



LUND UNIVERSITY

TikTok som kulturellt fenomen

Tanderup Linkis, Sara; Nilsson, Gabriella

Published in:
TikTok

2025

Document Version:
Förlagets slutgiltiga version

[Link to publication](#)

Citation for published version (APA):

Tanderup Linkis, S., & Nilsson, G. (2025). TikTok som kulturellt fenomen. I G. Nilsson, & S. Tanderup Linkis (Red.), *TikTok: Kulturella perspektiv* (s. 7-31). (Lund Studies in Arts and Cultural Sciences; Vol. 35). Department of Arts and Cultural Sciences, Lund University.

Total number of authors:
2

Creative Commons License:
CC BY

General rights

Unless other specific re-use rights are stated the following general rights apply:

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal

Read more about Creative commons licenses: <https://creativecommons.org/licenses/>

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

LUND UNIVERSITY

PO Box 117
221 00 Lund
+46 46-222 00 00

TikTok som kulturellt fenomen

Sara Tanderup Linkis och Gabriella Nilsson

När vi skriver den här boken i början av 2025 framstår TikTok som samtidens främsta lekplats, en karnevalistisk mix av humor och allvar. Appen har på bara några år vuxit till en av världens populäraste och mest omdebatterade digitala plattformar. Den är (med)skapare till flera av de största populärkulturella trenderna och utgör på många sätt sinnebilden av dagens globaliserade masskultur, med stor påverkan på andra plattformar och populärkulturella branscher (se t.ex. Abidin och Kaye, Kärrholm samt Reuter i denna volym). Samtidigt är TikTok hem för smala nischer, communities och identitetsskapande – vad som ibland beskrivs av användarna som TikToks olika ”hörn”. Ett bestående intryck av TikTok är att vad som helst och vem som helst verkar kunna rymmas och hitta en målgrupp. Kanske kan det karnevalistiska tonläget på TikTok förstås i Michail Bachtins mening (2007), som en plats där normer, hierarkier och roller kastas om och där karnevalens språk, skrattet, får en omstörtande kraft? Den här boken fokuserar på den kulturella dimensionen av TikTok: på appens funktion som mötesplats där kulturella praktiker, fenomen och gemenskaper uppstår, utvecklas, korsas och sprids, samt inte minst, låter sig studeras. Boken riktar sig både till dig som förundras över fenomenet TikTok i allmänhet och som har ett särskilt intresse av de specificiteter, teman och nischer som beskrivs i de olika kapitlen.

TikTok ägs av det kinesiska bolaget Byte Dance och introducerades på västerländska marknader 2017, ett år efter att den kinesiska motsvarigheten Douyin introducerades i Kina och Indien. Appen lanserades initialt med fokus på musik och dans, och växte snabbt när den kort efter lanseringen

slogs samman med den bland barn och unga redan populära musikappen Musical.ly. Innehållet på Musical.ly, som helt och hållet bestod av användare som mimade och dansade till musik, kom länge att prägla innehållet på TikTok och påverkade inte minst vuxenvärldens syn på plattformen som en plats för barn som dansar (Kaye, Zeng och Wikström, 2022). Under pandemiåren 2020-2021 kom TikTok att få en delvis ny betydelse. Populariteten växte drastiskt i både ekonomisk och vardaglig mening (Bofone, 2022, Schellewald, 2023) och så gjorde även användarbasen. Nya åldersgrupper och kategorier av användare kom att påverka, och bredda, det innehåll som producerades. För kulturarbetare vars arbetstillfällen försvann under pandemin, såsom skådespelare och musiker, blev TikTok en ny scen och en källa till försörjning. För många blev TikTok en plats där känslor av frustration över rumslig och ekonomisk begränsning under pandemin, kunde bearbetas. I Moa Eriksson Krutröks kapitel beskrivs exempelvis hur juniora forskare bearbetade frustrationen över försvårade karriärmöjligheter genom att skapa och dela humoristiska mem som gestaltade deras livssituation. Även om dans och musik fortfarande spelar en central roll på TikTok, och ljudens betydelse kanske är det som mer än något annat skiljer TikTok från andra plattformar (Kaye, Zeng och Wikström, 2022, Abidin och Kaye samt Reuter i denna volym), synliggör Gabriella Nilsson och Janicke Andersson i sitt kapitel om hur generation görs på plattformen, att alla åldrar nu figurerar som användare av TikTok. Vissa menar till och med att TikTok "åldras" snabbare än andra plattformar, att den snabbare än andra plattformar har attraherat äldre användare (Broderick, 2024). TikTok har härmed vuxit till att bli ett centralt fenomen i den samtida populärkulturen, med stark påverkan på, och i samverkan med, kulturer och branscher även utanför den digitala sfären.

På den så kallade "för dig"-sidan (FYP, For You Page), som möter användaren när appen öppnas, serverar algoritmen en salig blandning av innehåll: dansvideor, politiska inlägg, sminktips, tiggeri, boktips, cosplay, husrenovering, debatt, städvideor, skvaller, hantverkstutorials, generationsstrider, flirande, träningstips, roliga kattvideor, livemusik och matlagning. Även om många innehållsgränser, såsom "unboxing", "tutorials", "hauls", "storytime", "mukbang", "gamingvideor", "restocking", "asmr", "get ready with me" och "vlog" m.fl., känns igen från andra digitala plattformar de senaste decen-

nierna, är den stora variationen vad gäller teman, genrer och format något som utmärker TikTok. I flödet varvas om vartannat korta ljud- och bildmem med längre videor för historieberättande och livesändningar.

Att beskriva eller sammanfatta innehållet på TikTok ter sig närmast omöjligt. Innehållet framstår som nebulöst, komplext och högst subjektivt, vilket visar sig i bokens olika kapitel där författarnas egna möten med, och upplevelser av, TikTok kommit att präglade deras förståelser, definitioner och beskrivningar av plattformen, samt inte minst deras metoder. Efterhand som användaren tittar på och interagerar med innehållet (gillar, delar eller kommenterar) smalnar det av till sin karaktär och anpassar sig till användarens intressen (och i det här fallet författarnas forskningsfokus). Genom att svepa uppåt med tummen över skärmen styr användaren flödet. Utan aktiv rörelse spelas samma video upp gång på gång och tolkas av algoritmen som en preferens som får konsekvenser för framtida tittande. Efterhand kan innehållet bli så smalt att hörnet man befinner sig i framstår som en särskild avdelning av TikTok, något som kanske är fallet för vissa av användarna på #BookTok som figurerar i två av bokens kapitel (se Linkis samt Kärholm). Liksom i andra digitala medier kan användarna hamna i "tunnlar" av innehåll, eller vad som i debatten ibland kommit att benämnas "åsiktskorridorer". Men med hjälp av algoritmens rekommendationer på för dig-sidan, och den särskilda "rekommendationslogik" som präglar funktionerna på TikTok (se Abidin och Kaye) är det emellertid möjligt att återigen vidga intresset mot nya områden.

TikTok under debatt

TikToks popularitet har inte gått obemärkt förbi, vare sig i forskningen eller i den offentliga debatten. Plattformens huvudsakligen kinesiska ägarskap i kombination med dess uttalade fokus på barn och unga har bidragit till att forma dess kontroversiella image. Krav på förbud av TikTok har hörts i flera länder, även i Sverige, där debattörer menat att plattformen utgör ett hot mot demokratin genom "aggressiv insamling av personlig data" (Rennéus Guthrie och Oksanen, 2023, se även Åberg, 2024). En stor del av debatten om TikToks vara eller inte vara har handlat om plattformens geopolitiska betydelse i förhållande till frågor som datasäkerhet och unga användares integritet och ut-

satthet för otillbörlig påverkan (ett tema som delvis återkommer i Kristofer Hanssons kapitel om TikTok-trenden Hot Girl Walk). Det var bland annat dessa frågor som debatterades när TikTok stod i fokus för en utfrågning i den amerikanska kongressen i november 2023 (Lin och de Kloet, 2023). Kritiken mot TikTok har inte bara handlat om att plattformen samlar in data om sina användare, utan om att dessa data kan användas politiskt, som ett verktyg för den kinesiska staten att få strategiskt och ideologiskt inflytande i USA (Gray, 2021). I april 2024 beslutade kongressen att TikTok fick till den 19 januari 2025 att hitta en amerikansk ägare – om så inte skedde skulle appen förbjudas i USA. Fortfarande efter att datumet passerat utan förändring av ägarstrukturen stod det inte helt klart vilka konsekvenser beslutet skulle få. Efter en 16 timmar lång nedstängning av appen var de amerikanska användarna tillbaka i flödet, tillsammans med en uppsjö av hypoteser rörande vilka förändringar nedstängningen medfört. TikToks globala ”image” färgas i hög grad av dessa geopolitiska farhågor, som bara blir starkare i en tid som generellt präglas av växande geopolitiska spänningar (Lin och de Kloet, 2023).

Den befintliga forskningen om TikTok har kretsat kring liknande teman. Frågeställningar har handlat om vilka konsekvenser en kinesiskägd plattform får för dagens digitala kultur och samtida ”plattformssamhälle” (van Dijck, Poell och De Waal, 2018). TikTok beskrivs som ett uttryck för en ny fas av internet-globalisering (Lin och de Kloet, 2023, s. 1526) genom en ökad plattformisering från Kina (Craig m.fl., 2021, Lin och de Kloet, 2023). Ett argument i den här diskussionen är att plattformar i Kina, såsom Douyin och i förlängningen TikTok, blir särskilt motståndskraftiga genom att de inte bara möter krav i form av kommersiella intressen och användarnas preferenser, utan även behöver anpassa sig till reglering från de kinesiska myndigheterna. Lin och de Kloet drar slutsatsen att ”[k]inesiska plattformar verkar ha utvecklat ett mer avancerat system för intäktsgenerering, innehållsmoderering och algoritmisk drift som överträffar sina västerländska konkurrenter när de går in på den globala marknaden” (2023, s. 1525, vår översättning). Som ett resultat, tänker man sig, skapas plattformar som är särskilt konkurrenskraftiga på den globala marknaden, samtidigt som de utgör ett hot mot datasäkerhet och personlig integritet och representerar en ny form av plattformsimperialism (Lin och de Kloet, 2023).

TikToks växande popularitet bland vitt skilda användargrupper har följaktligen lett till en geopolitisk oro i västvärlden. Precis som andra digitala

plattformar är TikTok en plats där politiska åsikter yttras och sprids, och rädslan för hur demokratiska val påverkas av politiska agendor och plattformsföretagens åsiktsstyrning i digitala medier är inte ny. Oro för bristande datasäkerhet, kränkningar av den personliga integriteten och politisk påverkan har funnits och finns även i relation till andra sociala medieplattformar (jfr Willim, 2019). Samtidigt tycks olika plattformars laddning, såsom i det här fallet TikToks kontroversiella image, kunna fluktuera. Trots hot om förbud i USA bara några månader tidigare, inför det amerikanska presidentvalet hösten 2024, kom TikTok att få stor betydelse för demokraternas valkampanj, genom att kampanjorganisationen snabbt drog nytta av oberoende TikTok-användares produktion av politiska humor-mem och TikTok-ljud i en ”memifiering” av kampanjen för att nå nya väljargrupper (figur 1, @mari_luna__, 2024), inte minst TikTok-generationen Generation Z (Kalinauskas, 2024).

TikTok är inte bara Kina, plattformisering och politisk maktkamp.

Exemplet från den amerikanska valrörelsen 2024 synliggör den roll TikTok spelar för kulturell mediering och hur plattformen används ”demokratiskt” av sina användare. Mediet formas av dem som använder plattformen – människor från olika länder, i olika åldrar och med olika intressen som skapar, tar del av och inspireras av innehållet. Som Lin och de Kloet sammanfattar det: ”Det som definierar en plattform är inte så mycket dess geografiska ursprung som den cirkulation av kulturer som den möjliggör” (Lin och de Kloet, 2023, s. 1529, vår översättning). Det finns en uppenbar risk med den ensidiga kritiken av TikTok att plattformens verkliga funktion som intermedial, global gemenskap förloras ur sikte. Med den här boken vill vi komplettera det geopolitiska perspekti-



Figur 1

vet med användarnära empiriska undersökningar av plattformens kulturella betydelser. Vi vill alltså bidra till att utveckla kulturvetenskapliga perspektiv i förståelsen av TikTok.

Varför studera TikTok?

Vad innebär det att studera TikTok ur ett kulturvetenskapligt perspektiv? I den här boken innebär det att vi i ett tvärdisciplinärt sammanhang av forskare från förlags- och bokmarknadskunskap, digitala kulturer, etnologi, konsthistoria och visuella studier, antropologi och musikvetenskap, närmat oss TikTok som ett kulturellt fenomen som formas i samspelet mellan användarna och plattformens tekniska förutsättningar i det samtida sociala, kulturella och politiska sammanhang vi befinner oss i. Med ett undantag är bidragen skrivna av svenska och danska forskare, många av dem verksamma vid Institutionen för kulturvetenskaper vid Lunds universitet. Därmed kan boken också sägas representera en svensk eller nordisk syn på TikTok, utan att detta nödvändigtvis innebär att det material vi studerat är svenskt eller nordiskt. Tvärtom, som framgår av flera av kapitlen, är de trender, nischer och gemenskaper som växer fram på TikTok ofta gränsöverskridande i bokstavlig mening, så till vida att de enkelt och i hög hastighet sprids över nationella och sociala gränser. Av den anledningen blir det inte meningsfullt att försöka peka ut en specifikt svensk eller nordisk TikTok-kultur.

Befintlig forskning om TikTok kommer till stor del från discipliner såsom medievetenskap och plattformsstudier, vilka, som beskrivits ovan, inte sällan haft ett (kritiskt) fokus på plattformisering som globalt fenomen, liksom på de övergripande geopolitiska konsekvenserna av appens framgång (t.ex. Gray, 2021). Ett kulturvetenskapligt fokus innebär tvärtom en orientering mot användarperspektivet och ett inkännande förhållningssätt till de lokala och globala vardagskulturer som växer fram i och kring plattformen. Bland andra Boffone (2022) och Lin och de Kloet (2023) efterlyser (och representerar) ett sådant perspektiv i TikTok-forskningen. Lin och de Kloet argumenterar för behovet av att ”föra in kulturstudier i plattformsstudier för att belysa de livliga kulturella praktikerna, den vardagliga estetiken och den relaterade maktodynamiken som TikTok driver” (2023, s. 1530, vår översättning). Ett sådant perspektiv återfinns exempelvis inom digital

antropologi såsom den kommer till uttryck i Crystal Abidins omfattande forskning, exempelvis i hennes och Bondy Valdovinos Kaye kapitel om ljudmem i den här boken. Det är också ett perspektiv som boken i sin helhet omfattas av.

Boken innehåller både kapitel vars huvudfokus är plattformen TikTok *i sig*, TikTok som kulturell företeelse, och kapitel som använder innehållet på TikTok som en källa till material för att studera bredare kulturella fenomen och praktiker. Oavsett vilket innebär valet att vända forskarblicken mot TikTok att vi tillskriver plattformen viss kulturell tyngd som meningsskapare i en samtida kontext. Detta skulle kunna problematiseras mot bakgrund av plattformens unga ålder och den digitala kulturens allmänna snabbhet och flyktighet (Broderick, 2024, Yallop, 2021). Varför studera TikTok, en plattform som på många sätt är mindre etablerad än andra sociala medieplattformar, såsom Facebook, Instagram och Twitter/X? Som enligt den allmänna uppfattningen framstår som mindre seriös? Vars varumärke både är kontroversiellt och förknippas med tramsig underhållning och "silly fun" (Schellewald, 2023)? Som kanske är bortglömd (eller förbjuden) innan den här boken ens nått läsaren?

Vi menar dock att TikTok är intressant just *för att* plattformen är allt detta. Eftersom TikTok är mindre etablerad än de andra, Silicon Valley-baserade plattformarna, eftersom den fortfarande är "emergent" (Boffone, 2022:4), framväxande, och dess kulturella status och funktion fortfarande förhandlas och utvecklas, kan TikTok tillhandahålla ett ramverk för kulturell innovation och nya kulturella praktiker som motsäger eller nyanserar den etablerade mainstreamkulturen i sociala medier och digital kultur i allmänhet (Boffone, 2022). Vissa går så långt som att hävda att TikTok ställer det vi vet om digitala kulturer och sociala medier på ända, inte minst spelreglerna för monetisering av digitalt innehåll (Yallop, 2021, jfr Nilsson, 2023) men även mer allmänt hur innehållet i digitala medier ska se ut. I Abidins och Kayes bidrag argumenterar de exempelvis för att TikToks fokus på ljud bidragit till en "vändning mot det hörbara" (en audial turn) som brutit den sedan decennier invanda prioriteringen av det visuella och bilden som primärt meningsbärande medium.

Ett sätt att försöka karaktärisera Tiktok är, som nämnts inledningsvis, att framhålla plattformens karnevalistiska drag, där normer för vad som kan

beskrivas, vem som får synas och hur något ska gestaltas verkar förlorat sitt självklara inflytande över användarna på ett sätt som skiljer sig från andra plattformar. TikTok är mer av en lekplats än ett professionellt eller socialt nätverk (LinkedIn, Facebook), ett offentligt och politiskt debattforum (Twitter/X) eller ett estetiserat personligt skyltfönster (Instagram, Pinterest). Härmed inte sagt att inte dessa aspekter också går att finna på på TikTok. Istället har prestigelösheten, det oblyga härmandet och skrattet (jfr Bachtin, 2007), en självklar plats. Allt är möjligt på TikTok. Flödet framstår ofta som en enda lång varité. Andra forskare har på liknande sätt försökt begreppsliggöra innehållet på TikTok med ord som rått, autentiskt och fänigt (Lin och de Kloet, 2023). TikTok är en feelgood-plats för eskapism och underhållning (Schellewald, 2023), det är plattformen som återför det skojiga till sociala medier (Roose, 2018). Andra ord för att beskriva flödet skulle kunna vara kaotiskt eller osorterat: långa berättelser, korta mem, dansvideor, stillbilder till musik, livesändningar – allt kommer om vartannat, huller om buller på användarens för dig-sida. Även om andra plattformar till följd av konkurrensen om användare öppnat för liknande innehålls-genrer – kanske allra tydligast när det kommer till Instagrams kortvideoformat ”reels” – skiljer TikTok fortfarande ut sig genom att den stora variationen av innehåll kan skapa överraskningar som i sin tur ökar viraliteten.

Att TikTok fått funktionen som 2020-talet främsta globala lekplats kan delvis förklaras av ”timing”. Det är inte sannolikt att genomslaget för plattformen hade blivit så stort och brett utan de rumsliga restriktionerna under covid-19-pandemin, vilket många TikTok-forskare konstaterat. Schellewald framhåller att TikTok blev en plats för eskapism och underhållning helt enkelt för att världen behövde en sådan avslappnad plats under pandemin. Medan andra sociala medier redan hade etablerat sina (mindre karnevalistiska) funktioner, som en plats att dela nyheter (Twitter) eller hålla kontakt med vänner och bekanta (Facebook), blev TikTok platsen att fly till för underhållning (Schellewald, 2023). Ett exempel på detta beskriver Gabriella Nilsson i sitt kapitel om hur medelålders- och äldre kvinnor återupptäckte sin sexualitet i mötet med en ung manlig TikTokare under pandemin. En bred underhållningsgenre på TikTok är annars vad som på svenska skulle kunna betecknas som ”tillfredsställelsesinnehåll”. Via hashtaggen #satisfaction drar videor och livesändningar med innehåll

som gräsklippning, grovstädning, pormaskklämning och mattvävt stora publiker. I Charlotte Hagströms kapitel anknyter videor om snöröjning och annat systematiskt arbete med stora maskiner till den här genren. För tittaren består tillfredställelsen i att se hur något oordnat, stökigt, smutsigt och äckligt blir rent, fräscht och ordnat, ett behov som sannolikt inte var mindre under pandemins kaos.

Som beskrivits ovan kunde TikTok delvis ersätta livescener för kulturarbetare, men även det stora antalet ”vanliga människor” som övergick från att vara passiva användare till att själva producera innehåll på TikTok, kan förklaras av nedstängningen av många samhällen i världen under pandemiåren. Innehållet på TikTok som det ser ut idag, exempelvis det ”autentiska” uttrycket som följer av att videor ofta filmas i människors vardagsstökiga hem, kan sägas ha formats av behov och förutsättningar under pandemin. Hemma var en enda platsen där innehållet kunde produceras.

TikToks framgång kan även förklaras av plattformens tekniska möjligheter och dess algoritm, som enligt Bhandari och Bimo (2022) och andra främjar ett fokus på relaterbarhet. Barta och Andalibi (2022) förklarar exempelvis TikToks relaterbarhet med att den av många uppfattas som ett mer intimt rum än andra sociala medier genom möjligheten att använda pseudonymiserade användarnamn, vilket öppnar för att användaren potentiellt agerar mer ärligt eller spontant (Barta och Andalibi, 2022, Schellewald, 2023). För flera av kvinnorna i Gabriella Nilssons kapitel var denna möjlighet en förutsättning för att de skulle våga ge sig hän åt sina sexuella känslor på TikTok.

Den rekommendationslogik som Abidin och Kaye beskriver i sitt kapitel är central för hur TikTok fungerar. På för dig-sidan serveras, eller ”rekommenderas” användare ett innehåll baserat på deras personliga preferenser och intressen snarare än på sociala nätverk och redan etablerade sociala cirklar, som i andra sociala medier (Bhandari och Bimo, 2022, Schellewald, 2023). Men appen ger även rekommendationer till den som vill producera eget innehåll genom uppmaningar som ”använd det här ljudet”, ”använd den här mallen”, ”använd det här filtret” eller ”skapa en duett med den här videon”. Härigenom skapas paradoxalt nog både likhet och komplexitet – en mångfald av användare i olika åldrar, från olika länder och sociala kategorier producerar ”samma” innehåll. En av TikToks

styrkor är den globala gemenskap som skapas av att användare i olika fysiska och sociala miljöer ”härmar” varandra genom att följa TikTok-trender, vilket vi ska återkomma till nedan. Även möjligheten att sända live på TikTok har bidrag till genomslaget, inte minst under pandemin (se Nilssons samt Hagströms kapitel).

När TikTok introducerades rådde osäkerhet kring hur plattformen skulle kunna användas för att tjäna pengar – den saknade inledningsvis de möjligheter till annonsförsäljning och marknadsföringssamarbeten som kommit att känneteckna influencers användning av plattformar som Instagram och YouTube (Nilsson, 2023, 2024). Olivia Yallop beskriver hur TikTok förändrade influencer-branschen inte minst genom att värdet av en organiskt upparbetad följarsbas under många år, liksom själva definitionen av viralitet, devalverades av TikToks masspublik där ”vem som helst” kunde få miljontals likes över en natt (2021, s. 10). Nu, några år senare, återfinns samma möjligheter till reklamsamarbeten på TikTok som på andra plattformar, men monetisering av innehållet sker även genom den gävoekonomi som är tekniskt möjliggjord och påbjuden under livesändningar (se Nilssons kapitel), och genom TikToks så kallade ”creator fund”, en modell för TikTok att ge framgångsrika skapare ekonomisk ersättning för innehållet baserat på tittarnas engagemang (jfr Kaye, Zeng och Wikström 2022). Det är inte ovanligt att skapare som samlar in pengar till välgörande ändamål, eller för den delen till sin egen husrenovering, uttryckligen ber tittarna att gilla, kommentera och se klart hela videon, för att därigenom öka ersättningen från TikTok.

TikToks genomslag är alltså konsekvensen av ett samspel mellan timing, nya tekniska möjligheter och ekonomiska förutsättningar. Hur länge TikTok kommer att förbli relevant är omöjligt att uttala sig om. Kanske har storhetstiden redan passerat när den här boken kommer ut, men genom att undersöka samtidens TikTok-kultur eller kultur på TikTok, här och nu, kan vi bidra till digitala kulturstudier med fokus på hur kulturella praktiker utvecklas i ett samspel mellan teknik, användare och olika sociala sammanhang.

TikTok-kultur, memifiering och social kreativitet

Det kulturvetenskapliga perspektivet inkluderar studier av TikTok som kultur i sig. Här avser vi de estetiska uttryck, sociala mönster och användar beteenden som, inte minst, appens tekniska förutsättningar möjliggör och främjar. Kort sagt består innehållet på TikTok av en kombination av rörlig bild (eller filmade stillbilder) och ljudsekvenser. Skaparen kan använda sitt eget ljud, t.ex. genom att själv prata, eller genom att ladda upp annat ljud, såsom musik, i appen. Användaren kan även välja andra skapares ljud och ljudmem ibland efter en direkt rekommendation i appen. Som Abidin och Kaye samt Reuter visar i sina kapitel, är ljudens funktion i innehållet på TikTok helt avgörande för plattformens genomslag och nuvarande form. När TikTok introducerades var videolängden begränsad till mycket korta, slagkraftiga och humoristiska videor, vilket även det bidrog till att TikTok skilde ut sig från andra plattformar som grogrund för memifiering (Lin och de Kloet, 2023, s. 1530). Sedan dess har möjligheten till längre videor öppnats och aktivt marknadsförts av TikTok, vilket ökat andelen videor som innehåller berättelser från användarnas liv och vardag, så kallad ”storytime”.

Vi har inledningsvis framhållit det osorterade, komplexa och karnevalistiska i flödet på TikTok. Men om det är något som kan sägs kännetecknande för plattformen, är det härmandet som kulturell praktik, något vi vet är grunden för all social gemenskap, kultur och identitet. TikToks rekommendationslogik uppmuntrar till återanvändning, upprepning och imitation, vilket kan förklara plattformens ledande position i skapandet av virala ”trender” på internet. I Kristofer Hanssons kapitel utgör exempelvis trenden Hot Girl Walk en utgångspunkt för analysen. Även den oinsatta har säkert hört talas om företeelsen ”TikTok-trender” men det kanske inte är helt tydligt vad som avses eller hur trenderna främjas av tekniska funktioner på TikTok. Trenderna kan bestå av återanvändandet av ljudsekvenser, reproducerandet av ljud och bild-mem, eller återkoppling till populära diskussionsteman som blir virala. De tekniska funktionerna i TikTok, som att ”tagga” andra användare, eller att skapa innehåll genom att klippa in delar av andra användares videor via funktionerna ”stich” och ”duett”, understödjer härmande och interaktion mellan användare. När fler och

fler skapare uppmärksammar och börjar använda samma ljud, eller ”sticha” samma video, skapas en trend som växer exponentiellt.

De kanske mest kända trenderna är TikTok-danser med global spridning. I dagens stadsmiljöer är det inte helt ovanligt att såväl barn som vuxna ses spela in TikTok-danser. Det är genom dessa danser som superstjärnor på TikTok, såsom Charli D’Amelio med sina över hundra miljoner följare, vuxit fram. Men trender kan också handla om att en viss fråga eller ett visst dilemma återkommande diskuteras, såsom blev fallet under våren 2024 då frågan ”man or bear?” besvarades i video efter video och frammanade en stark känsla av kvinnogemenskap samtidigt som de retade upp ”manosfären” på TikTok: Om en kvinna är ensam i skogen, skulle hon föredra att möta en björn eller en okänd man? (Det enhälliga svaret bland kvinnor på TikTok var björn). I Nilsson och Anderssons kapitel om ”generationsinnehållet” på TikTok beskrivs hur trendande stitiches på ett liknande sätt bidrar till att frammana generationsgemenskap.

Vi vill redan här ge ett illustrerande exempel från våren 2024 på hur en viral trend skapas och samtidigt visa hur TikTok i själva sin grundform är intermedial. Trenden startade med att de tyska musikerna Bodo Wartke och Marti Fischer publicerade en video där de på ett skämtsamt sätt rappade till tungvrickarramsan ”Barbaras Rabarberbar”. Videon blev snabbt populär och fick stor spridning. Ljudet från videon lånades därefter av två unga kvinnor som använde det till en danskoreografi (se @steph_who). Även dansen spreds snabbt över TikTok och härmdes av vitt skilda kategorier av användare. Olika kön, åldrar och yrkeskategorier – piloter, busschaufförer och sjuksköterskor – kunde nu ses dansa koreografin till ljudet av Bodo Wartke och Marti Fischers rapp. Privatpersoner dansade i sina hem, olika yrkesgrupper dansade på sina arbetsplatser, skolklasser på skolgårdar – och Halmstads kommun framför kommunhuset. För den som ville lära sig dansen erbjöds danstutorials. Även animerade versioner av dansen producerades, liksom videor med dansande djur. Genomslaget blev ännu större, kanske uppnåddes själva klimax av trenden, när Wartke och Fischer själva uppmärksammade förekomsten av dansen och producerade en ny video där de dansade dansen samtidigt som de rappade. Nya videor skapades härfter kontinuerligt där olika dansare klipptes samman till långa collage av dansen som illustrerade ett nätverk av global spridning (figur 2, @x.pressuser, 2024).



Figur 2

Ganska snart öppnade trenden för nya inriktningar av innehåll. En sådan var språklig och handlade dels om att användare själva provade att rappa till ramsan, antingen genom att mima till den eller spela in sin egen röst, dels om att rappa ramsan på andra språk än tyska – det visade sig att Barbaras Rabarberbar fungerar som tungvrickare även på språk såsom engelska, svenska och norska. En annan inriktning var nya, mer elaborerade musikproduktioner av ramsan, ofta utan Wartke och Fischers röster och i andra musikgenrer än ”skojig rapp”, såsom techno eller hårdrock. Musiker gjorde duetter med varandra där de spelade rappens musik på olika instrument. Ytterligare en inriktning var bakvideor, där skaparna bakade rabarberpaj till ljudet av Wartke och Fischers rap.

Det tycks inte finnas några gränser för vilka uttryck en trend kan ta sig, eller för vilka användargrupper den kan kännas relevant – vilket vi menar är vad som kännetecknar TikTok och delvis skiljer sig från andra digitala plattformar. Exemplet ovan illustrerar hur TikTok genererar social kreativitet, kreativitet som kollektiv process, där användare samspelar, upprepar, imiterar, bekräftar eller till och med parodierar varandra. Kreativitet på TikTok, skriver Lin och de Kloet, kännetecknas av att vara social, populär, distribuerad och avgränsad (2023). Istället för att fokusera på originalitet och den enskilda skaparen är fokus på TikTok typiskt sett innovation genom imitation och gemenskap. Detta är emellertid inte alltid helt oproblematiskt när det kommer till frågor om upphovsrätt och monetisering av innehållet, vilket Abidin och Kaye återkommer till i sitt kapitel. Inte alla musiker uppskattar att sekvenser från deras musik används som mem i olika obskyra hörn av TikTok. Men samtidigt visar Reuter i sitt kapitel att många musikkarriärer tvärtom inlett med att korta ljudmem blivit virala på TikTok.

Nisch-kultur, amatörism och TikToks påverkan offline

Som vi beskrivit inledningsvis riktar algoritmen användaren mot olika nischer eller hörn av TikTok. Ofta namnges dessa hörn humoristiskt genom att nischens fokusområde kombineras med efterledet Tok i TikTok, såsom "MomTok", "CleanTok" eller "SoberTok". De medelålders kvinnorna i Nilssons kapitel beskrivs ofta befinna sig på "CougarTok" och för unga bokläsande kvinnor är "BookTok" en självklar nisch, vilket både Kärrholm och Linkis återkommer till. Genom att innehållet på användarens för dig-sida baseras på algoritmens tolkning av personliga preferenser, blir innehållet, menar Schellewald (2023), en reflektion av användarens självbild snarare än en öppning till andra människors världar. Plattformen blir med Boffone "en kritisk plats för att forma och utföra gemensamma identiteter och kulturer runt om i världen" (Boffone, 2022, s. 4, vår översättning). Så tillvida kan TikToks olika hörn fungera som platser för identitetsskapande och kulturell gemenskap. I flera av kapitlen har författarna dragit nytta av möjligheten att studera dessa mer allmänna kulturella processer med hjälp av TikTok som källa till empiriskt material. I dessa kapitel fungerar TikTok som ett fönster där det går att få inblick i användarnas vardagsliv och identitetspraktiker. Maskulinitet (Hagström), ålder (Nilsson och Andersson) och sexualitet (Nilsson) är några av de sociala kategoriseringar som diskuteras och problematiseras i boken med utgångspunkt i det innehåll som formar olika TikTok-hörn. Livet som fårbonde (Peker) eller akademiker (Eriksson Krutrök) är andra identiteter som ryms och kan studeras på TikTok. Men i TikToks hörn ryms inte bara olika identiteter utan även nischade intressegemenskaper och subkulturer. I Fannie Fredrikke Badens kapitel om uran och radioaktiva föremål framstår intressegemenskapen som formas kring samlandet av dessa föremål som oerhört smal och närmast obskyr, i motsats till den breda, om än delvis könade, intressegemenskapen på BookTok. Lite mer nischad framstår gemenskapen som formas genom preferensen för "dark academia" i såväl inredning som läsning, och som Kärrholm studerar i sitt kapitel.

Användargemenskaperna står i centrum på TikTok. Så till vida kan plattformen (än så länge) sägas ha ett fokus på amatörkultur som skiljer sig från

mer professionaliserade plattformar som Instagram och Youtube. Alla har fortfarande tillträde till lekplatsen TikTok – där kan människor diskutera färskötsel och böcker, samla radioaktiva föremål och spela livemusik utanför de mer professionaliserade och kommersialiserade systemen och institutionerna. Denna sida av plattformen kan relateras till den klassiska idén om deltagarkultur som Henry Jenkins (2006) förde fram redan i digitaliseringens optimistiska barndom i början av millenniet. Jenkins såg internet som en möjlighet att etablera en kultur där den enskilde användaren gavs en röst och där den kulturella dynamiken, den gemenskapsorienterade, medskapande, sociala kreativitet som vi, med Jenkins, annars känner från fankulturer och underjordiska miljöer, fick stor spridning (Jenkins, 2006).

Det går förstås att problematisera dessa optimistiska föreställningar och lyfta fram hur alla inte deltar aktivt, och hur deltagande och social kreativitet också kommersialiseras och kontrolleras av stora medieföretag som tjänar pengar på klick eller exponering – även på TikTok. Icke desto mindre är TikToks amatörkulturer intressanta i en bredare diskussion om appens kulturella betydelse. Om trender och kultur på TikTok typiskt sett uppstår underifrån, initierade av amatörer och vanliga användare och drivna av social kreativitet, vad händer då när samma trender och kulturer når utan för TikTok och påverkar kulturen i stort? Genom synen på TikTok som en eskapistisk feelgood plats (Schellewald, 2023) ligger det nära till hands att se plattformen som en plats där varje nischkultur fungerar som en intim bubbla för användare att mötas och odla sina gemensamma specialintressen i ett avskilt hörn av internet, långt från den fysiska verkligheten. Men plattformen är också värd att studera eftersom den samspekar med och påverkar kulturen utan för TikTok. Kanske återspeglas denna påverkan tydligast i det skämtsamma påståendet ”TikTok made me do it” som figurerar både som hashtag och videogenre, och speglar hur plattformen påverkar användarnas beteende utanför plattformen, vad vi lyssnar på, vad vi äter, vad vi läser, hur vi tränar och så vidare (Boffone, 2022).

Många företag har förstått TikToks genomslagskraft och drar nytta av de populära nischerna på TikTok för att marknadsföra sina produkter. De populära städvideorna på CleanTok som omfattar videor av städning i hemmet, men i synnerhet grovstädning i så kallade ”hoarder houses”, har fått producenter av städmaterial att sponsra populära användare med produkter

och sedan referera till TikTok på produkterna ("As seen on #cleantok #satisfaction", figur 3, foto Gabriella Nilsson).

Flera av antologins bidrag kretsar kring hur innehåll och trender på TikTok, på samma sätt som CleanTok för producenter av städmaterial, påverkar kulturindustrier, produktion och försäljning av kulturellt innehåll utan för plattformen. Mest uppenbart gäller detta musikindustrin till följd av TikToks status som en ljud- och musikbaserad plattform (Reuter), men även bokindustrin, där det idag knappast går att gå in i en bokhandel eller ett bibliotek

utan att mötas av rekommendationer från Booktok (Linkis) och där nya litterära genrer växer fram, delvist initierat av läsargemenskaper på plattformen (Kärrholm). Det är viktigt att framhålla hur att TikToks kulturella inflytande ofta skär tvärs över traditionella medier och kulturindustrier, såsom när försäljningen av viss musik ökar efter att en låt förekommit i en tv-serie som omfamnas av en stor fankultur på TikTok. Så blev fallet med Kate Bushs låt "Running up that Hill" som plötsligt blev populär efter att den använts i tv-serien *Stranger Things*, och för musiken i tv-serien *Wednesday* som diskuteras i Reuters kapitel.

Medan det alltså är möjligt att se ett påtagligt inflytande från TikTok i kulturlivet utan för TikTok, belyser vissa bidrag ett mer subtilt utbyte mellan TikToks digitala sfär och den fysiska "offline"-världen. TikToks rykte som plats för eskapism innebär inte bara en flykt in i skärmen, utan kan ses i en uttalad längtan efter det icke-digitala livet: allt från analoga böcker till lantliv med fårskötsel eller livet som maskinförare långt uppe i de norrländska skogarna. I linje med TikToks fragmenterade uttryck och förmåga att rymma nischkulturer innefattar plattformen också motkulturer mot det digitala i sig, och mot den snabbhet eller volatilitet som ofta förknippas med TikTok själv (se t.ex. Linkis' kapitel).



Figur 3

Metodologiska och etiska överväganden

Kapitlen i den här boken är baserade på forskning i form av digital etnografi (Pink m.fl., 2016). Etnografi har en lång historia som metod inom ämnen som etnologi och antropologi, samt under senare decennier mer bredare inom samhällsvetenskapliga och humanistiska discipliner. Som Cocq och Liliequist (2024) formulerar det handlar det etnografiska kunskapsanspråket om att gå på djupen i en fråga och visa på dess komplexitet. I takt med framväxandet av internet i allmänhet och digitala medier i synnerhet har intresset för de kulturella processer och praktiker som sker online vuxit. Olika begrepp för att beskriva insamlandet av empiriskt material på nätet har prövats, det kanske mest kända är begreppet ”netnografi” (Kozinets, 1997). Med digital etnografi avser vi i den här boken författarnas olika metodologiska angreppssätt för att ringa in och synliggöra såväl de specifika kulturella praktiker som TikToks tekniska format främjar, och de mer allmänna kulturella praktiker som framträder såväl online som offline, men som låter sig studeras synnerligen väl på TikTok. För vissa av författarna är ett forskningsfokus på digitala kulturer återkommande, medan det för andra är nytt att bedriva forskning ”på nätet”. Gemensamt för alla författare är den fascination för plattformen som vi upplevt och upplever.

Samma skäl som gör TikTok till en självklar plattform för kulturstudier komplicerar också dessa studier. För hur bedrivs forskning på en plattform som så tydligt anpassar sitt innehåll till den enskilda användaren och dens intressen? Hur kan forskarens subjektiva fascination för vissa aspekter och kulturella uttryck på TikTok, en subjektivitet som främjas av algoritmen, omvandlas till forskningsresultat? Här är ett reflexivt förhållningssätt viktigt, där forskaren ställer kritiska frågor såsom varför jag ser det jag ser, varför jag gör de urval jag gör och på vilket sätt min närvaro i det digitala rummet påverkar det som sker. Hagström diskuterar i sitt kapitel den utmaning det inneburit att som forskare delta i livesändningar med enbart ett fåtal deltagare som dessutom verkar känna varandra. Noterade de att hon var där? Spelade det någon roll för deras interaktion?

När ett urval av algoritmstyrt digitalt innehåll ska studeras blir forskarens situering viktigare än någonsin. Att forska på TikTok är definitivt inte

ett ”God trick” i Donna Harraways mening (1988). När Harraway talade om God trick på 1980-talet var det som en kritik av synen på den vita vetenskapsmannen som objektiv och forskningsresultaten som oberoende av hans utgångspunkt i världen – idén om att kunskapen bara ”kom” till honom som om den var given av gud, helt oberoende av hans kön och position i en kolonialistisk värld. Med begreppet situerad kunskap problematiserade Harraway detta antagande och menade det alltid behöver synliggöras att forskarens blick inte bara riktas *mot* någonting utan har en uppenbar utgångspunkt i forskaren själv, den utgår *från* forskare. Vem forskaren är i analysen av algoritmstyrt innehåll påverkas av forskarens tidigare digitala synlighet och val. Mer specifikt innebär detta att algoritmen förvisso kontinuerligt ”tränas” till att anpassa innehållet mot författarnas respektive forskningsintressen, men att innehållet som presenteras för oss också påverkas av våra privata intressen och identitetsmarkörer. På så sätt blir urvalet av algoritmstyrt digitalt material möjligen ännu mer ”subjektivt” än vad som är fallet i annan kvalitativ forskning. Det är inte en slump att just dessa författare kommit att studera just dessa hörn av TikTok. Så länge forskaren förhåller sig till detta faktum på ett medvetet och forskningsetiskt korrekt sätt innebär subjektiviteten inte nödvändigtvis ett problem – etnografisk forskning handlar om att med utgångspunkt i små datamängder och specifika exempel öppna för en fördjupad förståelse av kulturell komplexitet (jfr Cocq och Liliequist, 2024), inte om att skapa verifierbarhet och generaliserbarhet. Inte desto mindre är det viktigt att påminna läsaren om att TikTok, på samma sätt som andra digitala medier, är i ständig rörelse. Den beskrivning av TikTok som görs i den här boken utgör ett utsnitt och en ögonblicksbild, samtidigt som de grundläggande kulturella processer vi observerat kan ses som mer stabila över tid.

Slutligen vill vi säga något om det forskningsetiska förhållningssätt som präglat författarnas arbete. I arbetet med boken som helhet, liksom med de enskilda kapitlen, har forskningsetiska frågeställningar varit centrala. De forskningsetiska kraven är i grunden desamma för forskning på människor via internet som när det gäller annan forskning (Vetenskapsrådet, 2024). Cocq och Liliequist menar att digital etnografi i stor utsträckning handlar om att resonera med etiken i förgrunden (2024). I vilken mån är det etiskt försvarbart att beforska ett digitalt innehåll som inte har skapats

för vetenskaplig analys, även om det är offentligt tillgängligt? Vilket förhållningssätt bör tas i relation till informerat samtycke?

Innehållet på TikTok är förvisso offentligt tillgängligt, men till följd av det många gånger amatöristiska och autentiska uttrycket i smala nischer på plattformen, kan forskaren känna tveksamhet inför hur analysen av ett material som framstår som "pseudo-offentligt" eller "semi-privat" (AoIR, 2012) ska kunna göras på ett etiskt försvarbart sätt. Att en person uttalar sig offentligt i sina videor på TikTok är inte nödvändigtvis detsamma som att personen bör betraktas som en offentlig person (Williams m.fl., 2017). Att TikTok-videor är offentligt tillgängliga innebär inte att innehållet, från ett forskningsperspektiv, inte ändå ska behandlas som känsligt.

Härmed inte sagt att TikTok-videor per definition är autentiska och innehållet känsligt bara för att de ser så ut. Emma Maguire (2018) argumenterar tvärtom för att synen på självbiografiskt berättande i digitala medier som "sanningen om en person", och att denna person därför är sårbar och i behov av särskilda forskningsetiska förhållningssätt till de "känsliga personuppgifter" som framkommer i innehållet, är både förlegad och delvis sexistisk eller ålderistisk. Hon menar att vuxenvärldens (och forskarsamhällets) beskyddande attityd fråntar unga kvinnor deras agens i digitala medier såsom skapare och upphovspersoner till digitalt innehåll på samma sätt som självbiografiskt berättande i andra, mer etablerade medier. Ett forskningsetiskt förhållningssätt till innehåll i digitala medier behöver ta båda dessa perspektiv i beaktande.

I den här boken betraktar vi skaparna av innehåll som upphovspersoner, varför de i vissa kapitel fall behöver nämnas vid (användar)namn. Deras innehåll ses inte som direkta representationer av dem som privatpersoner, utan som kulturella iscensättningar och kulturella artefakter där vi som forskare inte har någon möjlighet att bedöma sanningshalten i det som berättas. Vi menar i enlighet med Maguire (2018) att autenticitet på TikTok, liksom i andra digitala medier, i stor utsträckning är ett berättartekniskt grepp ämnat att väcka intresse hos en publik, varför det forskningsetiska förhållningssättet behöver anpassas från fall till fall snarare än vara ett grundantagande om att innehållet är privat. När vi har reflekterat över i vilken utsträckning materialet i de olika kapitlen kan betraktas som offentligt, har vi ställt frågan vilken förväntan om offentlighet skaparna av

innehåll på TikTok själva kan antas ha (Vetenskapsrådet, 2024). De skapare som refereras till i den här boken har alla offentligt tillgängliga, många gånger officiellt verifierade, och i flertalet fall internationellt spridda TikTok-konton. De flesta videor har många tusentals, ibland miljontals visningar. Flera av skaparna försörjer sig helt eller delvis på innehållet på sina konton. Vi menar att de har hög förväntan om, och insikt i, att deras innehåll är offentligt. När det kommer till de röster som hörs i kommentarsfälten har författarna valt att försvåra eftersökbarheten genom att inte avslöja användarnamn och, i de fall det varit möjligt, inte ge referenser till de specifika videor som kommenteras.

I *God forskningssed 2024* (Vetenskapsrådet, 2024) beskrivs de skäl då det inte är möjligt eller rimligt att inhämta samtycke, såsom då riskerna är små och hindren för att inhämta samtycke är stora. Vad gäller riskerna med forskningen kan det konstateras att flertalet av kapitlens forskningsområden inte har behandlar frågeställningar av känslig, problematisk eller ens privat art. De flesta kapitel behandlar innehåll som där skaparen talar utifrån sin yrkesroll (grävmaskinist, forskare, fårbonde, musiker) eller om skaparens fritidsintresse (bokläsning, musik, samlande), inte om skaparens identitet, individualitet eller privatliv. Härmed inte sagt att skapare inte ibland kommer in på frågor av mer privat art i innehållet, men det har inte varit forskarnas avsikt att undersöka detta med hänvisning till en specifik skapares personuppgifter. Tre av kapitlen rymmer forskningsfrågor av potentiellt mer känsligt slag, nämligen hälsa, sexualitet och ålder. Att videorna handlar om potentiellt känsliga ämnen innebär emellertid inte att de är känsliga för skaparna själva. Även i dessa fall är innehållet kopplat till deras försörjning aningen utanför eller i digitala medier, inte till deras person eller privatliv. Dessa studier har dessutom godkänts av etikprövningsmyndigheten.

Vad gäller hindret från att inhämta samtycke kan det betraktas som mycket stort i flertalet fall. Många skapare i digitala medier får dagligen ta emot hundratals kontaktförfrågningar från följare, företag och andra intressenter. Att i det läget nå fram med en fråga om samtycke är inte att betrakta som rimligt (Lindgren och Eriksson Krutrök, 2024). Istället för som privatpersoner, har deras videor klassificerats som officiellt tillgängliga, upphovsrättsskyddade visuella artefakter att jämföra med andra po-

pulärkulturella gestaltningar i rörlig bild, inte som känsliga personuppgifter. I boken återges bilder ("skärmdumpar") av TikTok-videor med hänvisning till Lag om upphovsrätt till litterära och konstnärliga verk (SFS 1960:729, SFS 2005:359). I upphovsrättslagen medges att offentliggjorda konstverk får återges i anslutning till texten i en vetenskaplig framställning som inte framställts i förvärvssyfte om återgivningen sker i överensstämmelse med god sed och i den omfattning som motiveras av ändamålet. Det vill säga i likhet med citaträtten, som gör det möjligt att fritt citera kortare stycken ur skyddad text, stadgas i 23§ upphovsrättslagen en rätt att "citera" offentliggjorda konstverk. Endast skärmdumpar av videor som uttryckligen beskrivs i text har inkluderats i boken, bilderna utgör alltså en del i den vetenskapliga analysen och fungerar inte enbart som illustration. Urvalet av bilder har gjort med respekt för skaparens integritet.

Genomgång av kapitel

Boken inleds med de kapitel som avhandlar fenomen på TikTok och TikToks kulturella uttrycksformer. Därefter följer kapitel som fokuserar på TikToks kulturella betydelse och TikTok som material för att förstå och analysera samtidiga kulturella fenomen, identiteter och subkulturer. Det ska dock sägas att dessa perspektiv också går in i varandra, och kapitel som primärt använder TikTok som material kommer också att belysa plattformens kulturella betydelse och vice versa.

TikTok som en plattform där självpresentation och (kollektiva) identiteter är i förhandling är ett återkommande tema. Gabriella Nilsson och Janicke Anderssons bidrag, som inleder boken, är exempel på detta. Nilsson och Andersson tar utgångspunkt i begreppet generation och undersöker hur olika generationer presenterar sig själva och andra generationer på TikTok. TikTok presenteras ofta som en plattform för de "unga", den så kallade generation Z, men Nilsson och Andersson visar hur även andra generationer gör intåg på plattformen. Härmer blir det tydligt hur studien om TikTok hjälper till att forma generationsdiskurser och identiteter.

TikTok är från början en plattform associerad med musik och ljud och boken inleds med två kapitel som undersöker denna dimension och som därmed vänder blicken mot appens tekniska förutsättningar och digitala

uttrycksformer. Crystal Abidin och Bondy Valdovinos Kaye undersöker memifieringslogikerna förknippade med TikTok med fokus på ljudmem och hur plattformen är associerad med en vändning mot det hörbara. Baserat på två fallstudier visar Abidin och Kaye hur ljudmem används för att representera identitet på plattformen. Anders Reuter undersöker mer specifikt hur TikToks uttrycksformer, memifiering och den sociala kreativiteten som nämnts ovan påverkar musikkulturen på och kring plattformen. Reuter analyserar bland annat fenomenet Bloody Wednesday och han belyser hur musikkulturen på TikTok präglas av kortformatet: musik i korta bitar, som blandas och används om och om igen över olika genrer och medier. Samtidigt framhåller han hur TikTok inte bara formar musik-användning på plattformen utan även musikkulturen utan för TikTok. Därmed visar han hur appen är med och potentiellt förändrar musikbranschen och villkor för musikproduktion i en digital kultur.

TikToks kulturella betydelse lyfts också fram i flera andra bidrag. Kristofer Hansson undersöker i sitt kapitel TikTok-trenden "Hot Girl Walk" som ett exempel på hur plattformen formar ungas kommunikation och ideal kring hälsa. Hansson kopplar detta till föreställningen om social mobilisering och lyfter fram hur trenden – där unga kvinnor promenerar samtidigt som de känner sig "hot" (snygga/sexiga) – sprider sig utanför plattformen.

Ett annat centralt exempel är TikToks påverkan på den samtida bokkulturen – och bokmarknaden. Sara Tanderup Linkis skriver om bokgemenskapen BookTok på TikTok och hur appen formar hur användare läser och diskuterar böcker. Linkis visar hur BookTok-gemenskapen omfamnar den digitala plattformens möjligheter och logiker och samtidigt innehåller motstånd eller en motkultur till det digitala, genom ett fokus på det långsamma och analoga som förknippas med böcker och "bookishness". Sara Kärrholm skriver också om bokkulturen på TikTok. Konkret undersöker hon fenomenet dark academia, en TikTok-trend eller estetik som enligt Kärrholm får status av en litterär genre genom bokgemenskapen på plattformen och alltså uppenbarligen kommer underifrån, från användarna själva, till skillnad från genrer definierade av litterära institutioner.

Föreställningen om TikTok som en plats för motkulturer och motstånd mot etablerade kulturer eller strukturer kan även ses hos Moa Krutrök, som i sitt kapitel undersöker hur unga forskare, och särskilt kvinnliga forskare,

använder TikTok som ett forum för att diskutera och vädra oro kring yrkesval och osäkerheten i den tidiga akademiska karriären. Här lyfts TikTok fram som ett forum där en mer ärlig och potentiellt mörkare sida av det akademiska livet visas fram och diskuteras, i motsats till andra sociala medier där självpresentation eller självpromovering blir centralt. En annan subkultur är i fokus i Gurbet Pekers bidrag som handlar om kulturen kring får- och fåruppfödning, som finns på TikTok. Peker beskriver hur fårägarna, igen ofta unga kvinnor, navigerar mellan ett "frontstage" och "backstage" beteende och mellan föreställningen om att vara "uppkopplad" och "frånkopplad". Å ena sidan representerar deras får-videor det ständigt uppkopplade livet, där vardagen med fåren dokumenteras och delas. Å andra sidan finns det också, i den digitala representationen av fårkultur och bygdeliv, en längtan efter det frånkopplade livet – på samma sätt som det finns längtan efter långsam läsning och tryckta böcker i BookTok-kulturen.

En potentiellt mer problematisk sida av TikTok lyfts fram i Fannie Frederikke Badens bidrag om personer som samlar in radioaktiva föremål och dokumenterar samlingarna på plattformen. Baden diskuterar de etiska problem som uppstår i detta sammanhang. För hur ska man hantera potentiellt olagliga och farliga metoder som dokumenteras och hajpas på plattformen? Vilket ansvar har plattformen och vilket ansvar har användarna?

Många bidrag analyserar kulturer som domineras av unga kvinnor: det finns ett tydligt genusperspektiv i både Krutröks och Pekers kapitel, där unga kvinnor använder plattformen för att gå emot normer och etablera sina identiteter, medan unga kvinnor också dominerar t.ex. BookTok-miljöer.

De två sista inläggen i antologin problematiserar på olika sätt bilden av TikTok som ett forum främst för unga kvinnor. Gabriella Nilsson undersöker hur medelålders kvinnor uttrycker sin sexualitet och ålder på Tiktok, i relation till deras engagemang i fankulturen kring modellen/TikTok-influencern William White. Samtidigt som TikTok för Nilsson ger en inblick i dessa kvinnors liv, bidrar kapitlet också till att problematisera bilden av TikTok som en plattform för unga. Charlotta Hagström riktar slutligen ett fokus på hur TikTok också innehåller diskurser och kulturer centrerat kring maskulinitet och män. Särskilt undersöker Hagström TikTok-material producerat av män som kör maskiner i norra Sverige och dokumenterar livet med dessa maskiner. Hagström visar hur TikTok blir

utgångspunkten för en mer komplicerad bild av dessa män eftersom materialet från plattformen inte bara representerar maskulina stereotyper utan också nyanserar dem genom bilder av män som är mer än sina maskiner.

Individuellt belyser antologins bidrag olika subkulturer, olika sätt att använda TikTok, i olika hörn av modern kultur, relaterade till olika identitetspraxis, genusdiskurser och olika kulturella former och praktiker. Tillsammans belyser de förhoppningsvis också komplexiteten i TikTok som kulturellt fenomen och i dagens digitala kultur.

Referenser

- @mari_luna__ (2024). My cats are better drivers than me, 27 juli 2024, www.tiktok.com/@mari_luna_/video/7396283967403724078.
- @x.pressuser (2024). Réponse à @steph_who__ you do 🍷🍷🍷 in tiktok world, 26 april 2024, www.tiktok.com/@x.pressuser/video/7362130019092581665.
- AoIR, Association of Internet Researchers (2012). *Ethical decision-making and internet research: recommendations from the AoIR ethics working committee* (Version 2.0).
- Bachtin, M. (2007). *Rabelais och skrattets historia: François Rabelais' verk och den folkliga kulturen under medeltiden och renässansen*. Gräbo: Anthropos.
- Barta, K. och Andalibi, N. (2021). Constructing authenticity on TikTok: social norms and social support on the "fun" platform. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 5, s. 1–29.
- Bhandari, A. och Bimo, S. (2022). Why's everyone on TikTok now? The algorithmized self and the future of self-making on social media. *Social Media + Society*, 8(1), s. 1–11.
- Boffone, T. (red.). (2022). *TikTok cultures in the United States*. New York: Routledge.
- Broderick, R. (2024). Tiktok is for millennials, it turns out. *Garbage day*, 26 februari 2024.
- Cocq, C. och Liliequist, E. (2024). Digital ethnography: a qualitative approach to digital cultures, spaces, and socialites. *First Monday*, 29(5), s. 1–13.
- Craig, D., Lin, J. och Cunningham, S. (2021). *Wanghong as social media entertainment in China*. New York, NY: Palgrave Macmillan.
- Gray, J. E. (2019). The geopolitics of "platforms": The TikTok challenge. *Internet Policy Review* 10(2), s. 1–26.
- Harraway, D. (1988). Situated knowledges: the science question in feminism. *Feminist Studies*, 14(3), s. 575–599.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: where old and new media collide*. New York: New York University Press.
- Kalinauskas, A. (2024). Trump is plain "weird": how Kamala Harris' meme-fied campaign is leveraging social media and Gen Z culture. *The Conversation*, 1 augusti 2024.

- Kaye, D. B. V., Zeng, J. och Wikström, P. (2022). *TikTok: creativity and culture in short video*. Cambridge: Polity.
- Lin, J. och de Kloet, J. (2023). TikTok and the platformisation from China: geopolitical anxieties, repetitive creativities and future imaginaries. *Media, Culture & Society*, 45(8), s. 1525–1533.
- Lindgren, S. och Eriksson Krutrök, M. (2024). *Researching digital media and society*. London: Sage.
- Maguire, E. (2018). *Girls, autobiography, media: gender and self-mediation in digital economies*. London: Palgrave Macmillan.
- Nilsson, G. (2024). Set in motion: paradoxical narratives of becoming swedish digital media influencers. *Gender, Work and Organization*, 31(2), s. 337–352.
- Nilsson, G. och Ode, A. (2024). Nästan jobb? Betydelser av kön, plats och tid i den liminala tillvaron som influencer. *Tidskrift för genusvetenskap*, 44(1–2), s. 103–123.
- Pink, S., Horst, H., and Postill, J. (2016). *Digital ethnography: principles and practice*. London: Sage.
- Schellewald, A. (2023). Understanding the popularity and affordances of TikTok through user experiences. *Media, Culture & Society*, 45(8), s. 1568–1582.
- SFS 1960:729. *Lag om upphovsrätt till litterära och konstnärliga verk*.
- SFS 2005:359. *Lag om ändring i lagen (1960:729) om upphovsrätt till litterära och konstnärliga verk*.
- Rennéus Guthries, A. och Oksanen P. (2023). Tiktok – ett hot mot svenska demokratin. *Aftonbladet*, 28 mars 2023.
- Roose, K. (2018). TikTok, a Chinese video app, brings the fun back to social media. *New York Times*, 3 december 2018.
- van Dijck, J., Poell, T. och de Waal, M. (2018). *The platform society: public values in a connective world*. Oxford: Oxford University Press.
- Vetenskapsrådet (2024). *God forskningssed 2024*. VR2405.
- Williams, L. M., Burnap, P. och Sloan, L. (2017). Towards an ethical framework for publishing Twitter data in social research: taking into account users' views, online context and algorithmic estimation. *Sociology*, 51(6), s. 1149–1168.
- Willim, R. (2019). Från insyn till insikt: digital kultur och transparensens estetik. I Höög, V., Kärholm, S. och Nilsson, G. (red.) *Kultur X: 10-talet i kulturvetenskaplig belysning*. Lund: Lunds studies in Arts and Cultural Sciences 24, s. 45–60.
- Yallop, O. (2021). *Break the internet*. London: Scribe publications.
- Åberg, A. (2024). Olika åsikter bland partierna om TikTok-förbud i Sverige. *Dagens Arena*, 25 mars 2024.