen, als auch Vide-

os mit Aussagen, die sich gegen Bodyshaming richten. So wird ein und derselbe Song für völlig konträre Aussagen benutzt. Das im Liedtext enthaltene Bedauern um eine/n verlorene/n PartnerIn wird in den beschriebenen Fällen mit Äußerlichkeiten, insbesondere dem Gewicht einer Person (egal ob dieses nun verändert oder angenommen werden soll), in Verbindung gebracht.<sup>22</sup>

Die Geschwindigkeit, in der Videos ‚trenden‘, sich verbreiten, d. h. von anderen aufgegriffen, kommentiert und geliked werden, lässt diese als „virales Phänomen“<sup>23</sup> erscheinen. Der Begriff zielt auf die Tatsache, dass „bestimmte Videos durch die hohe Frequenz der Share- und Like-Aktivitäten populärer werden als andere.“<sup>24</sup> Musik hat durchaus einen entscheidenden Anteil an diesem Erfolg. So vermuten NutzerInnen immer wieder, dass auch Videos mit einer völlig sinnfreien visuellen Handlung, aber dem richtigen Sound, das Potential haben, viral zu gehen.

### Alternative Videointerpretation als kommunikativer Austausch

Ein weiteres und ganz anderes Beispiel für den Einsatz von Musik in TikTok-Videos ist ein Ausschnitt der ersten Sekunden des Songs „Choices“ von E-40. Ein Chorus deklamiert cool und gelassen die Worte „Yup“ und „Nope“, unterlegt mit einer kurzen Melodie, die aus drei sich wiederholenden Tönen besteht. Diese Sequenz von wenigen Sekunden ist „innerhalb der TikTok-Community gerade beliebt [...], weil sie sich besonders gut für das plattformtypische Storytelling im Miniformat“<sup>25</sup> eignet.

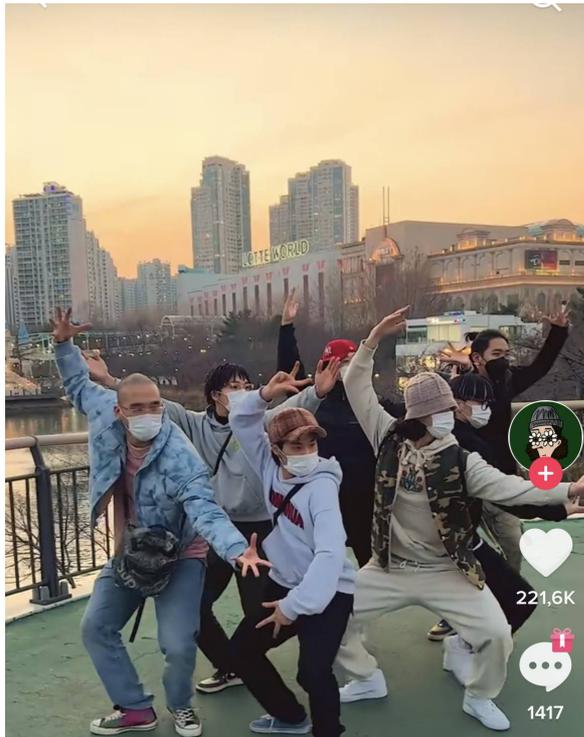
Antworten können Nutzer auf Videos nämlich nicht nur im Textformat, sondern auch mit einem eigenen Video, das auf dieselbe Musiksequenz abgestimmt [...] ist. Besonders erfolgreiche Videos, bestimmte Punchlines, Bewegungsabläufe oder Tänze werden so zu ikonografischen Memes, die sich einfach imitieren oder adaptieren lassen (ähnlich wie die Ice Bucket Challenge vor fünf Jahren auf Facebook).<sup>26</sup>

Mit Hashtags oder Songs als Erkennungsmerkmal können so Gemeinsamkeiten unter Videos geschaffen

werden, die durchaus völlig unterschiedliche Informationen oder Aussagen treffen, aber einem einheitlichen Duktus entsprechen. „Yup“ oder „Nope“ passen als musikalische Kommentarfunktionen zu verschiedensten Themengebieten. Diese können lustig, ironisch, ernst, traurig oder auch politisch sein. Innerhalb der intermedialen Konstellation wird der Songschnipsel zum Teil der Handlung und, herausgelöst aus seinem ursprünglichen Kontext, mit einer anderen narrativen Funktion versehen. Das Konzept ist dabei ein wechselseitiges: Die Musik wird einerseits den Bildern unterlegt, wodurch diese weitere Bedeutungsebenen erhalten, wie auch umgekehrt die Bilder auf die Hörwahrnehmung des Musikstücks zurückwirken.

Es trenden immer wieder einzelne (neue und alte) Songs, zu denen Videos bei TikTok veröffentlicht werden. Unter den Hashtags #EDFChallenge und #earthdefenseforcechallenge finden sich zahlreiche Videos, in denen Gruppen unterschiedlichster Menschen kurze Choreographien zu einer 10–15-sekündigen, repetitiven Gute-Laune-Musiksequenz von EmetSound erfinden, aufnehmen und online stellen. Die DarstellerInnen zeigen sich als Gruppenbild in einer Art Kampfformation und bewegen sich langsam und möglichst exakt im Rhythmus des Songs (den es auch als Klingelton gibt) in eine Richtung. Die Ausgangsposition der „TänzerInnen“ (falls man diesen Slow-Gruppen-Walk als Tanz bezeichnen möchte<sup>27</sup>) ist jeweils ähnlich. In den Kommentaren befinden sich Bezeichnungen wie „zombie army dance“ oder „Súper héroes modernos“<sup>28</sup>.

Die Recherche danach, wie und mit welcher Motivation die Challenge entstanden ist, erwies sich als äußerst schwierig. Zwar fand ich den Kommentar: „To save our Mother Earth from any alien threat“<sup>29</sup>, doch reichte mir das als Erklärung nicht aus. *Earth Defence Force* könnte an das gleichnamige Computerspiel angelehnt sein. Es gibt auch Hinweise in den TikTok-Komentaren, dass es sich um eine Adaption einer *Naruto*-Kraft (das Sich-Vervielfältigen), eine Anlehnung an die Science Fiction-Serie *Ultraman* oder eine Formation aus dem Spiel *Dragonballs* handeln könnte.<sup>30</sup> Möglicherweise verfehlen solche Recherchen und Sinnsuchen vielleicht aber auch die Intentionen mancher NutzerInnen.



Screenshots 2 und 3 aus TikTok zum Hashtag EarthDefenceForce. Erstellt am 22.04.2022.

Es gibt viele Videos auf der Plattform TikTok, die informativ sind, die etwas erzählen oder erreichen wollen – es gibt aber anscheinend auch Videos, in denen es einfach darum geht, Spaß zu haben und anderen Spaß zu bereiten. Und dies gelingt offenbar mit einem eingängigen Sound/Musikstück mit einem (in diesem Fall) hohen Wiedererkennungswert. Der Songschnipsel fungiert für diese Challenge wie ein Audio Branding<sup>91</sup>. Und allen Videos liegt ein gemeinsames Ziel zugrunde: durch eine einfallsreiche, witzige und prägnante Choreographie und möglichst hohe Präzision durch die Anpassung der Bewegungen an den Rhythmus zu trenden. So nutzen @themoaninfrogs nicht nur den typischen Fortbewegungsrhythmus und die Anfangsformation, um sich der Challenge anzuschließen, sondern sie tragen zusätzlich ihre Saxophone als Waffen vor sich her (siehe vierter Screenshot).

Screenshot 4 aus TikTok zum Hashtag EarthDefenceForce. Erstellt am 22.04.2022



## Visualisierte Interpretation

Eine andere Tanz-Challenge besteht aus wenigen Tanzschritten eines Shuffle-Dances zu einem Ausschnitt aus Pascal Letoublons Song „Friendships“. Hier sind Tutorials zu den Tanzschritten sowie Darbietungen von ProfitänzerInnen und Laien gleichermaßen zu sehen. Dadurch erfährt der Popsong nicht nur einen neuen Kontext, sondern eine zusätzliche Verbreitung und damit eine Erhöhung seiner Popularität.



Screenshot 6 erstellt am 29.4.2022.

Durch die Nutzung eines Songs in TikTok-Videos – so scheint es – können KünstlerInnen profitieren. Die App beeinflusst also die Musikindustrie. Diese ist sich des Phänomens bewusst und publiziert Songs, die sich besonders gut für eine Weiternutzung in TikTok eignen.

Nicht nur prägt TikTok die rezeptive und kreative musikalische Praxis zahlreicher Teens und Prä-Teens auf der ganzen Welt. Auch professionelle Musikproduzenten veröffentlichen immer kürzere Songs. Die durchschnittliche Länge eines Billboard-Top-100-Tracks sank in den letzten fünf Jahren, in letzter Zeit sicher auch wegen TikTok, um 20 Sekunden auf drei-

einhalb Minuten. Weit mehr Aufmerksamkeit geht beim Kompositionsprozess außerdem in kürzeste Abschnitte mit loopbarem Beat und memefähiger Textzeile. Nicht zuletzt werden von Musiker\*innen Moves, die auf TikTok häufig zu sehen sind, übernommen.<sup>32</sup>

Durch das bereits beschriebene Stitching oder Duetting ist auf der Plattform TikTok auch gemeinsames Musizieren oder gemeinsames Singen mit anderen NutzerInnen möglich.

Der Screenshot zeigt eine Musikgruppe, die unter dem Usernamen scarpockets einen Song darbietet. Der User @notjustsad zeigt sich, wie er im Duett mit der Gruppe mitsingt. Das Duett ist ein häufig anzutreffendes Phänomen des Miteinandersingens in TikTok, es gibt auch Versionen, bei denen ein Liedtext wie in einem Karokesong in zwei unterschiedlichen Schriftfarben gezeigt wird. Ein/e UserIn singt nur den Text einer Farbe, lädt das Video auf TikTok und wartet, bis ein/e andere/r UserIn auf die Idee kommt, ein Duett zu erstellen und den restlichen Text dazu zu singen und anschließend das Video, in dem beide gemeinsam singen, hochzuladen. Unter dem #singingchallenge gibt es zahlreiche Videos unterschiedlicher Gesangsdarbietungen. Diese können lustig sein, beeindruckend, laienhaft oder auch (semi-)professionell. Hier finden sich auch verschiedenste Formen: Es wird alleine gesungen, a cappella, mit Musikbegleitung, zu zweit, in Gruppen, mit Texteinblendung (Karaoke), es wird gesticht und im #duett gesungen.

## Filter

Filter bieten in TikTok die Möglichkeit das Video zu bearbeiten. Es gibt verschiedene Hintergründe, Weichzeichner, Möglichkeiten zur Farbwahl, aber auch diverse Filter, das eigene Aussehen zu verändern. So werden beispielsweise Falten retuschiert, Schminke hinzugefügt und vieles mehr. Mit dem Rapunzel-Filter kann ich blonde Haare haben, mit einem Bart-Filter sehe ich aus, wie ein Mann. Filter gibt es auch für den Sound eines Videos. Eine Auswahl davon wird im Folgenden dargestellt.

Neben der Selbstdarstellung, wie UserInnen singend, tanzend oder musizierend auf TikTok zu sehen und zu hören sind, kann auch mittels Tools mit Musik gespielt werden. Ein Beispiel hierfür ist der „Music Visualizer“. Am 7.4.2021 kündigt TikTok diesen in sei-

nem Newsroom an.<sup>33</sup> Der Music Visualizer ist ein Videoeffekt, der visuelle an den Rhythmus und Takt der Musik angepasste abstrakte Bildbewegungen und Übergänge kreiert. Es gibt zahlreiche Apps, die derartige Grafiken und Animationen anbieten, bei denen das Bild auf Audiodaten reagiert. Die Musik wird optisch begleitet. Wer seinem Video den dynamischen Musikvisualisierer hinzufügt, kann sich selbst aufnehmen. Der Hintergrund wird von der App entfernt. Zu sehen ist nur die Userin und ein abstrakter Hintergrund, der sich passend zur Musik bewegt. Es ist eine optische Spielerei. Hintergründe, die auf Musik reagieren bietet TikTok einige, dazu gehört beispielsweise auch Sunset-Beats oder der Spiegel-Beat, bei dem die Videoaufnahme wie ein Kaleidoskopspiegel wirkt, der sich dynamisch an die Hintergrundmusik anpasst und adaptiv verändert.

Die „Musikmaschine“ ist ein weiterer Filter innerhalb der TikTok App, die wiederum ermöglicht sich selbst zu zeigen. Die im Hintergrund ablaufende Musik kann aktiv während der Aufnahme beeinflusst werden. Gleichzeitig kann gesungen oder gesprochen werden, was dann ebenfalls aufgenommen wird. Zur Bearbeitung des Hintergrundsounds blendet die App verschiedene Buttons ein, die einige Mix-Möglichkeiten bereithalten. Wird ein Button betätigt, variiert der Sound. Es verzerrt oder verfärbt sich auch das Bild. Der Filter „Delayed Beats“ kann auf jeden Song aus der TikTok Datenbank angewendet werden und lässt den Sound kurz einfrieren, was eine Art hörbaren Stop-Motion Effekt erzeugt.

Filter und Effekte stehen zahlreich zur Verfügung. Mit dem TikTok-Effekt Ersteller, können UserInnen auch selbst kreativ werden. So erweitert sich die App stetig – einerseits durch technische Neuerungen des Anbieters, andererseits durch Einfälle und Kreationen der UserInnen. Alle Filter ermöglichen eine kreative Auseinandersetzung mit Ton und Bild. Es ist kein Musizieren im herkömmlichen Sinne, aber man kann mixen und tunen und die Musik dadurch verändern. So sind in diesen Fällen Musik und der spielerische Umgang damit Gegenstand des jeweiligen Videos. Die Userin wird zur Künstlerin, die in ihrer Community durch Likes und Kommentare Feedback erhält.

### **Spiel mit Musik: Visualisierung von Musik als Performance**

TikTok-Videos sind audiovisuelle Ereignisse. Sound und Musik haben in der App die unterschiedlichsten Erscheinungsweisen. Musik kann unter anderem ein Video begleiten, pushen, emotionsfördernde Funktionen erfüllen, eine Aussage treffen, zur Bekräftigung unterschiedlichster Inhalte herangezogen werden, oder zum Teil einer Challenge werden, wenn sie zum gemeinsamen Musizieren, Tanzen oder Singen animiert. Diverse Filter peppen das Bild auf und machen Musik und Sound sichtbar.

TikTok kann KünstlerInnen bekannt machen und sogar die Produktion zukünftiger Popsongs beeinflussen. Die Videos, bestehend aus aufeinander abgestimmtem und teilweise sogar miteinander kommunizierendem Bild und Ton, können auch als performativer Akt angesehen werden. Dies ist in zahlreichen Situationen in TikTok gegeben. Dazu zählen sichtbares Musizieren, das Duett, live-Darbietungen, Konzertausschnitte etc.

In jedem dieser oben beschriebenen Fälle setzt sich ein/e UserIn aktiv mit Musik auseinander. Bild und Ton stehen immer in einem Kontext zueinander. Der Einsatz von Musik hängt stark von der jeweiligen Agenda ab (ob er also illustrierend, kommentierend, konterkarierend etc. ist) und ob es ein Video mit politischen oder auch ideologischen Zielen ist, oder eines, das vorrangig Unterhaltungszweck hat.

TikTok hat auch eine starke soziale Komponente,<sup>34</sup> die auf Gemeinschaft basiert.<sup>35</sup> Musik hat schon immer soziale Funktionen. Diese reichen von Musik als Gemeinschaftserlebnis bis zu repräsentativen Eigenschaften. Das Gemeinsame Musizieren oder die gemeinschaftliche Rezeption von Musik machen einen großen Teil ihrer sozialen Komponente sowohl analog als auch auf digitaler Ebene aus. Und Musik ist sinnlich und kann dazu beitragen, eine bestimmte Stimmung zu generieren. So kann Musik innerhalb von TikTok auch mittelbar und unmittelbar soziale Funktionen erfüllen – sie kann Gemeinschaften erzeugen und zusammenhalten. Diese können sich beispielsweise durch Fankultur, durch eine bestimmte Stimmung (ausgelöst durch die Musik oder auch den Liedtext),

durch Spaß am kreativen Umgang mit Musik, durch eine Challenge oder auch durch gemeinsames Musizieren definieren. Denn gerade durch das Sharen und Liken entsteht eine Gemeinschaftlichkeit und letztendlich auch die (soziale) Bedeutung des einzelnen Videos.<sup>36</sup>

## Endnoten

1. Ackermann 2020, S. 72.
2. Redaktionsnetzwerk Deutschland 2021.
3. Vgl. Brown 2021.
4. Ackermann 2020, S. 72.
5. Vgl. Klicksafe 2016.
6. Zu kritisieren bleibt jedoch, dass TikTok Inhalte und Begrifflichkeiten zensiert. Diese können zum Teil von den NutzerInnen durch eine entremdete Schreibweise umgangen werden. In bestimmten Fällen (zum Beispiel bei politischem Extremismus oder der Darstellung von Gewalt) mag dies sinnvoll sein. Dennoch bleibt das Zensurverfahren fragwürdig. Vgl. Hurtz 2022.
7. Vgl. Christopher 2020.
8. Ackermann 2020, S. 74.
9. Ackermann 2020, S. 74.
10. Junior Biomedical Engineering teacher und new TikTok creator, Miss Elissa Fusco. Zitiert nach: Brown 2021.
11. Vgl. auch: Jaffar 2020, S. 193.
12. Der Algorithmus erzeugt dabei eine Filterblase. Einerseits werden NutzerInnen an die App gebunden, denn sie bekommen Inhalte gezeigt, die sie vorrangig interessieren – andererseits besteht durch die starke Selektion durch den Algorithmus die Gefahr, dass sich gerade in Bezug auf politische Inhalte eine Meinungsblase bildet, in der sich extreme Ansichten verstärkt herausbilden können. Es fehlen andere Meinungen und Objektivität.
13. Vgl. Höfer 2019, S. 216.
14. Höfer 2019, S. 216.
15. Alle Angaben sind vom 27.07.2022. Das Video wurde am 06.07.22 von @katiktr hochgeladen.
16. Siehe: [www.instagram.com/kati.ktr](https://www.instagram.com/kati.ktr) (zuletzt abgerufen am 27.07.2022)
17. Vgl. Höfer 2019, S. 216: „Die gebotene Vielfalt von musikalischer Darbietung, Tanz, Akrobatik und Schauspiel gibt berechtigten Anlass, die Bezeichnung Musikvideo durch den Performancebegriff zu ersetzen.“
18. Höfer 2019, S. 217.
19. In diesem Fall ist das Selbst-Singen im Gegensatz zur Lippen-synchronisation gemeint.
20. Höfer 2019, S. 219.
21. Höfer 2019, S. 219.
22. Dass dies ein gerade für Jugendliche und junge Erwachsene gefährliches Phänomen sein kann, soll an dieser Stelle nur erwähnt und nicht weiter ausgeführt werden.
23. Ackermann 2020, S. 73.
24. Ackermann 2020, S. 73.
25. Zeh 2020, S. 12.
26. Zeh 2020, S. 12.
27. Das im Hashtag enthaltene Wort dance deutet darauf hin. Man könnte es als Ausdrucksstanz kategorisieren.
28. Quelle: TikTok.
29. Quelle: TikTok.
30. Denn auch manche RezipientInnen auf TikTok fragen, was das soll.
31. Ich spiele auf die akustische Markenführung an.
32. Zeh 2020, S. 15.
33. Siehe: <https://newsroom.tiktok.com/en-us/immersive-music-creative-effects>, zuletzt abgerufen am 28.07.2022.
34. Die teilweise mit Gefahren für Kinder und Jugendliche einhergeht. Dies kann an dieser Stelle jedoch nicht diskutiert werden. Vgl. auch: Jaffar 2020. In der Studie wird darauf hingewiesen, dass Kinder, die noch nicht in sich selbst gefestigt sind, durch die Kommentarfunktion in der App der Gefahr ausgesetzt sind, Mobbing zu erfahren.
35. „Es sind Gemeinschaften, wenn auch oft temporär und partiell, die das eigentliche Subjekt der Kultur der Digitalität darstellen.“ Stalder 2018, S. 45.
36. Vgl. Stalder 2018, S. 45.

## Literatur

Ackermann, Judith, und Leyla Dewitz (2020). „Kreative Bearbeitung politischer Information auf TikTok. Eine multimethodische Untersuchung am Beispiel des Hashtags #ww3“. *MedienPädagogik* 38, (Angeknüpft politischer Information), 69–93. <https://doi.org/10.21240/mpaed/38/2020.11.16.X>.

Brown, Havann (2021). TikTok's Impact on Mental Health. <https://biomedhive.wordpress.com/2021/04/01/tiktoks-impact-on-mental-health/>.  
Christopher, G. (2020). „A study to analyse the impact of TikTok App on students academics and psychology“, in: *Journal of emerging technologies and innovative research*, <https://www.jetir.org/papers/JE-TIR2003153.pdf>.

Höfer, F. (2019). TikTok – App-Musicking als aktuelle jugendkulturelle Musikpraxis in ihrer Relevanz für die Musikpädagogik. In G. Enser, B. Gritsch & F. Höfer (Hrsg.), *Musikalische Sozialisation und Lernwelten* (S. 205-227). Münster: Waxmann.

Hurtz, Simon (2022). „Heimliche Zensur. TikTok hat jegliches Vertrauen verspielt“, in: *Süddeutsche Zeitung online* 29.03.2022. <https://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/tiktok-zensur-china-byte-dance-1.5555464>.

Jaffar, B. A., & Riaz, S. (2020). „Living in a Moment: Impact of TikTok on Influencing Younger Generation into Micro-Fame.“ *Journal of Content, Community & Communication*, 10, 187–194. <https://doi.org/10.31620/jccc.12.19/19>.

Klicksafe (Hg.): *Musical.ly. Gehört Ihr Kind zu den „Musern?“*, 13.06.2016, <https://www.klicksafe.de/news/musically>.

Redaktionsnetzwerk Deutschland (rnd), 11.08.21: *TikTok vor Facebook: App führt Downloadcharts im Juli an*, <https://www.rnd.de/digital/tiktok-63-millionen-downloads-im-juli-facebook-auf-platz-zwei-der-charts-CIGVM253WNBZHKDS2C6YJWP-SEM.html> (zuletzt abgerufen am 05.05.22).

Stalder, Felix (2018): „Die Kultur der Digitalität und die Kulturpolitik“, in: *Kulturpolitische Mitteilungen* Nr. 160, 1/2018, hrsg. Von der Kulturpolitischen Gesellschaft Bonn, S. 44–46. [https://www.kupoge.de/kumi/pdf/kumi160/kumi160\\_044-046.pdf](https://www.kupoge.de/kumi/pdf/kumi160/kumi160_044-046.pdf)

Zeh, Julie (2020). „TikTok“, in: *Pop. Kultur und Kritik*, Heft 16, Frühling 2020, Transkript, S. 10–15.

## Abbildungen

Alle Abbildungen sind Screenshots aus TikTok-Beiträgen.

## Zusammenfassung

Auf der Videoplattform TikTok kann ein Video gestaltet werden, das mit Ton/Musik unterlegt ist. Dabei wird Musik auf vielfältige Art visualisiert beziehungsweise mit einem visuellen Inhalt verknüpft. Im Beitrag wird das an Beispielen erläutert und theoretisiert.

## Autorin

Yvonne Stingel-Voigt studierte Musikwissenschaft und Germanistik an der Humboldt-Universität und der Technischen Universität Berlin. 2013 wurde sie mit der Dissertation zu Musik in Videospielen an der Freien

Universität Berlin promoviert, die 2014 mit dem Titel *Soundtracks virtueller Welten. Musik in Videospielen* veröffentlicht wurde. Danach folgte ein Referendariat und das Zweite Staatsexamen zur Lehrerin mit fachwissenschaftlicher Ausbildung in zwei Fächern. Aktuell ist sie Lehrerin in Brandenburg und forscht nebenbei zu den Themen Jugend- und Medienforschung und Musik, Sound und Sprache in Videospielen / neuen

Medien. Publikationen und Vorträge zu Computerspielen, zur Musikgeschichte und zur Medienpädagogik.

Weitere Informationen: <[www.yvonne-stingel.de](http://www.yvonne-stingel.de)>.

### **Titel**

Yvonne Stingel-Voigt, *Visualisierung von Songs. Musik und Performance in TikTok-Videos*, in: *kunsttexte.de*, Nr. 4, 2022 (9 Seiten), [www.kunsttexte.de](http://www.kunsttexte.de).

DOI: <https://doi.org/10.48633/ksttx.2022.4.91647>