

Gatekeeper zum »Markt der Erinnerung«?

Wie Algorithmen historisches Erzählen auf TikTok und YouTube konfigurieren

Anja Neubert

Geschichte wird *gemacht* – auch in Social Media. Zugegeben, diese Feststellung besitzt kaum Neuigkeitswert. Denn zweifellos stellen Social Media *Kommunikationslabore* dar, in denen neue Erzählformate entwickelt und erprobt werden.¹ Kaum jemand dürfte zudem bestreiten, dass der Konstruktcharakter von Geschichte auch im Kontext des Digitalen gilt und damit Social Media ein ebenso legitimer Gegenstand geschichtskultureller Auseinandersetzung sind wie »analoge Geschichte« in Comics, Denkmälern oder Schulbüchern. Völlig zu Recht widmen sich daher Geschichtsdidaktik und Public History dem Geschichtemachen auf TikTok und Instagram,² Erinnerungsdiskursen auf Social Media³ oder Geschichte auf YouTube.⁴ So weit, so gut. Nichts Neues also?

Doch, und es verwundert, dass das originär Neue der Laboranordnung einer »Computer Mediated History«⁵ im geschichtsdidaktischen Diskurs bisher

1 Bunnanberg, Christian; Logge, Thorsten; Steffen, Nils: SocialMediaHistory. Geschichtemachen in Sozialen Medien. In: Historische Anthropologie 29 (2021), H. 2, S. 267–283, hier S. 273.

2 Vgl. ebd.

3 Vgl. Burkhardt, Hannes: Geschichte in Social Media. Nationalsozialismus und Holocaust in Erinnerungskulturen auf Facebook, Twitter, Pinterest und Instagram. Göttingen 2021.

4 Vgl. Bunnanberg, Christian; Steffen, Nils (Hg.): Geschichte auf YouTube. Neue Herausforderungen für Geschichtsvermittlung und historische Bildung. Berlin 2019.

5 Kiechle, Oliver: Noisy digitalia – Kommunikationslärm in Born Digital-Quellen am Beispiel von Spam im Usenet. In: Karoline Dominika Döring, Stefan Haas, Mareike König u.a. (Hg.): Digital History: Konzepte, Methoden und Kritiken Digitaler Geschichtswissenschaft. Berlin, Boston 2022, S. 349–361, hier S. 349.

nicht stärker berücksichtigt und konsequent beim Namen genannt wird: Es sind Algorithmen, mit denen Konzerne wie Google, Meta und ByteDance die Interessen von Nutzer*innen erfassen. Es sind Algorithmen, die möglichst individuelle Inhalte für User*innen generieren und damit auf maximale Nutzungszeiten in Apps wie Instagram, YouTube oder TikTok zielen. Es sind daher auch Algorithmen, an denen sich Produzent*innen bei der Gestaltung von Posts, Stories und Videos im Kampf um Reichweite orientieren.

Zugegeben, die geschichtsdidaktische Disziplin hat andere Aufgaben als das *Geschäftsmodell der Tech-Branche*. Jedoch, und damit wäre der Fragehorizont im Rahmen des *Geschäftsmodells Geschichtsdidaktik* abgesteckt: Entschieden so dann nicht Algorithmen darüber, welche historischen Erfahrungen Nutzer*innen in Social Media angezeigt werden? Regulierten daher nicht Algorithmen, wessen Geschichte sichtbar, geteilt oder kommentiert wird? Bestimmen letztlich nicht Algorithmen darüber, für wen aus der prinzipiell allen offenstehenden *Handlungsfähigkeit* des Postens, Teilens und Kommentierens tatsächliche *Handlungsmacht* im Sinne *historischer Agency*⁶ wird?

Algorithmen fungieren, so die im Folgenden zu prüfende Hypothese, als Gatekeeper zum »Markt der Erinnerung«⁷ in einer digitalen Gesellschaft.⁸

Der Beitrag plädiert einerseits für eine Perspektivweiterung im Umgang mit digitaler Geschichtskultur im Allgemeinen und Social Media im Besonderen und bezieht sich andererseits auf grundsätzliche Überlegungen zu Algorithmität als eine Grundform der Kultur der Digitalität.⁹

Zur Konkretisierung des Untersuchungsgegenstands erfolgt zunächst eine Beschreibung algorithmischer Logiken in Social Media. Ein quantitativer Zugriff auf Videos der Plattformen TikTok und YouTube prüft anschließend, inwiefern Algorithmen hier Inhalte und Akteur*innen historischen Erzählens

6 Yildirim, Lale: Historische Agency auf dem Markt der Erinnerungen der pluralen Gesellschaft. Historische Diskursfähigkeit als Handlungsmächtigkeit. In: LaG-Magazin: Geschichtsdidaktik konkret. Aktuelle Forschungen aus der Geschichtsdidaktik. Heft 3. Berlin 2021, S. 24–29, hier S. 25, <https://t1p.de/yildirim24-29>, aufgerufen am 14.10.2022.

7 Yildirim, Historische Agency, S. 25.

8 Mit dem »Markt der Erinnerung« sensibilisiert Lale Yildirim für Fragen des Geschichtsbewusstseins in einer pluralen Gesellschaft. Hier soll die Metapher für Aspekte des gesellschaftlichen Erinnerns im Kontext des Digitalen genutzt werden.

9 Vgl. Stalder, Felix: Kultur der Digitalität. Berlin 2016; Neben Algorithmität benennt Felix Stalder Referentialität sowie Gemeinschaftlichkeit als Grundformen einer Kultur der Digitalität.

beeinflussen. Danach versucht eine vergleichende Fallstudie »algorithmische Spuren« in historischen Narrationen von Erklärvideos auf TikTok und YouTube zu identifizieren. Zuletzt soll die Anschlussfähigkeit der Überlegungen an den Diskurs um Geschichtskultur und Geschichtsbewusstsein in einer pluralen und digitalen Gesellschaft skizziert werden. Denn, so wird zu zeigen sein: *Geschichte wird (auch) von Algorithmen gemacht.*

1 Algorithmen zwischen Geschäftsmodell und Untersuchungsgegenstand

Es mag die bisher nur marginale Berücksichtigung im geschichtsdidaktischen Diskurs begründen, dass es sich bei Algorithmen als »Vorschrift zur Lösung einer Klasse von Problemen in Form einer endlichen Anzahl elementarer Aktionen«¹⁰ zunächst um ein Konzept der Mathematik bzw. Informatik handelt. Dies hat zwar selbst Geschichte,¹¹ stellt sich jedoch für geisteswissenschaftliche Zugänge äußerst herausfordernd dar. Denn die Algorithmen hinter TikTok, Instagram und YouTube sind nicht offen zugänglich und aufgrund stetiger Optimierung äußerst fluide. Zudem bestehen datenschutzrechtliche, ethische und praktische Herausforderungen der Erhebung, Speicherung und Auswertung von Big Data, die ohne Expertise der Digital Humanities kaum zu bewältigen sind.¹² Ohne informatischen Rückenwind bedarf es daher einer methodischen Alternative am besten aus dem Instrumentenkasten der Geschichtsdidaktik selbst. Big History statt Big Data also.

Eine historische Erzählung über Social Media beispielsweise kann Algorithmen zum Referenzsubjekt¹³ machen und den TikTok-Algorithmus als

10 Ernst, Hartmut; Schmidt, Jochen; Beneken, Gerd: Algorithmen – Berechenbarkeit und Komplexität. In: Hartmut Ernst u.a. (Hg.): Grundkurs Informatik. Grundlagen und Konzepte für die erfolgreiche IT-Praxis – Eine umfassende, praxisorientierte Einführung. Wiesbaden 2015, S. 415–468, hier S. 415.

11 Der Begriff Algorithmus leitet sich vom Namen des arabischen Gelehrten Al Chwarizmi ab, der um 820 lebte.

12 Vgl. Berg, Laura Pascal, 02.08.2022: #SocialMediaHistory – Wenn in Social Media Geschichte geschrieben wird, <https://dnc.hypotheses.org/2008>, aufgerufen am 14.10.2022.

13 Vgl. Barricelli, Michele: Schüler erzählen Geschichte. Narrative Kompetenz im Geschichtsunterricht. Schwalbach/Ts 2005, S. 43.

»technische(n) Revolutionsakt«¹⁴ bzw. historische Zäsur fokussieren. So fand in den Jahren 2018–2020 ein Paradigmenwechsel in Social Media statt, der zeitdifferent in ein Vor und ein Nach TikTok unterscheidet und somit einen Vergleich algorithmischer Logiken und deren Einfluss auf historisches Erzählen ermöglicht.

1.1 Wie Algorithmen funktionieren: »Revolution TikTok«

Die seit 2018 als TikTok weltweit verfügbare App des chinesischen Konzerns ByteDance verdrängte erstmals im Jahr 2020 Instagram und Facebook von der Spitze meist heruntergeladener Social Media Apps weltweit und erreichte 2021 laut Selbstauskunft erstmals die Marke von 1 Mrd. Nutzer*innen.¹⁵ Folgt man Stimmen der Medienbranche selbst, gründet dieser Erfolg neben der zentralen Integration von Mikro-Videos vor allem auf einem neuartigen Algorithmus.¹⁶ Was jedoch ist das Neue der App, die laut aktueller Jim-Studie von 46 % der 12–19-Jährigen genutzt wird und damit deutliche Zuwachsraten (+13 %) im Gegensatz beispielsweise zu Instagram (-14 %) verzeichnet?¹⁷

Beim Öffnen von TikTok begegnet Nutzer*innen auf der zentralen »ForYouPage« (FYP) ein Endlos-Stream hochformatiger Kurzvideos einer Länge von 15 Sekunden bis 3 Minuten. Der für jede Nutzer*in personalisierte Feed wird dabei von algorithmischen Empfehlungslogiken kuratiert, die darüber entscheiden, wem welche Videos angezeigt werden. Von der ersten Nutzungsssekunde an lernt der Algorithmus anhand der Reaktionen der Nutzer*innen und adaptiert die angebotenen Videos auf der FYP: Wisch nach oben = Desinteresse, längeres Anschauen = Interesse, wiederholtes Ansehen = starkes Interesse, Like = gefällt mir, Kommentar = aktives Interesse, Follow = mehr davon etc. Die algorithmisch relevanten Parameter von TikTok sind daher insbesondere Sehdauer und Interaktionen zu einem Video. Als Konsequenz entsteht

14 Hochschule für Wirtschaft Zürich- HWZ, 22.07.2022: Der Algorithmus von Tiktok – Ein technischer Revolutionsakt, <https://hwzdigital.ch/der-algorithmus-von-tiktok-ein-technischer-revolutionsakt/>, aufgerufen am 14.10.2022.

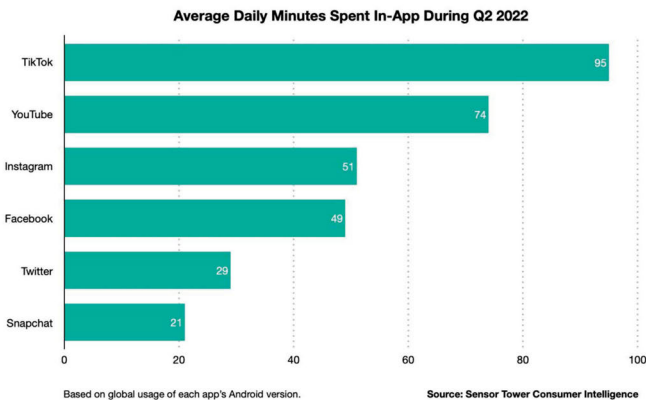
15 TikTok, 27.09.2021: Thanks a billion, <https://newsroom.tiktok.com/en-us/1-billion-people-on-tiktok>, aufgerufen am 14.10.2022.

16 Kunze, Doreen, 18.11.2021: TikTok auf der Überholspur, <https://www.leipzigschoolofmedia.de/blog/tiktok-auf-der-ueberholspur>, aufgerufen am 14.10.2022.

17 Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (MPFS): JIM-Studie 2021. Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger. Stuttgart 2021, S. 37.

eine höchst individualisierte FYP, die an Sehgewohnheiten und antizipierten Vorlieben orientiert ist und während deren Konsum Nutzer*innen das Lernen des Algorithmus unterstützen. Das Wechselspiel zwischen Nutzer*innenhandeln und individualisiertem Feed ist treffend wie folgt zu beschreiben: »When you gaze into TikTok, TikTok gazes into you«¹⁸. Zugleich platziert der Algorithmus gezielt auch Videos, die der eigenen Berechnung widersprechen, um Verweildauer und Interesse der Nutzer*innen hochzuhalten.

Abb. 1: Durchschnittliche tägliche Nutzungszeiten in Minuten basierend auf der weltweiten Nutzung der Android-Version der jeweiligen App im zweiten Quartal 2022 (Quelle: Chan/Sensor Tower Consumer Intelligence, 2022)¹⁹



Der TikTok-Algorithmus, der sich am Nutzer*inneninteresse – einem sogenannten *Interest Graph* – orientiert, markierte einen Paradigmenwechsel in Social Media. Denn bisherige Branchenriesen wie Meta (Facebook und Instagram) fokussierten mit ihren Algorithmen vor allem einen *Social Graph*, also

18 Wei, Eugene, 04.08.2020: TikTok and the Sorting Hat, <https://www.eugenewei.com/blog/2020/8/3/tiktok-and-the-sorting-hat>, aufgerufen am 14.10.2022.

19 Chan, Stephanie, Juli 2022: Nearly One-Third of TikTok's Installed Base Uses the App Every Day, <https://sensortower.com/blog/tiktok-power-user-curve>, aufgerufen am 14.10.2022.

das soziale Netzwerk von Nutzer*innen. Angezeigt wurden hier vor allem Inhalte von Personen, denen man folgt, was die Reichweite von Inhalten stark von bereits aufgebauten Follower*innenzahlen abhängig machte.²⁰ Dies spielt bei TikTok kaum eine Rolle, hier ist die Schnittmenge eines Videos mit den angenommenen Interessen der Nutzer*innen ausschlaggebend. Damit ändern sich die algorithmisch relevanten Kriterien für die Reichweite von Inhalten: »Auch Creator*innen, die bislang auf der Plattform kaum vernetzt sind, können einen viralen Hit landen, sofern ihr Video im »For-you-Feed besonderes Interesse hervorruft.«²¹ Das ebenfalls auf Videos konzentrierte YouTube (Google) operiert von jeher ähnlich wie TikTok anhand eines *Interest Graph*. Allerdings gewichtet die algorithmische Empfehlungslogik hier weitaus stärker Videos von Kanälen, denen man als Nutzer*in oder Abonnent*in folgt. Daher spielt die Zahl der Follower*innen für die Viralität von Videos bei YouTube eine größere Rolle als bei TikTok.²² Der Blick auf Nutzungszeiten als zentralem Branchenkriterium zeigt, dass TikTok mit diesem neuartigen Algorithmus die Konkurrenz bei Weitem übertrifft.²³ Deshalb reagierten beispielsweise Google und Meta mit einer intensivierten Anpassung ihrer Algorithmen und seit 2020 mit der Integration ähnlicher Mikro-Videos wie Shorts (YouTube) und Reels (Instagram).

1.2 Wie Algorithmen wirken: Produktion und Rezeption in Social Media

Wendet man den Blick von der Beschreibung algorithmischer Logiken hin zu deren Einfluss auf Produktions- und Rezeptionsprozesse, geraten vor allem

-
- 20 Walpersberger, Tatjana, 26.07.2022: Paradigmenwechsel im Content Marketing: Social Graph vs. Content/Interest Graph, <https://optimize.dreifive.com/social-media/2022-07/paradigmenwechsel-im-content-marketing-social-graph-vs-content-interest-graph/>, aufgerufen am 14.10.2022.
 - 21 Bösch, Marcus; Köver, Chris, 2021: Schluss mit lustig? TikTok als Plattform für politische Kommunikation, https://www.rosalux.de/fileadmin/images/publikationen/Studien/Studien_7-21_Schluss_mit_lustig_TikTok_web__1_.pdf, aufgerufen am 14.10.2022, S. 11.
 - 22 Vgl. Guinaudeau, Benjamin; Munger, Kevin; Votta, Fabio: Fifteen Seconds of Fame: TikTok and the Democratization of Mobile Video on Social Media. In: Computational Communication Research 4 (2022), H. 2, S. 463–485, hier S. 471, <https://computationalcommunication.org/ccr/article/view/114/52>, aufgerufen am: 14.10.2022.
 - 23 Vgl. Abb.1, Hinsichtlich des Konsum- und Medienverhaltens Jugendlicher sind diese Zahlen sowie Berichte über stundenlange TikTok-Session durchaus besorgniserregend und zeigen die Schattenseite eines aus ökonomischer Sicht erfolgreichen Algorithmus.

drei Aspekte in den Fokus: Erstens scheint TikTok hinsichtlich der immensen Verweildauer in der App und durch die Orientierung am *Interest Graph* scheinbar am besten von allen Social-Media-Plattformen das aufrecht zu erhalten, was Sascha Lobo als *Serendipität* bzw. digitale Form der Neugier beschreibt: »Neu reicht nicht, es muss neu und für die jeweilige Person interessant sein, denn eigentlich ist nichts individueller als die Befriedigung von Neugier.«²⁴ Mit dem Konzept der Serendipität als Entdeckung von etwas, was Nutzer*innen eigentlich nicht gesucht haben, lässt sich ein wesentlicher Unterschied zwischen der Rezeption von Inhalten bzw. Videos auf TikTok im Vergleich zu YouTube feststellen. Der zentrale Suchbalken auf YouTube positioniert die Plattform seit ihren Anfängen zwischen Social Media und *Suchmaschine*. TikTok hingegen bietet Nutzer*innen einen unmittelbaren Einstieg in den Video-Feed und kommt in diesem Sinne eher einer *Entdeckungsmaschine* gleich.

Zweitens, und dies betrifft insbesondere die Ebene der Produktion seitens der Creator*innen, bestimmen Algorithmen die Auswahl, Aufbereitung und Präsentation von Inhalten in Social Media. Es geht auch Produzent*innen um Reichweite, deshalb orientieren sie sich an den algorithmischen Logiken der jeweiligen App und an entsprechenden Tutorials, die mit Slogans wie »Das perfekte TikTok Video: So schlagen Sie den Algorithmus!«²⁵ oder »YouTube Algorithmus knacken: Wie geht das?«²⁶ werben. Die Empfehlungen widmen sich dabei sowohl inhaltlichen als auch formalen Aspekten und etablieren je plattformspezifische Gestaltungselemente. Für TikTok wären dies u. a. High Density, Layered Storytelling, Realness, die Nutzung von Sounds und Interaktionen sowie ein algorithmussensibles Playbook, das Hashtags und regelmäßiges Veröffentlichen berücksichtigt.²⁷

24 Lobo, Sascha, 11.08.2022: Erfolg dank Algorithmus. Warum TikTok so interessant ist – und trotzdem ein Problem, <https://www.spiegel.de/netzwelt/web/sascha-lobo-warum-tiktok-interessant-und-trotzdem-ein-problem-ist-a-b09b98ef-1b01-43fd-af9b-b5ad3e09ce70>, aufgerufen am 14.10.2022.

25 Prankl, Martin, 27.08.2021: Das perfekte Tiktok Video: So schlagen Sie den Algorithmus!, <https://prankl-consulting.com/das-perfekte-tiktok-video-so-schlagen-sie-den-algorithmus/>, aufgerufen am 14.10.2022.

26 Maha Studio, 30.07.2021: YouTube Algorithmus knacken: Wie geht das? [YouTube], veröffentlicht am, <https://www.youtube.com/watch?v=BQREvIs9Ld8>, aufgerufen am: 14.10.2022.

27 Bösch, Köver, Schluss mit lustig, S. 13f.; Unter High Density ist eine verdichtete bzw. beschleunigte Art des Storytellings zu verstehen. Layered Storytelling bedeutet die Anreicherung und Überlagerung von Videos mit weiteren Ebenen wie Texten, Bildern

Drittens stehen auch App-spezifische Funktionen, Zeichenbegrenzungen und Videolängen im Zusammenhang mit dem jeweiligen Algorithmus. Spielt für die Erfassung des *Social Graph* von Facebook oder Instagram insbesondere die Funktion einer anderen Nutzer*in zu folgen bzw. sich mit ihr zu befreundeten eine Rolle, benötigt ein am *Interest Graph* orientierter Algorithmus immer neuen und vielfältigeren User-Generated-Content, an dem Nutzer*inneninteressen »erlernt« werden können. Dies äußert sich bei TikTok im Vergleich zu YouTube in weitaus niedrigschwelligeren Produktionsoptionen. So integriert die chinesische App einen Videoeditor mit Filtern, Greenscreen-Funktion, Schnittoptionen und Soundbibliotheken direkt in der App. Das Kalkül lautet dabei: Eine einfache Videoproduktion führt zu mehr Inhalten und damit zu mehr Informationen für den Algorithmus. TikTok setzt auch deshalb auf Mikro-Videos, weil der Algorithmus so in kürzerer Zeit an mehr Inhalten »trainieren«, die Inhalte der »ForYouPage« optimieren und damit die Verweildauer in der App erhöhen kann. Da zu den algorithmusrelevanten Informationen bei TikTok neben der Sehdauer auch die Interaktionsrate zu einem Video gehört, sind die sehr produktionsorientierten Optionen wie die Duett-Funktion oder Stitches ebenfalls in diesem Licht zu sehen.²⁸ Nutzer*innen können damit kreativ und dialogisch auf Inhalte anderer Creator*innen reagieren, was wiederum zu höheren Produktions- und Aktivitätsraten der Nutzer*innen auf TikTok im Vergleich zu YouTube führt.²⁹ Das Kalkül dahinter lautet erneut: Je mehr Reaktionen anhand neuer Videos, desto besser für den selbstlernenden Algorithmus.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass sich algorithmische Logiken je Social-Media-Plattform unterscheiden. Dies schlägt sich in je differenten Rezeptions- und Produktionsmechanismen nieder. Der Algorithmus von TikTok zielt vor allem auf Serendipität und ist primär an Seh- und Interaktionsraten als Kriterien für Reichweite orientiert. Niedrigschwellige Produktionsoptionen und Mikro-Videos dienen dabei der Steigerung algorithmischer Effizienz. Der YouTube-Algorithmus orientiert sich hingegen stärker an bereits auf-

oder interaktiven Elementen. Unter Realness ist das Zusammenspiel von Einzigartigkeit einerseits und Glaubwürdigkeit bzw. Nahbarkeit andererseits zu verstehen.

28 Als Stitch werden Videos bezeichnet, in denen Nutzer*innen fünf Sekunden eines anderen Videos vor das eigene Video schneiden, um damit auf das Ausgangsvideo zu reagieren. Ein Duett ist ein Video im Split-Screen, auf dem zwei Videos in einem geteilten Bildschirm angezeigt werden.

29 Guinaudeau, Munger, Votta, *Fifteen Seconds of Fame*, S. 477.

gebauten Follower*innennetzwerken. Hier werden Videos vielmehr gesucht als unmittelbar auf der FYP von TikTok entdeckt. Aufgrund weniger niedrigschwelliger Produktionsoptionen weist YouTube seitens der Nutzer*innen geringere Aktivitätsraten als TikTok auf.

2 Einflüsse von Algorithmen auf Akteur*innen, Inhalte und Formen historischen Erzählens auf TikTok und YouTube

TikTok, das sind nicht mehr nur Lip-Sync-Tanzvideos. Es werden zunehmend politische Themen verhandelt und damit auch zum Gegenstand wissenschaftlicher Auseinandersetzung.³⁰ Zudem liegen Beiträge beispielsweise zu den Themen Antisemitismus und Holocaust auf TikTok vor.³¹ Auch geschichtskulturelle Institutionen suchen mit der Präsenz auf TikTok Wege zu einer jungen Zielgruppe. So ist beispielsweise die Gedenkstätte Neuengamme seit 2021 Teil der »TikTok – Shoah Education and Commemoration Initiative« und berichtet davon, »dass die Inhalte innerhalb kürzester Zeit mehr Aufmerksamkeit erhielten als [...] auf jeder anderen online-Plattform [sic!].«³²

Für einen ersten Zugriff auf mögliche Einflüsse plattformspezifischer Algorithmen auf Inhalte und Akteur*innen historischen Erzählens dient im Folgenden zunächst eine quantitative Analyse reichweitenstarker Videos mit historischem Inhalt auf TikTok und YouTube. Im Anschluss nimmt eine vergleichende Fallstudie die potenzielle Wirkung von Algorithmen auf historisches Erzählen in Erklärvideos in den Blick und untersucht zudem, inwiefern sich dies auf Diskurspraktiken von Nutzer*innen niederschlägt.

30 Vgl. Ackermann, Judith; Dewitz, Leyla: Kreative Bearbeitung politischer Information auf TikTok: Eine Multimethodische Untersuchung am Beispiel des Hashtags #ww3. In: MedienPädagogik 38 (2020), S. 69–93; Bösch, Köver, Schluss mit lustig.

31 Vgl. Divon, Tom; Ebbrecht-Hartmann, Tobias: #JewishTikTok. The JewToks' Fight against Antisemitism. In: Trevor Boffon (Hg.): TikTok Cultures in the United States. London 2022.

32 Groschek, Iris, 28.01.2022: Die KZ-Gedenkstätte Neuengamme ist Teil der »TikTok – Shoah Education and Commemoration Initiative«, <https://www.kz-gedenkstaette-neuengamme.de/nachrichten/news/die-kz-gedenkstaette-neuengamme-ist-teil-der-tiktok-shoah-education-and-commemoration-initiative/>, aufgerufen am 14.10.2022.

2.1 Schule vs. Serendipität? Inhalte historischen Erzählens

Allein auf TikTok verzeichnen die Hashtags #history 57 Milliarden und #Geschichte 1,5 Milliarden Aufrufe.³³ Aus urheber- und datenschutzrechtlichen Gründen wurde trotz erheblicher Datenmengen auf eine automatisierte Erhebung z.B. in Form von Web Scraping³⁴ verzichtet. Vielmehr erfolgte eine manuelle Suche anhand des Begriffs bzw. Hashtag #Geschichte, um die jeweils zwanzig reichweitenstärksten Videos mit historischem Bezug auf TikTok und YouTube zu ermitteln. Es ist darauf hinzuweisen, dass dieses Vorgehen selbst auf einer Relevanzzuweisung durch den jeweiligen Algorithmus fußt. So erfolgte eine Sortierung der Ergebnisse nach Anzahl der Aufrufe (YouTube) bzw. Likes (TikTok) innerhalb der Suchfunktion der jeweiligen App. Was als Grundgesamtheit relevanter Videos in Form einer Ergebnisliste angezeigt wird, bleibt daher algorithmisch bestimmt.³⁵ Der Erfassung einer relevanten Stichprobe lag das Verständnis von *e-history* als »media products that package an element, or elements, of the past for consumption on the social Web in order to gain visibility«³⁶ zu Grunde. Daher wurden nur Videos in die Stichprobe³⁷ aufgenommen, die historische Bezüge aufweisen.

33 Stand: November 2022.

34 Beim Web Scraping (engl. *scraping* = »kratzen/abschürfen«) werden automatisiert Daten von Webseiten extrahiert und in lokalen Datenbanken oder Tabellen gespeichert, um diese zu analysieren oder anderweitig zu verwerten. Dieses Vorgehen ist aus urheber- und datenschutzrechtlichen sowie Gründen des Persönlichkeitsrechts umstritten.

35 Die Plattformen nutzen unterschiedliche Angaben, was eine Auswertung anhand gleicher Kategorien nicht ermöglicht. Es konnten zudem nur Videos erfasst werden, die mit einem Hashtag Geschichte versehen sind. Andere relevante Videos flossen nicht in die Stichprobe ein.

36 Steinhauer, Jason: *History, Disrupted. How Social Media and the World Wide Web Have Changed the Past*. Washington 2022, S. 4.

37 Vgl. Abb. 2.

Abb. 2: Überblick über die zwanzig jeweils reichweitenstärksten Videos mit historischen Bezügen auf YouTube und TikTok

YouTube					TikTok				
Titel/ Datum	Aufrufe/ Kommentare	Kanal/ Follower	Anbieter/ Kategorie		Titel/ Datum	Likes/ Kommentare	Account/ Follower/Likes	Creator*in/ Kategorie	
1 1945: Eine Geschichte 5.2.14	8 M 1,2 K	17mark20 15,5 K	Filmproduktion Reenactment		1 Bilder, die über 100 Jahre auseinander liegen 3.5.22 #soiltenewellen	395 K 1,3 K	@soiltenewell 742,5 K, 37,3 M	k.H., Q-T-S-Collage	
2 Deutsche Panzer – Technik, Entwicklung, Geschichte 14.5.20	4,6 M 2,4 K	Weit 1,5 M	Verlag Dokumentation		2 After the World War II 1945 15.8.22	333,0 K 13 K	@kurzgeschichten_official 264 K, 3,4 M	k.H., Q-T-S-Collage	
3 Die Slawen unsere geheimnisvollen Vorfahren 23.10.19	4,5 M 6,8 K	MDR DOK 195 K	ÖRR Dokumentation		3 Die Geschichte meiner Eltern 10.5.22	274 K 9,9 K	@ojn1 331,5 K, 17,3 M	Frau, Biografie/ Migration	
4 Die Geschichte der Philippinen in 12 Minuten 12.5.20	4,5 M 12,5 K	Knowledgeja 1,24 M	Filmproduktion Dokumentation		4 Schockierende Fakten KZ Auschwitz 17.8.22	267 K 2,7 K	@tomeahistoryfacts 29,7 K	Mann, Erklärvideo Geschichtskanal	
5 Der Ukraine-Konflikt: Die Geschichte dahinter 10.2.22	4,4 M 12,5 K	MrWissen2Go 1,09 M	ÖRR Erklärvideo		5 Horror-Zahnbehandlung des Sonnenkönigs 27.1.22	264 K 4,7 K	@geschichtstok 158,2 K, 4,2 M	Frau, Erklärvideo Geschichtskanal	
6 COSTA CONCORDIA - Die ganze Geschichte 13.1.21	4,2 M 2,6 K	Weit 1,5 M	Verlag Dokumentation		6 Traumfund an der alten #flak 6.7.22	248 K 928	@silberkrischan 144,9 K, 3,3 M	Mann, Geschichte vor Ort	
7 Tod am Matterhorn – Die tragische Geschichte der Erstbesteigung 26.6.18	3,1 M deaktiviert	SRF Dok 248 K	SRF Dokumentation		7 Die Entführung von Natasha Kampusch Teil 3 7.1.21, #norgegeschichte	236 K 2,4 K	@silanmakeup 1,7 M, 90,4 M	Frau, Geschichte als Sensation	
8 Ramstein - Deutschland: Historische Analyse + Meinung 31.3.19	3 M 11	MrWissen2Go 1,09 M	ÖRR Erklärvideo		8 Miriam Makeba Interview 1969 22.1.22, #afrikanischegeschichte	226,4 K 4,2 K	@brudersteve 67,5 K, 2,4 M	Mann/ POC, Q-T-S-Collage	
9 Hitlers Machtübernahme 31.5.18	2,9 M 2 K	MrWissen2Go 1,09 M	ÖRR Erklärvideo		9 Kleines One-Take Special zur Geschichte der Erde 24.4.22	221 K 3 K	@niklaskolorz 1,4 M, 37,5M	Mann, Erklärvideo Kanal Allgemeinwissen	
10 Geschichte der Nordsee – Von König Artus, schaurigen Göttern und Wikingern 25.10.20	2,6 M 701	Terra X 854 K	ÖRR Dokumentation		10 Das ist die Geschichte von Anne Frank 27.1.22	208,5 K 3,4 K	@tagesschau 1,1 M, 18,5 M	ÖRR/ Frau, Erklärvideo Kanal allgemein	
11 Beginn des Zweiten Weltkriegs 11.10.18	2,5 M 2,7 K	MrWissen2Go 1,09 M	ÖRR Erklärvideo		11 So ekelhaft hat man in der Antike und im alten Ägypten verhält 2.4.22	208 K 2 K	@mishistory 144,9 K, 3,3 M	Frau, Erklärvideo Geschichtskanal	
12 Das Leben von Wladimir Putin 27.1.22	2,5 M 5,6 K	MrWissen2Go 1,09 M	ÖRR Erklärvideo		12 Dieser Mann ist ein Held... weigerte seinen Arm vor dem Führer zu heben 8.9.21	192,4 K 650	@ninododeroos 1,1 M, 18,5 M	Mann, Geschichte als Sensation	
13 Goebbels, Göring & Himmler Nazi-Größen 27.9.18	2,5 M 2,7 K	MrWissen2Go 1,09 M	ÖRR Erklärvideo		13 Das ist so krass 7.1.22, #truecrime	172,6 K 2 K	@izomatik 1,1 M, 18,5 M	Mann, Geschichte als Sensation	
14 Erster Weltkrieg I Fakten und Verlauf 8.2.18	2,3 M 1,7 K	MrWissen2Go 1,09 M	ÖRR Erklärvideo		14 Die größten Hopsenher der Geschichte: Gerhard Postel 13.1.22	165,9 K 692	@vallecal 519,5 K, 18,3 M	Mann, Geschichte als Sensation	
15 Vor Corona – Die Geschichte der großen Seuchen 3.3.20	2,3 M 2,4 K	Terra X 854 K	ÖRR Dokumentation		15 Was kriegst du in der Stunde hier (1960er Jahre) 21.7.22, #altezeiten	165,3 K 1,9 K	@von_uffin_,_regent 82 K, 3,9 M	k.H., Q-T-S-Collage	
16 Eine kurze Geschichte über die Hexenverfolgung 5.4.20	2 M 2,7 K	Terra X 854 K	ÖRR Dokumentation		16 Bombensignale am alten Friedhof 15.4.22, #www2	163,4 K 144,9 K, 3,3 M	@silberkrischan 144,9 K, 3,3 M	Mann, Geschichte vor Ort	
17 Die Reise der Menschheit (1/3) 29.4.18	1,9 M 1,5 K	Terra X 854 K	ÖRR Dokumentation		17 Warum arbeitest du in den Sommerferien? (1960er Jahren) 24.6.22	143,7 K 2,8 K	@von_uffin_,_regent 82 K, 3,9 M	k.H., Q-T-S-Collage	
18 Kommunismus, Sozialismus und Bolschewismus 31.1.19	1,8 M 5,2 K	MrWissen2Go 1,09 M	ÖRR Erklärvideo		18 Unglaubliche Geschichten, die Fake klingen, aber zu hundert 100% echt sind 3.1.22, Henry Tandy	140 K 2,1 K	@lazerfyn 1 M, 20,9 M	Mann, Geschichte als Sensation	
19 Der Dreißigjährige Krieg 11.5.17	1,8 M 1,7 K	MrWissen2Go 1,09 M	ÖRR Erklärvideo		19 Zu guter Ruf – Immanuel Kant 10.3.22	123,5 K 1,9 K	@heyleonie 163,9 K, 7,5 M	Frau, Erklärvideo Geschichtskanal	
20 Die Geschichte des deutschen Staates seit 1867 3.8.10	1,7 M 7,8 K	Map2Brain 7,8 K	privat Erklärvideo		20 Die schlimmsten Arten zu sterben. Part 60 21.6.22	120,4 K 1,2 K	@jess_luck 722,7 K, 18,5 M	Frau, Geschichte als Sensation	

Quelle: eigene Darstellung, Stand: 10.08.2022

Die Stichprobe verweist für YouTube auf einen Schwerpunkt von Ereignis-, National-, Militär- und Personengeschichte. Die Videos orientieren sich stark an curricular tradierten Inhalten. Mit Ausnahme des Reenactment zum Zweiten Weltkrieg handelt es sich entweder um Dokumentationen oder Erklärvideos. Der Kürze der Videos auf TikTok geschuldet sind dort keine Dokumentationen zu finden. Es zeigt sich hier allerdings eine größere Varianz historischer Themen bzw. Zugriffe. Insgesamt lassen sich folgende Kategorien von *e-history* auf TikTok identifizieren:

Geschichte als Sensation: Allein acht der Videos gehören zu Creator*innen, die mit Blick auf weitere veröffentlichte Inhalte keinen explizit historischen Schwerpunkt verfolgen. Vielmehr deuten Hashtags wie #truecrime und #mysterymakeup sowie Captions wie »schockierende Fakten« und »unglaubliche

Geschichten« darauf hin, dass Historisches hier vor allem Aufmerksamkeit generieren soll. Es ist anzunehmen, dass die »gewaltigsten Morde und Todesarten der Geschichte« besonders Serendipität befriedigen, zu langen Verweildauern führen und entsprechend vom Algorithmus mit Reichweite belohnt werden. Der Amerikaner Jack Neel³⁸ bringt mit seiner Reihe »Dirty History Fact, that school probably didn't teach you«³⁹ das auf den Punkt, worum es geht: Neugier befriedigen mit Sensation und mit in der Schule bisher nicht Gehörtem.⁴⁰

Geschichte als Quellen-Text-Sound-Collage: In drei der gelisteten Videos fokussieren die zwei Akteure @kurzgeschichten_official⁴¹ und @von_affen_regiert⁴² historische Filmquellen, die sie ohne erklärenden Audiokommentar aber mit Textebenen und hinterlegtem Sound zu TikTok-spezifischen *multi-medialen History Pieces* machen. So treffen zum Beispiel nachkolorierte Filmsequenzen aus London im Jahr 1896 auf den Song »Bitter Sweet Symphony« von 1997.⁴³ Die Kombination von historischen Filmquellen und gegenwärtigem Sound dürfte Serendipität im Sinne »irritierender Zeitdifferenzerfahrung« und damit die Viralität jener Videos befördern.

38 TikTok Profil: Neel, Jack (@fyp), https://www.tiktok.com/@fyp?is_from_webapp=1&sender_device=pc, aufgerufen am 17.06.2024.

39 Neel, Jack (@fyp), 27.09.2022: Dirty History Facts, that school probably didn't teach you. Part twenty [TikTok], https://www.tiktok.com/@fyp/video/7148107039724752174?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&lang=de-DE, aufgerufen am 14.10.2022.

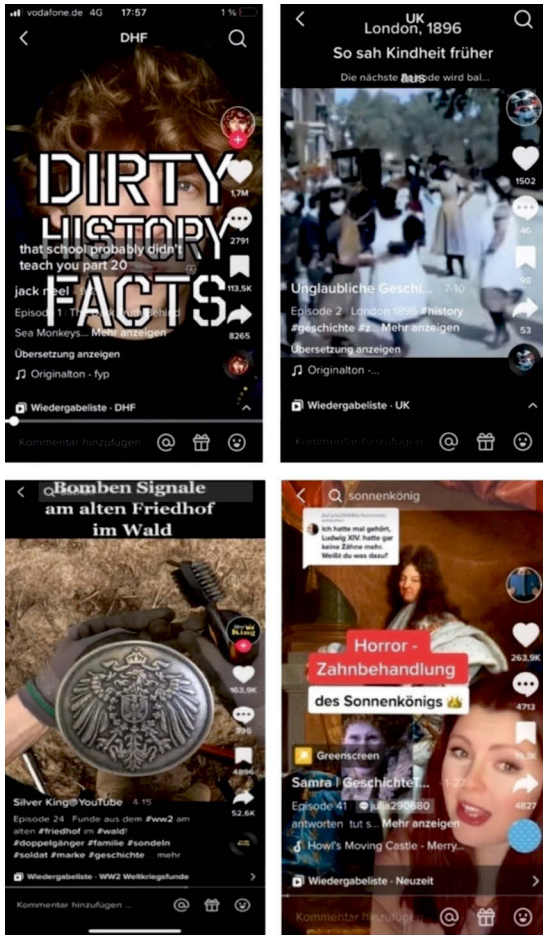
40 Vgl. Abb. 3a.

41 Unglaubliche Geschichten (@kurzgeschichten_official), 10.07.2022: London, 1896 So sah Kindheit früher aus [TikTok], https://www.tiktok.com/@kurzgeschichten_official/video/7116793623026355462, aufgerufen am 14.10.2022.

42 Von Affen regiert (@von_affen_regiert), 21.07.2022: Warum arbeitest du in den Sommer-ferien? (1960er Jahren) [TikTok], https://www.tiktok.com/@von_affen_regiert/video/7122858006122941702?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&q=was%20kriegtst%20du%20in%20der%20stunde%20hier&t=1667728780038, aufgerufen am 14.10.2022.

43 Vgl. Abb. 3b.

Abb. 3: Screenshots von TikTok-Videos nach Kategorien v.l.n.r. (oben): 3a »Geschichte als Sensation« (@fjyp), 3b »Geschichte als Quellen-Text-Sound-Collage«; v.l.n.r. (unten): (@kurzgeschichten_official), 3c »Geschichte als Spurensuche vor Ort« (@silberkrischan), 3d »Geschichte erklärt« (@geschichtetok)



Quelle: TikTok, 10.08.2022

Geschichte als Spurensuche vor Ort: Zwei der Videos der Stichprobe stammen von @silberkrischan,⁴⁴ der auf seinem Kanal die Suche nach metallischen Überresten dokumentiert und Teil einer internationalen Szene ist, die sich reichweitenstark der archäologischen Spurensuche oder auch dem Reinigen von Gräbern mit Erzählen der zugehörigen Lebensgeschichten verschrieben hat. Die niedrigschwelligen Produktionsoptionen, die zur algorithmischen Logik möglichst hoher Produktionsraten bei TikTok gehören, machen lokalgeschichtliche Zugänge leicht dokumentierbar und scheinen auf das Interesse von Nutzer*innen zu stoßen.⁴⁵

Geschichte erklärt: Auch auf TikTok finden sich »Online-Video(s) mit historischem Inhalt im Presenterformat«.⁴⁶ In Abgrenzung zur Kategorie Geschichte als Sensation zählen hierzu Videos von Kanälen mit explizit historischem Schwerpunkt. Die Liste beinhaltet insgesamt vier dieser Videos. Anders als auf YouTube, wo MrWissen2Go⁴⁷ vor allem curriculare Inhalte thematisiert, setzen die drei reichweitenstärksten Kanäle von @geschichtetok,⁴⁸ @miss-history⁴⁹ und @heyleonie⁵⁰ jeweils eigene inhaltliche Schwerpunkte. Diese liegen bei zwei der Creator*innen vor allem im Bereich der Antike, des Mittelalters oder der Neuzeit, setzen vor allem auf Alltags-, Kultur-, Gendergeschichte und zielen mit Videos zur »Horrorzahnbehandlung des Sonnenkönigs«⁵¹ oder

44 TikTok Profil: SilverKing@YouTube (@silberkrischan), https://www.tiktok.com/@silver_king_85?is_from_webapp=1&sender_device=pc, aufgerufen am 17.06.2024.

45 Vgl. Abb. 3c.

46 Uebing, Judith: Geschichte in 10 Minuten – Wie geht das? Ein Vorschlag zur Analyse von historischen Erklärvideos auf der Plattform YouTube. In: Christian Bunnenberg, Nils Steffen (Hg.): Geschichte auf YouTube. Neue Herausforderungen für Geschichtsvermittlung und historische Bildung. Berlin 2019, S. 71–94, hier S. 89.

47 YouTube Profil: Drotschmann, Mirko (@MrWissen2GoGeschichte), <https://www.youtube.com/@MrWissen2go>, aufgerufen am 17.06.2024.

48 TikTok Profil: Samra (@geschichtetok), https://www.tiktok.com/@geschichtetok?is_from_webapp=1&sender_device=pc, aufgerufen am 17.06.2024.

49 TikTok Profil: Miss History (@misshistory), https://www.tiktok.com/@misshistory?is_from_webapp=1&sender_device=pc, aufgerufen am 17.06.2024.

50 TikTok Profil: Schöler, Leonie (@heyleonie), https://www.tiktok.com/@heyleonie?is_from_webapp=1&sender_device=pc, aufgerufen am 17.06.2024.

51 Samra (@geschichtetok), 27.01.2022: Horror-Zahnbehandlung des Sonnenkönigs [TikTok], [https://www.tiktok.com/@geschichtetok/video/7057969768791313670?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&item_id=7057969768791313670&q=HorrorZahnbehandlung des Sonnenkönigs](https://www.tiktok.com/@geschichtetok/video/7057969768791313670?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&item_id=7057969768791313670&q=HorrorZahnbehandlung%20des%20Sonnenk%C3%B6nigs) &t=1667726931624, aufgerufen am 14.10.2022.

mit der Ankündigung »So ekelhaft hat man in der Antike verhütet«⁵² auf den Sensationsmodus von TikTok. Stärker gesellschaftskritisch agiert @heeyleo- nie, die Inhalte zu #queertiktok und #blackhistory veröffentlicht und in Listen wie »Antirassismus«, »Feminismus« oder »Zu guter Ruf« gruppiert.

Die Ergebnisse deuten zusammenfassend darauf hin, dass der auf Seren- dipität zielende Algorithmus bei TikTok zu vielfältigeren Formaten und The- men historischen Erzählens als auf YouTube führt. Dort dominieren ereignis- und personengeschichtlich Narrationen, die der Suchlogik von YouTube ent- sprechend stark am Kanon schulischer Geschichtsvermittlung orientiert sind.

2.2 Dominanz vs. Diversität? Akteur*innen historischen Erzählens

Die Stichprobe weist auch hinsichtlich der Akteur*innen historischen Er- zählens beachtenswerte Unterschiede auf. Die zwanzig reichweitenstärksten Videos auf YouTube stammen insgesamt lediglich von sieben unterschied- lichen Kanälen, die vorwiegend zu Strukturen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks (ÖRR) oder zur etablierten Medienlandschaft gehören. Allein die Hälfte der Videos steht in Verbindung mit Mirko Drotschmann, der mit dem Kanal MrWissen2Go Geschichte oder als Sprecher bei TerraX an den ÖRR angebunden ist. Es ist eine Konzentration institutioneller Medienstrukturen und eine Dominanz ausschließlich männlicher Akteure historischen Erzäh- lens festzustellen. Dieser Befund steht der Annahme von Diversität als einem Potenzial von Erklärvideos auf YouTube diametral entgegen.⁵³ Die zwanzig meist gelikten Videos auf TikTok hingegen stammen von sechzehn un- terschiedlichen Creator*innen. Das Feld der Akteur*innen weist davon sechs

52 Miss History (@misshistory), 02.04.2022: So ekelhaft hat man in der Antike und dem alten Ägypten verhütet [TikTok], https://www.tiktok.com/@misshistory/video/7081960326362615045?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&q=So%20ekelhaft%20hat%20man%20in%20der%20Antike%20verh%C3%BCtet%20&t=1667727957773, aufgerufen am 14.10.2022.

53 Vgl. Bunnenberg, Christian; Steffen, Nils: Broadcast yourself: history stories! Geschich- te auf YouTube – eine Bestandsaufnahme. In: Dies. (Hg.): Geschichte auf YouTube. Neue Herausforderungen für Geschichtsvermittlung und historische Bildung. Berlin 2019, S. 3–24, hier S. 13.

als weiblich und zwei als Person of Colour (PoC) gelesene Personen auf.⁵⁴ Besonders auffallend ist der Befund für Erklärvideos bzw. Geschichte im Presentor*innenformat. Hier stehen der Reichweite von Mirko Drotschmann auf YouTube mit @geschichtetok⁵⁵ @misshistory⁵⁶ und @heeyleonie⁵⁷ drei weibliche Creatorinnen auf TikTok gegenüber. Dies entspricht geschlechter-spezifischen Unterschieden der jeweiligen Plattformen, die TikTok als stärker weiblich und YouTube vor allem als männlich geprägt kennzeichnen.⁵⁸ Zudem zeigt die Stichprobe, dass mit der Erzählung einer migrantischen Biografie⁵⁹ und dem rassismuskritischen Video eines Interviews von Miriam Makeba aus dem Jahr 1969⁶⁰ auch diverse Geschichten platziert werden. Es existieren zwischen beiden Plattformen keine personellen Überschneidungen. Dies und der Umstand, dass auf TikTok zwar ein Kanal von MrWissen2Go Geschichte existiert, dieser aber ohne Inhalte ist, legt nahe, dass die eher nachfrageorientierte Logik von YouTube nicht unmittelbar auf TikTok übertragbar ist.

Während der stark an bereits aufgebauten Follower*innenzahlen orientierte YouTube-Algorithmus eine Dominanz institutioneller Akteure und männlich geprägte Erzählmonopole zu befördern scheint, liefert die Stichprobe zumindest Hinweise dafür, dass es der TikTok-Algorithmus einem diverseren Spektrum historisch Erzählender möglich macht, sich in Geschichte auf Social-Media-Plattformen einzuschreiben.

54 Es handelt sich hierbei um eine Fremdzuschreibung, die allein aufgrund des einseh-
baren Inhaltes der Videos getroffen wurde.

55 TikTok Profil, Samra (@geschichtetok).

56 TikTok Profil, Miss History (@misshistory).

57 TikTok Profil, Schöler, Leonie (@heeyleonie).

58 Vgl. Götz, Maya; Prommer, Elizabeth: Geschlechterstereotype und Soziale Medien. Ex-
pertise für den Dritten Gleichstellungsbericht der Bundesregierung. Berlin 2020, S. 51.

59 Zine (@ojin1), 10.05.2022: Die Geschichte meiner Eltern [TikTok], https://www.tiktok.com/@ojin1/video/7096063119482555654?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&item_id=7096063119482555654&lang=de%20DE&q=die%20geschichte%20meiner%20eltern&t=1667726063127, aufgerufen am 14.10.2022.

60 Bruder Stève (@brudersteve), 10.01.2022: Miriam Makeba Interview 1969 [TikTok], https://www.tiktok.com/@brudersteve/video/7055990347029056774?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&lang=de-DE&q=bruder%20steve%20miriam&t=1667735504677, aufgerufen am 14.10.2022.

2.3 Traditional-exemplarisch vs. eigen-sinnig? Historisches Erzählen in Erklärvideos

Zwar liegen geschichtsdidaktische Vorschläge für ausführliche Webformat-Analysen z.B. für historische Narrationen auf YouTube vor, jedoch werden dort Algorithmen als relevante Analysekategorie nicht berücksichtigt.⁶¹ Im Folgenden soll daher eine vergleichende Fallstudie mögliche Zusammenhänge zwischen algorithmischen Logiken und Merkmalen historischen Erzählens in Social Media identifizieren. Im Fokus steht dabei das Format von Geschichte im Presenter*innenformat, da diese Erklärvideos sowohl auf YouTube als auch auf TikTok existieren. Als Vergleichsgegenstand dient jeweils ein Video von Mirko Drotschmann und Leonie Schöler. Beide haben Geschichte studiert und besitzen einen journalistischen Hintergrund. Während Drotschmann seinen Kanal MrWissen2go Geschichte seit 2016 auf YouTube betreibt, startete Schöler als @heeyleonie im Jahr 2020 als Creatorin auf TikTok.

Wie bereits skizziert, weisen die Playlists von Drotschmann einen ereignisgeschichtlichen, personalisierenden, primär curricular und nationalgeschichtlich orientierten Zugriff auf Geschichte auf. Nach Themen des klassischen »Schulstoffs« suchend, dürften insbesondere Schüler*innen aufgrund von bisher 1,1 Millionen Abonnent*innen⁶² mit Videos des Kanals weit oben in der Ergebnisliste fündig werden. Der Slogan »Alles, was Du wissen musst!« verweist als Imperativ auf als kanonisch verstandene historische Themen und legt traditionale Sinnbildungsmuster⁶³ nahe. Dies gilt auch für das Video »Die Aufklärung – Zeitalter der Vernunft«, das seit seiner Veröffentlichung ca. 1 Mio. Mal aufgerufen wurde.⁶⁴ Hier werden Vorstellungen vom »dunkle(n) Mittelalter«, das »mit der Strahlkraft der Vernunft erhellt wird« tradiert.⁶⁵ Mit Hilfe der historischen Person Immanuel Kant vermittelt Drotschmann die »Erste Top-Idee« der Aufklärung, denn das, was Kant formulierte, habe »heute noch Power«⁶⁶. Die historische Erfahrung des »Habe Mut, dich deines eigenen Verstandes zu bedienen« wird zur Zukunftserwartung eines »Denk

61 Vgl. Uebing, Geschichte in 10 Minuten, S. 89ff.

62 Stand November 2022.

63 Rüsen, Jörn: Historik. Theorie der Geschichtswissenschaft. Köln 2013, S. 210f.

64 Vgl. Drotschmann, Mirko (@MrWissen2GoGeschichte), 07.09.2017: Aufklärung – Das Zeitalter der Vernunft [YouTube], <https://www.youtube.com/watch?v=F3i6D2bON4A&t=198s>, aufgerufen am 14.10.2022.

65 Ebd., 00:57–01:03.

66 Ebd., 01:16–01:36.

selber nach!«⁶⁷ und wird entsprechend auch visuell narrativiert.⁶⁸ Die von Drotschmann als zeitlos gewertete Einsicht Kants wird zur »Stütze gegenwärtiger Handlungsorientierung«⁶⁹ und lässt sich damit dem Sinnbildungstyp exemplarischen Erzählens zuordnen.

Abb 4: Screenshots aus dem YouTube-Video »Die Aufklärung – Zeitalter der Vernunft«



Quelle: YouTube, 14.10.2022

Mit 53 Sekunden ist ein TikTok-Video von Leonie Schöler zu Immanuel Kant lediglich 7 Sekunden länger als die Sequenz zu Kant im YouTube-Video von Drotschmann.⁷⁰ Schöler eröffnet ihr Video mit den Worten »Personen, deren Ruf besser ist, als er sein sollte. Part 9«.⁷¹ Zwar stellt sie Kant ebenfalls als deutschen Philosophen und Begründer der Idee der Menschenwürde vor, in der Folge wird er aber vor allem als »Rassist und Sexist«⁷² mit von ihr infrage gestelltem Menschenbild und als Ideengeber für spätere Rassentheorien und sexistische Geschlechterforschung präsentiert.⁷³ Während Drotschmann lediglich ein historisches Gemälde Kants zur Visualisierung nutzt, verwendet Schöler im Greenscreen verschiedene Bildquellen, um ihre Aussagen zu illustrieren und um neben Kant auch Frauen und PoC zu zeigen.⁷⁴ Schölers his-

67 Ebd., 01:44.

68 Vgl. Abb. 4.

69 Rüsen, Historik. S. 211.

70 Vgl. Schöler, Leonie (@heyleonie), 10.03.2022: Personen, deren Ruf besser ist, als er sein sollte Part 9 – Immanuel Kant [TikTok], https://www.tiktok.com/@heyleonie/video/7073495620748659974?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&lang=de-DE&q=kant%20leonie&t=1666092327469, aufgerufen am 14.10.2022.

71 Ebd., 00:00-00:03.

72 Ebd., 00:14.

73 Vgl. ebd., 00:43-00:50.

74 Vgl. Abb. 5.

torisches Erzählen unterstreicht eine individuelle Perspektive und entspricht im Gegensatz zu Drotschmanns traditional-exemplarischem Sinnbildungsangebot einer kritischen Gegen-Geschichte. Auf den traditional legitimierten Imperativ des »Musst du wissen!« erwidert Schöler, so könnte man formulieren, ein »Wusstest du eigentlich?«. Damit grenzt sie sich bewusst und eigen-sinnig von vorherrschenden Deutungsangeboten zu Immanuel Kant ab. Es handelt sich hier, wie auch bei anderen Videos der Liste »Zu guter Ruf«,⁷⁵ um kritisches Erzählen im Sinne der De-Konstruktion und Delegitimierung tradierter Deutungen.⁷⁶

Abb 5: Screenshots zum TikTok-Video: »Personen, deren Ruf besser ist, als er sein sollte Part 9: Immanuel Kant«)



Quelle: TikTok, 14.10.2022

Insgesamt legen die skizzierten Spezifika historischen Erzählens folgenden Einfluss von Algorithmen auf die Gestaltung historischer Narrationen in Social Media nahe: Auf TikTok scheinen kritisch de-konstruierende Gegen-Erzählungen und das offensive Infragestellen von aus der Schule bekannten Sinnbildungsangeboten zum »Neuigkeitswert« zu werden, der Serendipität befriedigt und somit von Nutzer*innen bzw. vom Algorithmus mit Reichweite

75 Zur Liste »Zu guter Ruf« gehören auch Videos zu bspw. Richard Wagner, Henry Ford, Mutter Theresa oder Martin Luther.

76 Vgl. Rüsen, Historik, S. 213f.

belohnt wird. Das historische Erzählen auf YouTube entspricht hingegen stärker der algorithmischen Logik einer Suchmaschine und bedient daher insbesondere die schulisch motivierte Nachfrage nach traditional-exemplarischen Erzählmustern.

2.4 Schicksalsgemeinschaft vs. Diskursgemeinschaft? Diskursive Praktiken historischen Erzählens

Für Facebook, Twitter, Pinterest und Instagram konnte Burkhardt in seiner wegweisenden Studie zu Social Media kaum Formen von Austausch, Kollaboration oder Debattenkultur nachweisen.⁷⁷ Inwiefern dies auch für YouTube und TikTok zutrifft, soll ein explorativer Einblick in die Kommentare zu den beiden bereits vorgestellten Videos prüfen.

Auf beiden Plattformen wird die Sortierung der angezeigten Kommentare wiederum algorithmisch gesteuert. Wie dies funktioniert, legen die Konzerne ByteDance bzw. Google nicht offen. Das YouTube-Video von Drotschmann zur Aufklärung wurde seit der Veröffentlichung im Jahr 2017 ca. 700 Mal, das TikTok-Video von Schöler zu Immanuel Kant nach 7 Monaten ca. 1600 Mal kommentiert.⁷⁸ Dies bestätigt zunächst, dass die bereits hinsichtlich der Produktivität benannten Unterschiede auch auf der Ebene der Kommentare zutreffen und TikTok hier deutlich höhere Werte aufweist als YouTube.⁷⁹

Für eine explorative Annäherung an Diskursmuster wurden die ersten jeweils hundert Kommentare unter beiden Videos erfasst und inhaltlich kategorisiert.⁸⁰ Die ersten hundert Kommentare zum Video von Mirko Drotschmann verorten sich zu 57 % im semantischen Feld von Schule (Unterricht, lernen, Lehrer, Klausur etc.). In 18 % der Rückmeldungen bedanken sich Nutzer*innen allgemein für das »coole Video« oder die »super Aufbereitung«. In lediglich acht Fällen bewerten Rezipient*innen in zustimmender oder distanzierender Weise den Inhalt der historischen Erzählung Drotschmanns. Dabei äußert nur eine Nutzer*in explizit inhaltliche Kritik an der Darstellung: »Die Aufklärung wird gerne als die Einleitung des Vernunftzeitalters bezeichnet, aber dabei wird vergessen [...], dass mit dem Aufkommen der

77 Vgl. Burkhardt, *Geschichte in Social Media*, S. 560.

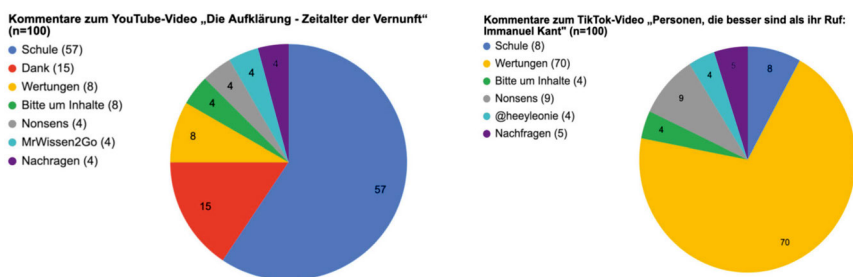
78 Stand Oktober 2022.

79 Vgl. Guinaudeau, Munger, Votta, *Fifteen Seconds of Fame*, S. 477.

80 Vgl. Abb. 6.

Aufklärung Kolonialisierung, Sklaverei und Genozid einhergingen [...]«⁸¹. Auf diesen Einwand folgen im Anschluss keine nennenswerten inhaltlichen Reaktionen. Insgesamt wird die historische Erzählung dieses YouTube-Videos fast ausschließlich im Kontext von Schule bewertet, historische Diskurse finden kaum statt.

Abb. 6: Inhaltliche Kategorisierung der jeweils ersten hundert Kommentare zum YouTube-Video »Die Aufklärung – Zeitalter der Vernunft« von Mirko Drotschmann (links) und zum TikTok-Video von Leonie Schöler (rechts)



Quelle: eigene Darstellung, 14.10.2022

Demgegenüber ergeben die Reaktionen auf Schölers Video zu Kant folgendes Bild: Lediglich 8 % der Kommentare beziehen sich auf das semantische Feld Schule. Insgesamt sind 67 % der Rückmeldungen sind Teil von zwei fast gleich gewichteten Diskurssträngen. Einerseits wird der direkte Zusammenhang zwischen Kant und der Rassismustheorie verhandelt. Andererseits referiert ein Großteil der Kommentare auf die Zulässigkeit einer Bewertung der historischen Person Kant aus heutiger Perspektive. Exemplarisch äußert ein Nutzer: »Hey, an sich echt gutes Video, obwohl ich nicht glaube das [sic!] man heutige moralvorstellungen [sic!] auf damals anwenden kann oder sollte«⁸². Die geschichtsdidaktisch definierte Unterscheidung zwischen Sach- und Werturteil findet hier Einzug als Diskursmuster in Social Media.

Es ist zusammenfassend anzunehmen, dass das kritische historische Erzählen und die De-Konstruktion tradierter Narrationen durch Leonie Schöler

81 Kommentar von @RoDisGoD, 2020.

82 Kommentar von @Noah, 2022.

auf TikTok zu einer aktiveren »Diskursgemeinschaft« im Vergleich zu einer am Unterricht und Schulnoten orientierten »Schicksals- und Bedarfsgemeinschaft« der Nutzer*innen auf YouTube führt. Während die Kommentare auf YouTube kaum diskursiv vor allem die Vermittlung von Wissen honorieren, werden zu Schölers TikTok-Video stärker Fragen historischer Orientierung und historischen Denkens verhandelt. Festzuhalten ist jedoch auch, dass auch auf Ebene der Rückmeldungen von Nutzer*innen Algorithmen darüber entscheiden, wie mögliche Diskurse in der Kommentarliste priorisiert werden.

2.5 Selbstreferentialität vs. Ko-Konstruktion? Kollaborative Praktiken historischen Erzählens

Mirko Drotschmann platziert in seinem Video zur Aufklärung drei Verweise auf eigene Inhalte. Auch die Videobeschreibung sowie die Empfehlungen am Ende des Videos enthalten lediglich Links zu kanaleigenen Videos. Kollaboration oder der Hinweis auf andere Kanäle finden sowohl bei diesem als auch anderen Videos von Drotschmann nicht statt. Leonie Schröder verweist auch darauf, ihr zu folgen, jedoch zeigt ein Blick auf weitere Videos sowie Video-Reaktionen von Nutzer*innen, wie sich die niedrigschwelligen Produktionsoptionen auf Diskursivität und Diversität auswirken. So nutzen andere Creator*innen die Duett-Funktion, um auf Schölers Videos zu reagieren.⁸³ Sie selbst bezieht in eigenen Videos die Perspektive von PoC ein, indem sie diese beispielsweise afrikanische Geschichte selbst erzählen lässt.⁸⁴ Besonders diskursiv zeichnen sich Videos aus, die auf Kommentare anderer Creator*innen eingehen. Eine Nutzerin beispielsweise thematisiert in einem Stitch zu Schölers Video die Problematik des *White Privilege*⁸⁵, woraufhin wiederum Schüler in einer Reaktion die Standortgebundenheit ihres eigenen historischen Erzählens über Rassismus reflektiert.

Die benannten Beispiele der Ko-Konstruktion und Kollaboration auf TikTok verweisen im Sinne pluraler historischer Identitätskonstruktionen und deren hypertextuelle Vernetzung auf den von Krameritsch vorgeschlagenen Sinnbildungstyp des situativen Erzählens.⁸⁶

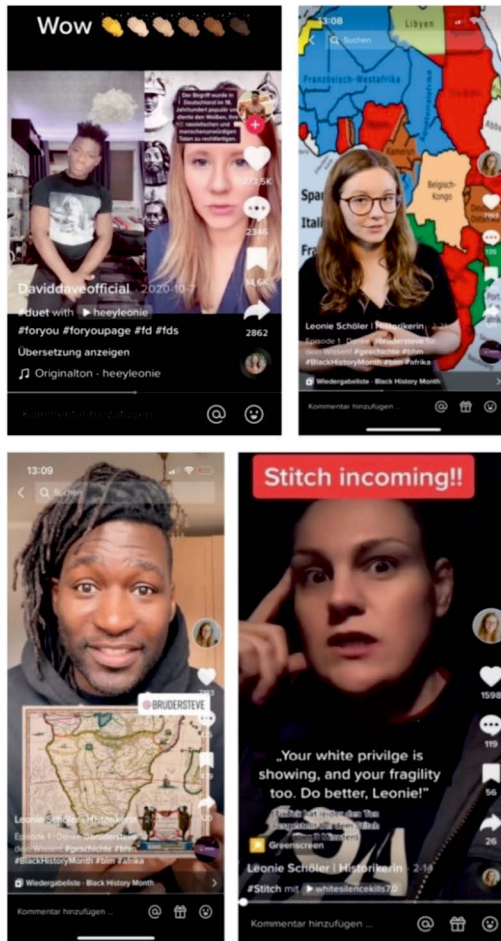
83 Abb. 7a.

84 Abb. 7b,c.

85 Abb. 7d.

86 Vgl. Krameritsch, Die Fünf Typen des historischen Erzählens, S. 419f.

Abb. 7: Screenshots zur Interaktion, Kollaboration und Diskursivität im Zusammenhang mit dem Kanal @heyleonie v.l.n.r (oben): 7a: Duett (@daviddaveofficial), 7b: BlackHistoryMonth Episode 1 (@heyleonie, @brudersteve); v.l.n.r. (unten): 7c: #BlackHistoryMonth Episode 1 (@heyleonie, @brudersteve), 7d: Stitch mit @whitesilencekills7.o (@heyleonie)



Quelle: TikTok, 14.10.2022

Bezüglich des möglichen Einflusses von Algorithmen auf kollaborative Praktiken historischen Erzählens ist festzuhalten, dass die niedragschwelligen

Produktionsoptionen wie Duett und Stitch auf TikTok mediale Praktiken der Ko-Konstruktion von Geschichte, der Multiperspektivität und Kontroversität sowie der geschichtskulturellen Partizipation bisher wenig berücksichtigter bzw. marginalisierter Gruppen zu befördern scheinen. Der stärker auf Follower*innen orientierte YouTube-Algorithmus hingegen führt zu vornehmlich selbstreferentiellen Praktiken und verfestigt damit etablierte (Macht-)Strukturen historischen Erzählens.

3 Anschlussfähig? Algorithmen und das Geschichtsbewusstsein in einer digitalen und pluralen Gesellschaft

Methodenkritisch ist darauf hinzuweisen, dass die Erfassung von reichweitenstarken Videos und Kommentaren auf TikTok und YouTube selbst auf algorithmischen Logiken beruhte. Zudem konnte eine Fallstudie die Pluralität von Social Media nicht repräsentativ erfassen. Aspekte wie Shadowbanning⁸⁷ oder »algorithmische Repression«⁸⁸ beispielsweise von Menschen mit Behinderung⁸⁹ oder von LGBTQ+-Inhalten wurden dabei nicht berücksichtigt. Ein nicht selbst von algorithmischen Logiken abhängiger empirischer Zugriff und die Abbildung der Pluralität in Social Media kann adäquat nur mit Hilfe der Digital Humanities geleistet werden.

Indes verweist die vorgestellte Untersuchung auf die Relevanz von Algorithmen als Machtstrukturen der Konstruktion digitaler Geschichtskultur. Somit sind die Ausführungen anschlussfähig an Überlegungen zum »Markt der Erinnerung«, mit denen Lale Yildirim für das Geschichtsbewusstsein in einer pluralen Gesellschaft sensibilisiert.⁹⁰ Der Beitrag plädiert in diesem Sinne für einen stärker integrativ zu führenden Diskurs über das Geschichtsbewusstsein in einer pluralen und digitalen Gesellschaft. Algorithmen sollten dabei

87 Als Shadowbanning ist die Fähigkeit von Social-Media-Plattformen zu verstehen, die Reichweite von Beiträgen und Kommentaren einzuschränken.

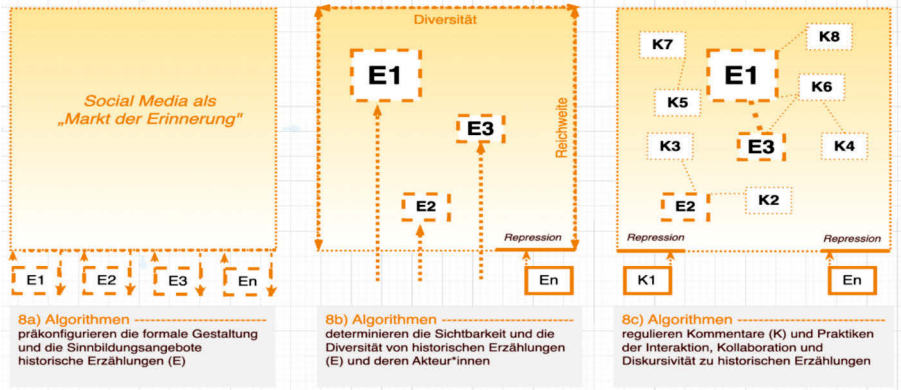
88 Divon, Ebbrecht-Hartmann, #JewishTikTok, S. 47.

89 Vgl. Köver, Chris; Reuter, Markus, 02.12.2019: TikToks Obergrenze für Menschen mit Behinderungen, <https://netzpolitik.org/2019/tiktoks-obergrenze-fuer-behinderungen>, aufgerufen am 14.10.2022.

90 Vgl. dazu Yildirim, Historische Agency; Yildirim, Lale: Geschichtsbewusstsein in der (Migrations-)Gesellschaft. Un essai!. In: Lars Deile, Jörg van Norden, Peter Riede (Hg.): Brennpunkte heutigen Geschichtsunterrichts. Joachim Rohlfes zum 90. Geburtstag. Frankfurt a.M. 2021, S. 105–112.

auf mindestens drei Ebenen innerhalb des *Erinnerungs-Markt Social Media* Berücksichtigung finden:

Abb. 8: Einfluss von Algorithmen als Machtstrukturen in Social Media bzw. auf dem »Markt der Erinnerung« in einer pluralen und digitalen Gesellschaft



Quelle: eigene Darstellung, 14.10.2022

1. Algorithmen präkonfigurieren historische Narrationen noch vor ihrem Eintritt in den »Markt der Erinnerung«, da sich Creator*innen an den Logiken der jeweiligen Plattform orientieren, um Reichweite zu erzielen.⁹¹ Dies betrifft nicht nur die formale bzw. mediale Gestaltung, sondern auch jeweilige Sinnbildungsmuster historischen Erzählens. Damit entscheiden Algorithmen über die Sichtbarkeit traditional-exemplarischen oder kritischen bzw. situativen Erzählens in Social Media.
2. Zugleich determinieren Algorithmen die Sichtbarkeit historischer Sinnbildungsangebote in Social Media und platzieren sie innerhalb eines Spektrums zwischen Viralität und Repression.⁹² Somit wirken Algorithmen als Gatekeeper zum »Markt der Erinnerungen« und beeinflussen damit den Grad der Pluralität von Akteur*innen und Inhalten historischer Erfahrung.

⁹¹ Vgl. Abb. 8.

⁹² Vgl. Abb. 8.

3. Algorithmen nutzen Produktionsoptionen in Social Media zur Gewinnung von Nutzer*innendaten. Diese Funktionen regulieren wiederum das Ausmaß an Partizipation, Diskursivität und Kollaboration historischen Erzählens.⁹³

Algorithmen sind als »DNA unserer digitalen Welt«⁹⁴ auf vielfache Weise Variablen einer *Computer Mediated History*. Ob die Ergebnisanzeige von Internetrecherchen, die Funktionslogik digitaler Sammlungen oder die Anzeige von Kommentaren zu historischen Narrationen in Social Media – historische Relevanz wird zunehmend algorithmisch berechnet und zugewiesen. Eine zeitgemäße Geschichtsdidaktik muss Algorithmen daher unbedingt als Kategorie der *DNA historischer Sinnbildung und Sinnzuweisung* im Kontext von Digitalität und Diversität berücksichtigen. Trotz scheinbarer Übermacht ökonomischer Machtstrukturen und auch künftig sicher nur vagem Zugriff auf das algorithmische Kapital von Tech-Konzernen sollte die Geschichtsdidaktik den Einfluss von Algorithmen auf historisches Erzählen theoretisch reflektieren und empirisch erfassen. Auf pragmatischer Ebene wäre das Wahrnehmen, Verstehen und Problematisieren der geschichtskulturellen Wirkmacht von Algorithmen in historische Lernprozesse zu integrieren.

Als Akteur*innen der Geschichtslehrer*innenbildung sind wir selbst Gatekeeper oder vielmehr Türöffner*innen zu Seminar- und Klassenräumen historischen Lernens und Denkens. Sorgen wir dort für die Sichtbarkeit diverser Geschichte(n), indem wir die Pluralität von Social Media nutzen, statt sie für die Bestätigung traditional-exemplarischer Erzählungen einzuebnen. Und vor allem:

Haben wir Mut, uns der Logik von Algorithmen eigen-sinnig zu bedienen!

Literatur

Ackermann, Judith; Dewitz, Leyla: Kreative Bearbeitung politischer Information auf TikTok: Eine Multimethodische Untersuchung am Beispiel des Hashtags #ww3. In: *MedienPädagogik* 38 (2020), S. 69–93.

93 Vgl. Abb. 8.

94 Trottenberg, Ulrich. 23.01.2018: Die DNA unserer digitalen Welt, <https://www.prisma.de/magazin/themen/Algorithmen-Die-DNA-unserer-digitalen-Welt,16836619>, aufgerufen am 14.10.2022.

- Barricelli, Michele: Schüler erzählen Geschichte. Narrative Kompetenz im Geschichtsunterricht. Schwalbach/Ts, 2005.
- Berg, Laura Pascal, 02.08.2022: #SocialMediaHistory – Wenn in Social Media Geschichte geschrieben wird., <https://dhc.hypotheses.org/2008>, aufgerufen am 14.10.2022.
- Bösch, Marcus; Köver, Chris, 2021: Schluss mit lustig? TikTok als Plattform für politische Kommunikation, https://www.rosalux.de/fileadmin/images/publikationen/Studien/Studien_7-21_Schluss_mit_lustig_TikTok_web__1_.pdf, aufgerufen am 14.10.2022.
- Bunnenberg, Christian; Steffen, Nils (Hg.): Geschichte auf YouTube. Neue Herausforderungen für Geschichtsvermittlung und historische Bildung. Berlin 2019.
- Bunnenberg, Christian; Steffen, Nils: Broadcast yourself: history stories! Geschichte auf YouTube – eine Bestandsaufnahme. In: Dies. (Hg.): Geschichte auf YouTube. Neue Herausforderungen für Geschichtsvermittlung und historische Bildung. Berlin 2019, S. 3–24.
- Bunnenberg, Christian; Logge, Thorsten; Steffen, Nils: SocialMediaHistory. Geschichtemachen in Sozialen Medien. In: Historische Anthropologie 29 (2021), H. 2, S. 267–283.
- Burkhardt, Hannes: Geschichte in Social Media. Nationalsozialismus und Holocaust in Erinnerungskulturen auf Facebook, Twitter, Pinterest und Instagram. Göttingen 2021.
- Chan, Stephanie, Juli 2022: Nearly One-Third of TikTok's Installed Base Uses the App Every Day, <https://sensortower.com/blog/tiktok-power-user-curve>, aufgerufen am 14.10.2022.
- Divon, Tom; Ebbrecht-Hartmann, Tobias: #JewishTikTok. The JewToks« Fight against Antisemitism. In: Boffon, Trevor (Hg.): TikTok Cultures in the United States. London 2022.
- Ernst, Hartmut; Schmidt, Jochen; Beneken, Gerd: Algorithmen – Berechenbarkeit und Komplexität. In: Ernst, Hartmut u.a. (Hg.): Grundkurs Informatik. Grundlagen und Konzepte für die erfolgreiche IT-Praxis – Eine umfassende, praxisorientierte Einführung. Wiesbaden 2015, S. 415–468.
- Götz, Maya; Prommer, Elizabeth: Geschlechterstereotype und Soziale Medien. Expertise für den Dritten Gleichstellungsbericht der Bundesregierung. Berlin 2020.
- Groschek, Iris, 28.01.2022: Die KZ-Gedenkstätte Neuengamme ist Teil der »TikTok – Shoah Education and Commemoration Initiative«, <https://www.kz-gedenkstaette-neuengamme.de/nachrichten/news/die-kz-gedenks>

- taette-neuengamme-ist-teil-der-tiktok-shoah-education-and-commemoration-initiative/, aufgerufen am 14.10.2022.
- Guinaudeau, Benjamin; Munger, Kevin; Votta, Fabio: Fifteen Seconds of Fame: TikTok and the Democratization of Mobile Video on Social Media. In: Computational Communication Research 4 (2022), H. 2, 463–485, <https://computationalcommunication.org/ccr/article/view/114/52>, aufgerufen am 14.10.2022.
- Hochschule für Wirtschaft Zürich- HWZ, 22.07.2022: Der Algorithmus von Tiktok – Ein technischer Revolutionsakt, <https://hwzdigital.ch/der-algorithmus-von-tiktok-ein-technischer-revolutionsakt/>, aufgerufen am 14.10.2022.
- Kiechle, Oliver: Noisy digitalia – Kommunikationslärm in Born Digital-Quellen am Beispiel von Spam im Usenet. In: Döring, Karoline Dominika; Haas, Stefan; König, Mareike u.a. (Hg.): Digital History: Konzepte, Methoden und Kritiken Digitaler Geschichtswissenschaft. Berlin, Boston 2022, S. 349–361.
- Köver, Chris; Reuter, Markus, 02.12.2019: TikToks Obergrenze für Menschen mit Behinderungen, <https://netzpolitik.org/2019/tiktoks-obergrenze-fuer-behinderungen>, aufgerufen am 14.10.2022.
- Krameritsch, Jakob: Die fünf Typen des historischen Erzählens – im Zeitalter digitaler Medien. In: Zeithistorische Forschungen/Studies in Contemporary History 8 (2009), H. 3, S. 413–432.
- Kunze, Doreen, 18.11.2021: TikTok auf der Überholspur, <https://www.leipzigschoolofmedia.de/blog/tiktok-auf-der-ueberholspur>, aufgerufen am 14.10.2022.
- Lobo, Sascha, 11.08.2022: Erfolg dank Algorithmus. Warum TikTok so interessant ist – und trotzdem ein Problem, <https://www.spiegel.de/netzwelt/web/sascha-lobo-warum-tiktok-interessant-und-trotzdem-ein-problem-ist-a-b09b98ef-1b01-43fd-af9b-b5ad3e09ce70>, aufgerufen am 14.10.2022.
- Maha Studio, 30.07.2002: YouTube Algorithmus knacken: Wie geht das? [YouTube], <https://www.youtube.com/watch?v=BQREvIs9Ld8>, aufgerufen am 14.10.2022.
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (MPFS): JIM-Studie 2021. Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger. Stuttgart 2021.
- Prankl, Martin, 27.08.2021: Das perfekte Tiktok Video: So schlagen Sie den Algorithmus!, <https://prankl-consulting.com/das-perfekte-tiktok-video-so-schlagen-sie-den-algorithmus/>, aufgerufen am 14.10.2022.

- Rüsen, Jörn: Historik. Theorie der Geschichtswissenschaft. Köln 2013.
- Steinhauer, Jason: History, Disrupted. How Social Media and the World Wide Web Have Changed the Past. Washington 2022.
- Stalder, Felix: Kultur der Digitalität. Berlin 2016.
- TikTok, 27.09.2021: Thanks a billion, <https://newsroom.tiktok.com/en-us/1-billion-people-on-tiktok>, aufgerufen am 14.10.2022.
- Trottenberg, Ulrich, 23.01.2018: Die DNA unserer digitalen Welt, <https://www.prisma.de/magazin/themen/Algorithmen-Die-DNA-unserer-digitalen-Welt,16836619>, aufgerufen am 14.10.2022.
- Uebing, Judith: Geschichte in 10 Minuten – Wie geht das? Ein Vorschlag zur Analyse von historischen Erklärvideos auf der Plattform YouTube. In: Bunnenberg, Christian; Steffen, Nils (Hg.): Geschichte auf YouTube. Neue Herausforderungen für Geschichtsvermittlung und historische Bildung. Berlin 2019, S. 71–94.
- Walpersberger, Tatjana, 26.07.2022: Paradigmenwechsel im Content Marketing: Social Graph vs. Content/Interest Graph, <https://optimize.dreifive.com/social-media/2022-07/paradigmenwechsel-im-content-marketing-social-graph-vs-content-interest-graph/>, aufgerufen am 14.10.2022.
- Wei, Eugene, 04.08.2020: TikTok and the Sorting Hat, <https://www.eugenewei.com/blog/2020/8/3/tiktok-and-the-sorting-hat>, aufgerufen am 14.10.2022.
- Yildirim, Lale: Historische Agency auf dem Markt der Erinnerungen der pluralen Gesellschaft. Historische Diskursfähigkeit als Handlungsmächtigkeit. In: LaG-Magazin: Geschichtsdidaktik konkret. Aktuelle Forschungen aus der Geschichtsdidaktik, 3, Berlin 2021, S. 24–29, <https://t1p.de/yildirim24-29>, aufgerufen am 14.10.2022.
- Yildirim, Lale: Geschichtsbewusstsein in der (Migrations-)Gesellschaft. Un essai! In: Deile, Lars; van Norden, Jörg; Riede, Peter (Hg.): Brennpunkte heutigen Geschichtsunterrichts. Joachim Rohlfes zum 90. Geburtstag. Frankfurt a.M. 2021, S. 105–112.

Social Media-Beiträge

- Bruder Stève (@brudersteve), 10.01.2022: Miriam Makeba Interview 1969 [TikTok], https://www.tiktok.com/@brudersteve/video/7055990347029056774?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&lang=de-DE&q=bruder%20steve%20miriam&t=1667735504677, aufgerufen am 14.10.2022.

- Daviddaveofficial (@daviddaveofficial), 07.10.2020: Duett mit @heyleonie [TikTok], https://www.tiktok.com/@daviddaveofficial/video/6880968196640296193?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&lang=deDE&q=davidofficialheey&t=1667736002007, aufgerufen am 14.10.2022.
- Drotschmann, Mirko (@MrWissen2GoGeschichte), 07.09.2017: Aufklärung – Das Zeitalter der Vernunft [YouTube], <https://www.youtube.com/watch?v=F3i6D2bON4A&t=198s>, aufgerufen am 14.10.2022.
- Miss History (@misshistory), 02.04.2022: So ekelhaft hat man in der Antike und dem alten Ägypten verhütet [TikTok], https://www.tiktok.com/@misshistory/video/7081960326362615045?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&q=So%20ekelhaft%20hat%20man%20in%20der%20Antike%20verh%C3%BCtet%20&t=1667727957773, aufgerufen am 14.10.2022.
- Neel, Jack (@fyp), 27.09.2022: Dirty History Fact, that school probably didn't teach you. Part twenty [TikTok], https://www.tiktok.com/@fyp/video/7148107039724752174?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&lang=de-DE, aufgerufen am 14.10.2022.
- Samra (@geschichtetok), 27.01.22: Horror-Zahnbehandlung des Sonnenkönigs [TikTok], https://www.tiktok.com/@geschichtetok/video/7057969768791313670?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&item_id=7057969768791313670&q=Horror Zahnbehandlung des Sonnenkönigs &t=1667726931624, zuletzt abgerufen am 14.10.2022.
- Schöler, Leonie (@heyleonie), 14.02.22: #stitch mit @whitesilencekills7.0 [TikTok], https://www.tiktok.com/@heyleonie/video/7064478830064438533?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&lang=de-DE&q=heyleonie%20stitch&t=1666103294298, aufgerufen am 14.10.2022.
- Schöler, Leonie (@heyleonie), 21.02.2022: Black History Month Episode 1 Danke @brudersteve [TikTok], https://www.tiktok.com/@heyleonie/video/7067193364822625541?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&item_id=7067193364822625541&lang=deDE&q=heyleonie&t=1665493517552, aufgerufen am 14.10.2022.
- Schöler, Leonie (@heyleonie), 10.03.2022: Personen, deren Ruf besser ist, als er sein sollte Part 9 – Immanuel Kant [TikTok], https://www.tiktok.com/@heyleonie/video/7073495620748659974?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&lang=de-DE&q=kant%20leonie&t=1666092327469, aufgerufen am 14.10.2022.
- SilverKing@YouTube (@silberkirisch), 15.04.2022: Bombensignale am alten Friedhof [TikTok], https://www.tiktok.com/@silberkrischan/video/7086766632218971398?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&item_id=7086766632

218971398&q=bombensignale%20am%20alten%20friedhof%20ww2&t=1667729664824, aufgerufen am 14.10.2022.

Unglaubliche Geschichten (@kurzgeschichten_official), 10.07.2022: London, 1896 So sah Kindheit früher aus [TikTok], https://www.tiktok.com/@kurzgeschichten_official/video/7116793623026355462, aufgerufen am 14.10.2022.

Von Affen regiert (@von_affen_regiert), 21.07.2022: Warum arbeitest du in den Sommer-ferien? (1960er Jahren) [TikTok], https://www.tiktok.com/@von_affen_regiert/video/7122858006122941702?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&q=was%20kriegst%20du%20in%20der%20stunde%20hier&t=1667728780038, aufgerufen am 14.10.2022.

Zine (@ojin1), 10.05.22: Die Geschichte meiner Eltern [TikTok], https://www.tiktok.com/@ojin1/video/7096063119482555654?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&item_id=7096063119482555654&lang=de%20DE&q=die%20geschichte%20meiner%20eltern&t=1667726063127, aufgerufen am 14.10.2022.

Tabelle 1

YouTube				
	Titel/Datum	Aufrufe/ Kommentare	Kanal/ Follower	Anbieter/ Kategorie
1	1945: Eine Geschichte 5.2.14	6 M 1,2 K	17mark20 15,5 K	Filmproduktion Reeanactment
2	Deutsche Panzer – Technik, Entwicklung, Geschichte 14.5.20	4,6 M 2,4 K	Welt 1,5 M	Verlag Dokumentation
3	Die Slawen unsere geheimnisvollen Vorfahren 23.10.19	4,5 M 6,8 K	MDR DOK 195 K	ÖRR Dokumentation
4	Die Geschichte der Philippinen in 12 Minuten 12.5.20	4,5 M 11,5 K	Knowledgia 1,24 M	Filmproduktion Dokumentation
5	Der Ukraine-Konflikt: Die Geschichte dahinter 10.2.22	4,4 M 12,5 K	MrWis- sen2Go 1,09 M	ÖRR Erklärvideo

6	COSTA CONCORDIA – Die ganze Geschichte 13.1.21	4,2 M 2,6 K	Welt 1,5 M	Verlag Dokumentation
7	Tod am Matterhorn – Die tragische Geschichte der Erstbesteigung 26.6.18	3,1 M deaktiviert	SRF Dok 248 K	SRF Dokumentation
8	Rammstein – Deutschland: Historische Analyse + Meinung 31.3.19	3 M 11	MrWis- sen2Go 1,09 M	ÖRR Erklärvideo
9	Hitlers Machtübernahme 31.5.18	2,9 M 2 K	MrWis- sen2Go 1,09 M	ÖRR Erklärvideo
10	Geschichte der Nordsee – Von König Artus, schaurigen Göttern und Wikingen 25.10.20	2,6 M 701	Terra X 854 K	ÖRR Dokumentation
11	Beginn des Zweiten Weltkriegs 11.10.18	2,5 M 2,8	MrWis- sen2Go 1,09 M	ÖRR Erklärvideo
12	Das Leben von Wladimir Putin 27.1.22	2,5 M 5,6 K	MrWis- sen2Go 1,09 M	ÖRR Erklärvideo
13	Goebbels, Göring & Himmler Nazi-Größen 27.9.18	2,5 M 2,7 K	MrWis- sen2Go 1,09 M	ÖRR Erklärvideo
14	Erster Weltkrieg I Fakten und Verlauf 8.2.18	2,3 M 1,7 K	MrWis- sen2Go 1,09 M	ÖRR Erklärvideo
15	Vor Corona – Die Geschichte der großen Seuchen 3.3.20	2,3 M 2,4 K	Terra X 854 K	ÖRR Dokumentation
16	Eine kurze Geschichte über die Hexenverfolgung 5.4.20	2 M 2,7 K	Terra X 854 K	ÖRR Dokumentation
17	Die Reise der Menschheit (1/3) 29.4.18	1,9 M 1,5 K	Terra X 854 K	ÖRR Dokumentation
18	Kommunismus, Sozialismus und Bolschewismus 31.1.19	1,8 M 5,2 K	MrWis- sen2Go 1,09 M	ÖRR Erklärvideo

19	Der Dreißigjährige Krieg 11.5.17	1,8 M 1,7 K	MrWis- sen2Go 1,09 M	ÖRR Erklärvideo
20	Die Geschichte des deutschen Staates seit 1867 3.8.10	1,7 M 3 K	Map2Brain 7,8 K	privat Erklärvideo

Tabelle 2

TikTok				
	Titel/Datum	Likes/ Kommentare	Account/ Follower/Likes	Creator*in/ Kategorie
1	Bilder, die über 100 Jahre ausein-ander liegen 3.5.22 #seltenewelten	395 K 1,3 K	@seltenewelt 742,5 K, 37,7 M	k.H., Q-T-S-Collage
2	After the World War II 1945 15.8.22	333,0 K 13 K	@kurzgeschich- ten_official 264 K, 3,4 M	k.H., Q-T-S-Collage
3	Die Geschichte meiner Eltern 10.5.22	274 K 9,9 K	@ojin1 331,5 K, 17,3 M	Frau, Biografie/ Migration
4	Schockierende Fakten KZ Auschwitz 17.8.22	267 K 2,7 K	@tomshisto- ry.facts 29,7 K	Mann, Erklärvideo Geschichtskanal
5	Horror-Zahnbehandlung des Sonnenkönigs 27.1.22	264 K 4,7 K	@geschichtetok 158,2 K, 4,2 M	Frau, Erklärvideo Geschichtskanal
6	Traumfund an der alten #flak 6.7.22	248 K 928	@silberkrischan 144,9 K, 3,3 M	Mann, Geschichte vor Ort
7	Die Entführung von Natasha Kampusch Teil 3 7.1.21, #horrorgeschichte	236 K 2,4 K	@silanmakeup 1,7 M, 90,4 M	Frau, Geschichte als Sensation

8	Miriam Makeba Interview 1969 22.1.22, #afrikanischegeschichte	226,4 K 4,2 K	@brudersteve 67,5 K, 2,4 M	Mann/POC, Q-T-S-Collage
9	Kleines One-Take Special zur Geschichte der Erde 24.4.22	221 K 3 K	@niklaskolorz 1,4 M, 37,5M	Mann, Erklärvideo Kanal Allgemeinwissen
10	Das ist die Geschichte von Anne Frank 27.1.22	208,5 K 3,4 K	@tagesschau	ÖRR/Frau, Erklärvideo Kanal allgemein
11	So ekelhaft hat man in der Antike und im alten Ägypten verhütet 2.4.22	208 K 1,3 K	@misshistory 368,3 K, 6,3 M	Frau, Erklärvideo Geschichtskanal
12	Dieser Mann ist ein Held... weigerte seinen Arm vor dem Führer zu heben 8.9.21	192,4 K 650	@ninoodersooo 1,1 M, 18,5 M	Mann, Geschichte als Sensation
13	Das ist so krass 7.1.22, #true-crime	172,6 K 2 K	@izomatik	Mann, Geschichte als Sensation
14	Die größten Hopsnehmer der Geschichte: Gerhard Postel 13.1.22	165,9 K 692	@vallecal 519,5 K, 18,3 M	Mann, Geschichte als Sensation
15	Was kriegst du in der Stunde hier (1960er Jahre) 21.7.22, #altezeiten	165,3 K 1,9 K	@von_affen_regiert 82 K, 3,9 M	k.H., Q-T-S-Collage
16	Bombensignale am alten Friedhof 15.4.22, #ww2	163,4 K 395	@silberkrischan 144,9 K, 3,3 M	Mann, Geschichte vor Ort
17	Warum arbeitest du in den Sommer-ferien? (1960er Jahren) 24.6.22	143,7 K 2,8 K	@von_affen_regiert, 82 K, 3,9 M	k.H., Q-T-S-Collage
18	Unglaubliche Geschichten, die Fake klingen, aber zu hundert 100 % echt sind 3.1.22, Henry Tandy	140 K 2,1 K	@lazerfyn 1 M, 20,9 M	Mann, Geschichte als Sensation
19	Zu guter Ruf – Immanuel Kant 10.3.22	123,5 K 1,9 K	@heeyleonie 163,9 K, 7,5 M	Frau, Erklärvideo Geschichtskanal
20	Die schlimmsten Arten zu sterben. Part 60 21.6.22	120,4 K 1,2 K	@jess.luck 722,7 K, 18,5 M	Frau, Geschichte als Sensation