

Elise Schermacher Marstein

# Gen Z: Identitetsdannelse og online fellesskap på TikTok

Bacheloroppgave i Medievitenskap

Veileder: Aurora Hoel

Mai 2021



Elise Schermacher Marstein

# **Gen Z: Identitetsdannelse og online fellesskap på TikTok**

Bacheloroppgave i Medievitenskap  
Veileder: Aurora Hoel  
Mai 2021

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet  
Det humanistiske fakultet  
Institutt for kunst- og medievitenskap



Kunnskap for en bedre verden



## **Sammendrag**

Ungdomsårene anses å være de mest kritiske for menneskets identitetsdannelse, og man søker bekreftelse på sin identitet i sosiale grupper. Brukere på sosiale medier etablerer online fellesskap gjennom identitetsmarkering i tekst og bilde. Denne oppgaven tar for seg identitetsdannelsen og det online fellesskapet gen z som har blomstret opp blant unge brukere på TikTok de siste månedene. Gjennom analyser av fire TikTok-videoer undersøkes markeringen av gen z's identitetsuttrykk.

*Nøkkelord: Identitetsdannelse, online fellesskap, sosiale medier, TikTok, generasjoner.*

Adolescence is considered to be the most critical for human identity formation, and one seeks confirmation of one's identity in social groups. Social media users establish online communities through identity marking in text and image. This assignment addresses the identity formation and the online community gen z that has flourished among young users of TikTok in recent months. Through analyzes of four TikTok videos, the marking of gen z's identity expression is examined.

*Keywords: Identity formation, online community, social media, TikTok, generations.*

## **Innholdsfortegnelse**

<b>1.0 Innledning</b> .....	<b>3</b>
1.1 <i>Motivasjon</i> .....	3
1.2 <i>Algoritmesystemet TikTok og endring i brukerkulturen</i> .....	3
1.3 <i>Avgrensing og metode</i> .....	4
<b>2.0 Identitetsdannelse og sosiale medier</b> .....	<b>4</b>
2.1 <i>Identitet og ungdom</i> .....	4
2.2 <i>Hvordan markerer unge identitet og finner gruppetilhørighet?</i> .....	5
2.3 <i>Identitet i online fellesskap</i> .....	5
2.4 <i>Markering av identitet og gruppedannelse på TikTok</i> .....	6
<b>3.0 Analyser av fire TikTok-videoer</b> .....	<b>6</b>
3.1 <i>Video 1</i> .....	6
3.2 <i>Video 2</i> .....	7
3.3 <i>Video 3</i> .....	8
3.4 <i>Video 4</i> .....	10
<b>4.0 Fordypning og sammenligning</b> .....	<b>11</b>
4.1 <i>Fordypning</i> .....	11
4.2 <i>Sammenligning</i> .....	12
<b>5.0 Avslutning og konklusjon</b> .....	<b>12</b>
<b>6.0 Litteratur</b> .....	<b>14</b>

## 1.0 Innledning

### 1.1 Motivasjon

Første gang jeg hørte om TikTok, var i siste halvdel av 2019. Da hadde den kinesiske videodelingstjenesten allerede vært tilgjengelig på det internasjonale markedet i to år (Shutsko, 2020). Hvor og når dette sosiale mediet dukket opp forsto jeg lite av, og basert på informasjonen jeg hadde om at videodelingstjenesten var en plattform der brukere kunne dele danse- og leppesynkroniseringsvideoer, tenkte jeg at her skulle jeg aldri logge meg på. På det tidspunktet i Norge var mitt inntrykk at størst antall brukere var yngre enn meg, og jeg følte ingen behov for å delta i grupper med brukere jeg ikke hadde noe til felles med.

En ettermiddag i februar 2020 lastet jeg omsider ned den populære videodelingstjenesten. Etter å ha hørt fra bekjente som bruker det, og sett TikTok-videoer på Instagram, kjente jeg behovet for å sjekke det ut selv. Min umiddelbare reaksjon, da jeg hadde laget en profil, var hvor annerledes dette sosiale mediet var fra de andre jeg hadde brukt tidligere. Når man åpner appen dukker det opp en tilfeldig video, som fyller hele mobilskjermen. Den første videoen jeg så var en dansevideo av det som så ut å være to proffdansere. Videoen var morsom, og jeg ville vise den til noen. Ved et uhell oppdaterte jeg siden, og videoen forsvant. Min medieerfaring fra Instagram var at feeden kun blir oppdatert for nye publiseringer, og jeg brukte nærmere én time på å videreutvikle en ny medieerfaring.

Da verden for alvor var rammet av den globale pandemien i midten av mars, skjedde det også noe med innholdet på TikTok. Jeg så at flere og flere brukere var på min alder, og videoenes innhold var i stor grad tematisert rundt den pågående pandemien. Jeg opplevde TikTok som et sted der man snakket om pandemien med en humoristisk tone, som på mange måter følt som en frisoner i det daværende medielandskapet. En videotrend jeg husker godt fra denne perioden er: «College students moving home in with their parents for six months because of coronavirus.»<sup>1</sup>, en med video av ei jente på min alder som bærer på bagasje og går inn et hus. En annen type videotrend var med mennesker på samme alder som meg, men fokusert på de tidlige fordommene om hvem som var brukere på TikTok: «me: tiktok is for children. Me after 1 day of quarantine:»<sup>2</sup>. Gutten danser en typisk TikTok-dans. Jevnaldrende brukere fikk fotfeste på plattformen, og jeg begynte endelig å kjenne på et fellesskap der også jeg passet inn.

Videre gjennom 2020 endret innholdet seg i takt med hendelser som skjedde i samfunnet. Den største endringen i innhold var da George Floyd ble drept i USA. 2. juni 2020 var det store Black Lives Matter-demonstrasjoner over hele verden, og innholdet i min feed skiftet fra humoristiske corona-relaterte videoer, til videoer av mennesker i Black Lives Matter-demonstrasjoner og videoer der afroamerikanere fortalte om sine opplevelser med rasisme i hverdagen. Den gøyale frisonen ble sommeren 2020 omgjort til en plattform med fokus på å lære hverandre opp. «Educate yourself!» var trenden i min feed på TikTok i denne perioden. En trend på TikTok er en type innhold som flere brukere lager videoer av over en periode.

### 1.2 Algoritmesystemet TikTok og endring i brukerkulturen

TikTok er et algoritmesystem (Simpson og Semaan, 2020, s. 2), som gjør at brukere i stor grad har mulighet til å påvirke innholdet i egen feed. Min «For You»-feed ser annerledes ut enn en annen bruker sin side. For You-feed er en utforskside med tilfeldige videoer, som styres av algoritmer. Innholdet i min feed består i størst grad av brukere fra England, Australia og USA. Dette har jeg oppfatningen av at styres etter hva jeg som bruker liker eller deler og hvor lenge jeg ser på en video. Det er også mulig å trykke at man ikke er interessert i videoer, som gjør det enkelt å sluse ut videoer man ikke vil ha i sin feed. Man kan følge brukere på TikTok, og det er en egen feed med videoer fra kun dem du følger. Når man åpner appen kommer man direkte til For You-feeden, som nok gjør at brukere av TikTok først og fremst ser på videoer av tilfeldige mennesker heller enn dem man aktivt følger.

Man kunne skrevet en oppgave om hvordan brukerkulturen på TikTok endret seg under pandemien. Det skal ikke jeg, men jeg synes det er viktig å vise hvordan trendene på TikTok har endret seg fra dansetrender til

---

<sup>1</sup> <https://vm.tiktok.com/ZMebEPNy9/>

<sup>2</sup> <https://vm.tiktok.com/ZMebEmY68/>

opplysende videoer, og deretter i stor grad består av samtaler om forskjellige temaer som interesserer brukere. Kanskje spesielt etter Black Lives Matter-bevegelsen på TikTok har det blitt mer, og mer vanlig for brukere å dele personlige historier. Det er kanskje akkurat det som gjør TikTok til et helt særegent sosialt medium i 2021, at terskelen for å dele personlige historier til fremmede brukere er lav. I kombinasjonen med deling av personlige historier, og algoritmesystemer, dukker et fokus rundt identitet opp. Brukere informerer om hvilket kjønn de identifiserer seg som, ved å skrive pronomen i profilbeskrivelsen sin. Det har også blitt lagt fokus på astrologi, og hvilket stjernetegn man er født i.

Tidlig på vinteren 2020 begynte jeg å få opp videoer om «Gen Z» og «Millennials», og samtaler mellom disse identitetsgruppene: Hvordan de var forskjellige fra hverandre, hva som var en typisk gen z, og hva som var en typisk millennial. Selv identifiserte jeg meg ikke med noen av gruppene, enda jeg selv er født innenfor generasjon z. Det enorme fokuset og behovet for å identifisere seg med en gruppe fascinerer meg, og tema for denne oppgaven ble identitet og sosiale medier. Da det er enorme mengder med innhold fra samtaler om mange forskjellige identiteter, har oppgavens problemstilling blitt snevret inn på gen z, og problemstillingen er: «Hvordan markeres tilhørighet til generasjon z på TikTok, og hvordan bidrar disse markeringene til å etablere online fellesskap?

### **1.3 Avgrensing og metode**

For å undersøke generasjon z's identitetsmarkering på TikTok har jeg gjort et utvalg på fire TikTok-videoer som viser gen z-mannerismer. #genz har i mai 2021 5,4 milliarder visninger, etterfulgt av 97 emneknagger som handler om gen z – eksempel, #genzhumor; #genzsucks; #genzforjesus; #millennialsvgenz, hvor alle har flere millioner visninger hver. At en emneknagg er opphøyd i antall visninger gir et bilde på hvor mange brukere som har sett videoer med tilhørende innhold. Bakgrunnen for utvalget av videoene i analysen er at de lager en forståelse av hva en gen z-mannerisme er, som skaper en bedre forståelse av samtalene som foregår i identitetsuttrykket på TikTok. Den éne videoen i denne analysen er ikke tagget med #genz i sin videobeskrivelse, men jeg har tatt den med fordi innholdet passer sammen med samlingen av videoer. Utvalget er altså basert på min egen kulturelle kunnskap til videoene som aktiv bruker av TikTok. Man skal også være oppmerksom på at TikTok er et levende medium, og at videoer som ligger tilgjengelig i dag kan være slettet i morgen.

Ordet jeg har brukt over, «mannerisme», kommer fra engelsk: «Mannerisms» som brukes om typiske håndbevegelser en person har som særpreg for seg selv (Dictionary, 2021). Mannerisme brukes på norsk i helsevesenet om: «Stereotype og og repetitive motoriske mannerismer som innebærer vifting eller vridning med enten hender eller fingre; eller sammensatte bevegelser med hele kroppen.» (Oslo Universitetssykehus, 2021, s. 6). Med «gen z mannerism» skal vi se at en mannerisme menes som typiske sammensettinger av håndbevegelser og talemåter en gen z på TikTok lager, og det passer derfor å bruke mannerisme på norsk i besvarelsen.

I analysen skal jeg først identifisere videoenes innhold. Hva ser vi, hva skjer? Hvem er med i front på videobildet? Er det tekst på bildet? Er videoen satt sammen i en montasje av flere klipp, eller er det ett opptak? Deretter skal jeg identifisere lyden: Hva blir sagt? Hvordan foregår den eventuelle samtalen? Er det eventuelle lydeffekter? Avslutningsvis i analysen skal jeg tolke hvordan videoen knyttes til gen z.

## **2.0 Identitetsdannelse og sosiale medier**

### **2.1 Identitet og ungdom**

Ungdomsårene er perioden av livet der mennesket utvikler seg fra å være et barn, til å bli en voksen. Både psykologer og sosiologer er enige i at disse årene er de mest kritiske for identitetsdannelsen til mennesket (Buckingham, 2008, s. 2-3). I ungdomsårene utvikler man selvbevissthet og sosial kompetanse, og begynner å reflektere over sine egenskaper som menneske, og sin plass i samfunnet (Buckingham, 2008, s. 3). En identitetsdannelse i ungdomsårene må bekreftes av andre, og det foregår i jakten på sin plass i sosiale grupper.

Identitet kan forstås som både de unike trekkene ved deg som enkeltindivid, og forholdet mellom deg og en gruppe (Buckingham, 2008, s. 1). Du kan si at du identifiserer deg med en gruppe mennesker, basert på for eksempel livssituasjon, nasjonalitet, kulturelle interesser eller kjønn. Som student føler man gjerne at man identifiserer seg med gruppen student som omtales i media.



Begrepet generasjon kommer fra sosiologien, og er definert etter kohorter av mennesker født innenfor en gitt tidsperiode. Mennesker født i samme generasjon har lik forutsetning for forståelse av verden, fordi de har opplevd de samme store hendelsene i verden (Pilcher, 1994, s. 483). Ser man det på et mikronivå har menneskene i generasjonene opplevd store forskjeller som gir nyanserte forutsetninger for forståelse, på grunn av sosiale forskjeller i samfunnet. Men når man ser på en generasjon som helhet fokuserer man på makronivået av erfaringer i samfunnet. Generasjonsgrupper vi kjenner i dag er den stille generasjonen (ca. 1928-1945), babyboomer-generasjonen (1946-1964), generasjon x (1965-1980), millenniumsgenerasjonen (1981-1996), generasjon z (1997-2012) og generasjon Alpha (2012-) (Dimock, 2019).

Den stille generasjonen opplevde Vietnamkrigen og har medieerfaring fra TV, radio og avis. Babyboomer-generasjonen opplevde månelandingen, og har medieerfaring fra TV, radio og avis, i tillegg til at de i voksen alder har lært seg bruk av digitale og sosiale medier. Generasjon x opplevde slutten av den kalde krigen, og har medieerfaring fra TV, og har i voksen og ung voksen alder lært seg digitale og sosiale medier.

Millenniumsgenerasjonen opplevde terrorangrepene 11. september 2001 og 22. juli 2011, og vokste opp med de tidlige digitale mediene og lærte å bruke sosiale medier i ung alder. Generasjon z opplevde #metoo-bevegelsen, og andre internettbevegelser, og vokste opp med sosiale medier (Leirfall, 2020). Når jeg skriver at en generasjon opplevde en historisk hendelse mener jeg at menneskene i generasjonen har minner om at hendelsen skjedde. Felles for nesten alle generasjonene er at de på en eller annen måte har lært seg å bruke dagens digitale og sosiale medier, men ulikheten er at de eldste generasjonene har lært seg sosiale medier i voksen alder, og at de yngre generasjonene har vokst opp med bruk av digitale og sosiale medier. Generasjon z som skal undersøkes nærmere i denne besvarelsen ble født i siste del av 1990-tallet, og hadde enten en barndom med tidlige digitale medier eller tidlige sosiale medier. Dette kan være en forutsetning for at gen z har oppstått som identitetsuttrykk på TikTok, da generasjon z har hatt identitetsdannelse i ungdomsårene på mediene.

## **2.2 Hvordan markerer unge identitet og finner gruppetilhørighet?**

Gjennom studier av ungdomskultur har studier av subkultur vokst fram. Subkulturer som ble forsket på tidlig 1970-tallet var blant annet pønk- og hippiekulturen, som var sosiale grupper dannet som kulturelle oppgjør mot foreldregenerasjonen. (Buckingham, 2008, s. 4). For å sette det i et generasjonsperspektiv var det babyboomers som markerte sin identitet gjennom subkulturene. Hippieene og pønkerne markerte sin identitet med klesstil, politiske holdninger og musikk. I identitetsdannelsen finner man grupper med andre mennesker som ligner på deg selv. Da får man et fellesskap, og i fellesskapet oppstår et stammespråk som kun medlemmer av gruppen forstår (Tjora, 2018, s. 80). Eksempel kan man se på subkulturer etter 1950-tallet.

Nyere studier viser at dagens ungdomskultur må ses på som en mer flytende livsstil. I online fellesskap kan mennesker fra hele verden ta del i en ungdomskultur, som gjør livsstilene mer mangfoldige (Buckingham, 2008, s. 5). På sosiale medier skal vi se at man i større grad kan markere sin indre identitet gjennom ytringer i tekst og bilde. Et online fellesskap kan ses som et forestilt fellesskap. I et forestilt fellesskap er ikke medlemmene av fellesskapet klar over alle medlemmenes eksistens, men man som medlem ser for seg alle medlemmene forestilt (Anderson, 1983, s. 49). Et fellesskap som dette kan være online fellesskap, der man vet at medlemmene av fellesskapet også bruker det sosiale mediet som en selv bruker.

Man kan også se identitetsdannelser som sosiale prosesser. I søket etter identitetsbekreftelse hevder man sine særtrekk ovenfor gruppen, og den sosiale gruppen definerer om du hører med innenfor, eller er utenfor (Buckingham, 2008, s. 6). Identitet er performativt. At noe er performativt kommer fra engelsk «to perform», og betyr at man framfører noe (Naob, 2021). Fysisk framfører har man en identitet gjennom ytre kjennetegn. Online framfører man identitet gjennom selektiv deling av bilder og tekst (Meikle, 2016, s. 93.)

## **2.3 Identitet i online fellesskap**

Takk være utviklingen av APARTNET, er det i dag mulig for mennesker å danne online fellesskap. Allerede i 1968 ble det forutsett at utviklingen av online kommunikasjon ville bidra til å danne nye former for fellesskap. Det var Licklider og Taylor som formulerte de potensielle nye formene for fellesskap: «(...) communities not of common location, but of common interest» (Licklider og Taylor sitert i Meikle, 2016, s. 8). Denne forutsetningen kunne i dag vært lest uten noe mer kontekst enn at det handlet om sosiale medier, og personen

som hadde lest det hadde sagt seg enig. Det var med andre ord en presis antagelse. Som tidligere nevnt kan man se online fellesskap som et forestilt fellesskap. Fellesskapsfølelsen baserer seg på en felles identitetsfølelse. Før internettet kjente man på særlig på fellesskapsfølelse gjennom sosiale grupper i samfunnet. Etter internett har sosiale medier flyttet fellesskapene online.

I de eldste sosiale mediene som Facebook og MySpace var fokuset at brukere skulle lage online fellesskap mellom venner som kjente hverandre (boyd, 2008, s. 127). På de nevnte sosiale mediene kunne brukere invitere og legge til venner. Man opprettet profiler hvor venner kunne gå inn og lese om personen bak profilen. På denne måten kunne man etablere sin identitet, og søke bekreftelse hos andre brukere.

TikTok som sosialt medium kan på mange måter ses som et remediert sosialt medium fra de eldste sosiale mediene, som for eksempel MySpace og Facebook. Fokuset på TikTok er ikke lenger å samle venner «fra virkeligheten» og danne online fellesskap, men med hjelp av algoritmer, bli kjent med fremmede, likesinnes identitet i fellesskap online gjennom deling av videoer. I en video har man mulighet til å framføre en større del av en identitet, enn man har gjennom kun deling av bilder og tekst.

#### **2.4 Markering av identitet og gruppedannelse på TikTok**

Som definert over er mennesker født i tidsperioden 1997 til cirka 2012 regnet som generasjon z. I identitetsdannelsen av gen z på TikTok har det oppstått en mikrogenerasjon «zillennials». I gruppedannelser jobber mennesker med utvikling og vedlikehold av fellesskapet. Dette kan man se på som en inn-ut-prosess. Man kan derfor se identitetsdannelser som sosiale prosesser. I søket etter identitetsbekreftelse hevder man sine særtrekk ovenfor gruppen, og den sosiale gruppen definerer om du hører med innenfor, eller er utenfor (Buckingham, 2008, s. 6). Når noen blir stengt ute av gruppen, vil de utestengte finne sammen og danne sitt eget fellesskap. Inn-ut-prosessen foregår som en identifiseringsprosess begge veier. Enten hører du med i gruppen, og jobber med vedlikehold av fellesskapet. Eller så hører du utenfor gruppen, og da vil følelsen av å være utenfor også styrke din identitet. Det ser man på TikTok. I videoer hvor brukere snakker om at de er zillennials, gjør de et poeng ut av at de ikke forstår gen z-stammespråket, fordi de er zillennials. På Urban Dictionary har mennesker helt tilbake til 2019 skrevet definisjoner på den oppståtte mikrogenerasjonen zillennial. «You might be a zillennial if you can remember having VHS tapes as a child.» (dkayn, 2019). Her ser man også at mennesker legger vekt på medieerfaringer i identitetsdannelsen av zillennials. I generasjon z er det mennesker som både har vokst opp med digitale og sosiale medier, og mennesker som hadde stasjonære PC-er med PC-spill og som husker at Instagram kom.

Vi skal nå se nærmere hvordan gen z markerer sin identitet, som får andre brukere fra samme generasjon til å lage nye mikrogenerasjoner.

#### **3.0 Analyser av fire TikTok-videoer**

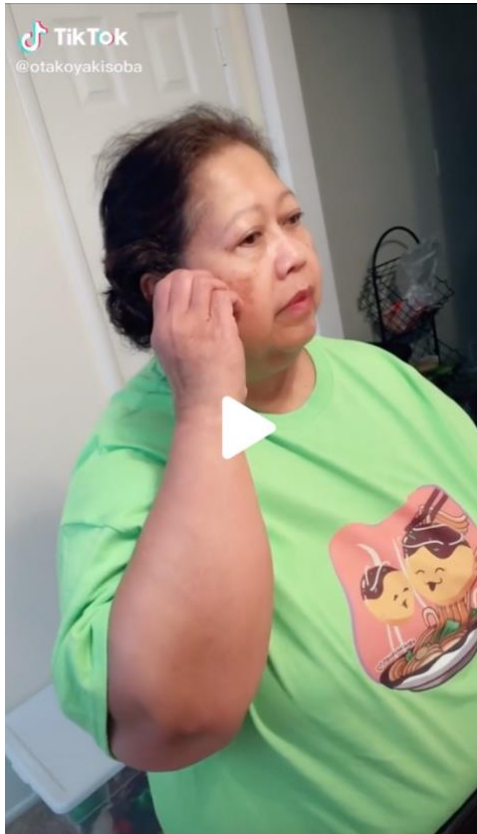
Gjennom analyser av fire TikTok-videoer skal vi forsøke å få et bedre bilde av gen z's identitetsuttrykk, som gjennom diskusjon skal hjelpe å besvare problemstillingen. Som nevnt tidligere har #genz over 5 milliarder visninger. Derfor viser et utvalg av fire videoer kun en minimal del av det store bildet.

##### **3.1 Video 1**

«I'm a millennial and I feel way older than my Mom!»<sup>3</sup> er den første videoen i analysen er postet på profilen @otakoyakisoba den 2.april 2021. I videobeskrivelsen står det: «I'm a millennial and I feel way older than my Mom! 🙄 #boomer #genz #millennial». Videoen som er 30 sekunder lang har 2,5 millioner likerklikk, 12 tusen kommentarer, og har blitt delt 25,9 tusen ganger.

En eldre kvinne blir filmet, hun står oppreist bak en stol. I begynnelsen av videoen er det lagt til en tekst på videobildet: «Telling my mom (a boomer) to pretend she's holding a phone.» Kvinnen ser først framfor seg, og deretter skrått over kamera. Teksten forsvinner, og kvinnen løfter armen sin opp mot øret, og former hånden med fingrene krummet mot håndflaten (se figur 1). Hun står i denne posisjonen et par sekunder før en hånd kommer

<sup>3</sup> <https://vm.tiktok.com/ZMea4L5ns/>



Figur 1 Skjermdump: "Den analoge telefonen"

fram fra bak kamera og tar på kvinnens arm. Kvinnen flytter armen sin ned igjen, og ser skrått over kamera. Etter nye sekunder åpner hun munnen og snakker. Samtidig med at kvinnen snakker legges det på en tekst på videoen: «I'm gen z b\*\*ch!». Når man setter på lyd på videoen hører man at personen bak kamera snakker til kvinnen foran kamera. Stemmen starter med å si: «Ok mom, pretend like you're putting a phone to your ear». Kvinnen løfter armen opp mot øret som beskrevet, og lager en lyd i det hånden treffer øret. Stemmen bak kamera begynner å le og rope og sier: «What are you doing! You're a boomer!» Kvinnen ser på personen bak kamera, og sier «I'm gen z bitch!». Personen bak kamera bryter ut i latter.

I videoen er det et stort fokus på generasjon. Videoen er tagget med #millennial, #boomer og #genz. Millenniumsgenerasjon, boomer-generasjon og generasjon z er representert i videoen. Kvinnen som blir filmet blir omtalt som en boomer, og personen som filmer omtaler seg selv som en millennial. Det er to elementer i videoen som knytter den til gen z. Det ene er måten kvinnens mannerisme: Hun blir bedt om å late som hun holder en telefon til øret, og former hånden på en måte som ser ut som at hun holder en smarttelefon. Basert på de medieteknologiske og kulturelle forutsetningene mennesker har, er man kjent med at det har vært vanlig å holde lillefinger og tommel opp, og de tre resterende fingrene ned langs

håndflaten sånn at det ligner på en typisk analog telefon. Det andre elementet som knytter denne videoen opp mot gen z er setningen «I'm gen z bitch!». Kvinnen identifiserer seg med gen z, og vil være med i identitetsuttrykket som hun uttrykker ved å holde en innbilt smarttelefon.

### 3.2 Video 2

«My strange addiction: Gen Z mannerisms»<sup>4</sup> er postet på @benjixavier 01. januar 2021. I videobeskrivelsen står det: «Reply to @.shaii\_ Part2! I added so more things you guys said I forgot. #genz» Videoen som varer i 20 sekunder, har 656,3 tusen likerklipp, 11,2 tusen kommentarer og er delt 85,9 tusen ganger.

Videoen er satt sammen i en montasje av 11 klipp, og det er den samme gutten som filmes i alle klippene. Det klippes mellom fire ulike lokasjoner i videoen. Én lokasjon der gutten sitter foran kamera, med et juletre i bakgrunn; på den andre lokasjonen er gutten ute og holder en iskaffe; på den tredje lokasjonen står gutten foran en hvit vegg; på den fjerde lokasjonen står gutten i et nytt rom og har redigert seg inn i videoen med seg selv på den måten at det ser ut som han har en samtale med seg selv. For hvert klipp gjør gutten ulike mannerismer, og gjennom hele videoen gjør gutten til sammen syv ulike mannerismer.

Det er bakgrunnsmusikk gjennom hele videoen. I det første klippet der gutten sitter foran juletre sier han: «My name is Benji, I'm from New Jersey, and I'm addicted to gen z mannerisms». Når gutten sier «I'm from New Jersey» klippes det til et klipp der han står ute med en stor kopp med sugerør. I den neste sekvensen kryssklippes det mellom flere mannerismer, og for hvert klipp er det lagt på et smell som markerer overgangen til et nytt klipp. Det er lagt på en voice-over som spilles gjennom sekvensen. Der sier gutten: «They have become uncontrollable at this point. It has taken over my life. I can't even have a simple conversation. » Når voice-overen sier den siste setningen, klippes det til et klipp hvor gutten står vendt mot seg selv. Her kan man skille de

<sup>4</sup><https://vm.tiktok.com/ZMebEP7Bb/>

to rollene han går inn i hvor den ene holder en kaffekopp, og den andre ikke har noe i henda. Han som ikke har noe i henda spør «How are you», og han med kaffekopp svarer «I'm good». Han avslutter setningen med å si «Period.» og trekker tungen ut, lager en lyd og klapper hånda over munnen. Videre drar han hånda bak øret og lager et lurt smil samtidig som han flytter blikket skrått ned på bakken. Den andre personen i videoen går. Det siste klippet er satt tilbake til den første lokasjonen foran juletre.



Figur 2 Skjermdump: Den første håndbevegelsen i montasjen av flere håndbevegelser.

I *den første* håndbevegelsen (figur 2) løfter han høyre hånden opp mot siden av ansiktet. Han samler fingrene på en måte sånn at de ligner en pistol (lillefinger og ringefinger samlet mot håndflaten, langefinger og pekefinger pekende fram og tommelen pekende oppover). I én bevegelse flytter han blikket skrått ned mot gulvet, lager et skeivt smil og vifter «pistolen» tre ganger opp og ned ved siden av øret. I *den andre* håndbevegelsen løfter han høyre hånd opp foran skulderen og lager et «peace-tegn» (tommelfinger, ringefinger og lillefinger samles på midten, og pekefinger og langefinger peker oppover). I samme bevegelse flytter han blikket opp mot taket, samtidig som han har et skeivt smil. I *den tredje* bevegelsen flytter han høyre hånd samlet over munnen sin samtidig som han bøyer hodet framover. Bevegelsen kan ligne på at han holder seg for munnen for å holde en lattersalve inne. I *den fjerde* bevegelsen tar han høyre hånd opp og drar håret bak øret, i en rolig bevegelse. I samme bevegelse flytter han blikket mot bakken og lager et skeivt smil. I *den femte* bevegelsen løfter han håndflaten opp mot pannen, samtidig som han vender blikket ned skrått mot bakken og smiler skeivt. Håndflaten er lagt skrått over øynene, og bevegelsen kan se ut som at han prøver å gjemme seg. I *den sjette* bevegelsen står han rett opp og ned, men trekker tungen frem og lager en lyd samtidig som han rister på hodet. Bevegelsen ser ut som at han i hoderistingen kaster tungen sin fram, lyden passer med at han trekker tungen fram. *Den syvende* bevegelsen, vist i det nest siste klippet, er en sammensetting av de andre bevegelsene. I det siste klippet er gutten tilbake i det som kan minne om en intervjusituasjon, hvor han fortvilet lener seg framover, setter seg tilbake og gjør den andre bevegelsen beskrevet, etterfulgt av bevegelsen der han drar håret bak øret.

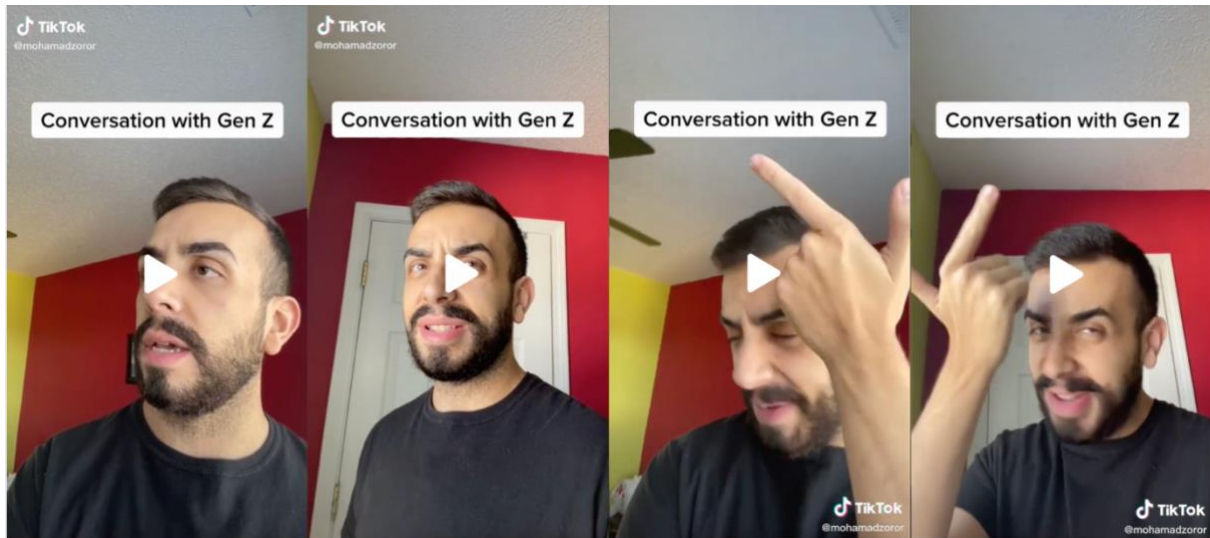
### 3.3 Video 3

«Conversation with Gen Z»<sup>5</sup> er publisert 10. januar 2021 av @mohamadzoror. Videoen har 1,4 millioner likes, 27,8 tusen kommentarer og er delt 153,6 tusen ganger. I videobeskrivelsen står det: «this is how we've all become #fyp».

Nesten øverst i bildet er det en hvit tekstboks hvor det står «Conversation with Gen Z». Videoen filmes av én person, men klippes fram og tilbake i en montasje på en måte som får det til å se ut som at en person har en samtale med en annen person. Personen står inne i et hus. Bak personen i høyre vinkel er det en rød vegg, bak personen i venstre vinkel er det en også en rød vegg, men med en hvit dør. Jeg kaller person med kun rød vegg for person 1, og person med rød vegg og hvit dør for person 2. Videoen starter med at person 1 snakker til person

<sup>5</sup> <https://vm.tiktok.com/ZMeQEBRTm/>

2. Det klippes annen hver gang mellom disse, så det ser ut som at person 1 med holder en samtale med person 2 . Det ser ut som at person 2 ikke forstår hva person 1 sier, sånn at person 1 legger på håndbevegelser. Da smiler person 1, og svarer med håndbevegelser. Det klippes fram og tilbake 18 ganger.



Figur 3 Skjermdump: Samtalen stopper opp når gen z ikke forstår hva som blir sagt.

Når man slår på lyd kan man se at videoen er en samtale mellom to personer der den ene personen ikke forstår hva den andre personen sier, og den andre personen må omformulere seg og bruke håndbevegelser for at den uforstående personen skal forstå hva som blir sagt. Det er ingen lydeffekter i videoen, annet enn lyden som tas opp samtidig med videoen når personen snakker. Samtalen foregår på denne måten:

Person 1: «Hey what are you doing today»

Person 2: «What?»

Person 1: «Oh i'm sorry, i meant: What are you doing today?» Han lager en håndbevegelse med hånda formet som en liggende pistol som beveger seg mens han snakker.

Personen 2: «Oh!» samtidig som han tar håndflaten mot pannen og ler litt. Han trekker lillefinger, ringefinger og langefingeren mot håndflaten og tommelen og pekefingeren formet som en L og beveger den over hodet mens han sier: «I'm going to Target»

Personen 1: «Didnt you say you had no money?»

Personen 2: «Huh?»

Personen 1: «Oh.. Not you going to Target when you have no money?» Med den samme håndbevegelsen når han snakker.

Personen 2: «Oh! » og ler beskjedent samtidig som han drar fingrene bak øret som om han trekker håret bak øret. «You're right! I wont go to Target i guess» samtidig som han beveger hånda i L-form når han snakker.

Person 1: «And what are you wearing?»

Person 2: «What?»



Person 1: «Oh sorry I meant» «It's the outfit for me» Mens han gjør hånda til en L-form når han snakker.

Person 2: Trekker håndflaten over øynene, i samme bevegelse som han ser beskjedent skrått ned på gulvet. Deretter sier han «Oh my God! No, you didn't... »

Person med 1: «Anyway, I'll see you later bye»

Personen 2: \*ser på person med rød vegg\*

Person 1: \*ser på person med hvit vegg\*

Person 2: \*ser på person med rød vegg\*

Person 1: «Period.» samtidig som han trekker håndflaten foran ansiktet sitt som en strek, og lager et v-tegn med fingrene samtidig som han trekker tunga ut.

Person 2: Trekker håndflaten foran ansiktet som en strek og sier «Period.» før han også lager et v-tegn med fingrene samtidig som han trekker tunga ut.

Fordi man ikke kan legge til video i dokumentarbeid legger jeg ved samtalen i form av et manuskript. Her ser du at person med rød vegg må omformulere hver eneste setning han sier for at gen z skal forstå hva som blir sagt. Han legger til både mannerismer, og formulerer tingene han sier på en annerledes måte. «See you later» blir erstattet med «Period.», og «What are you wearing» omformuleres til «It's the outfit for me.» Vi ser at formuleringer som umiddelbart ikke gir mening, har blitt tatt med inn i gen z sitt stammespråk. Videoen knyttes til gen z fordi den både problematiserer og humoriserer gen z-mannerismer og talemåter. Den kan ses som en parodi av det overdrevne stammespråket.

### 3.4 Video 4

«She just doesn't get it.»<sup>6</sup> er publisert 26. mars 2021 av @mellow.nina. Videoen har 384,1 tusen likerklipp, 1322 kommentarer og 2514 delinger. I videobeskrivelsen står det: «She just doesn't get it.» @purpleasian #fyp #genz #millennial #sibling». Det er to jenter som filmes i videoen. Begge sitter foran kamera og videoen er tatt i one take. Over hodene deres står det «Millennial» og «Gen Z». Millennial sitter til venstre i bildet, og gen z beveger seg i høyre side av bildet. Gen z starter videoen og gir tegn til den som ser på om å gjøre seg klar. Deretter går hun fra kamera og stiller seg opp stående på gulvet. Millennial sitter og følger med på hva som skjer. Når gen z har reist seg opp står hun vendt mot kamera, legger høyre arm strak nedover foran kroppen, legger venstre hånd over som om hun måler pulsen. Samtidig biter hun over underleppa si og myser på øynene. Millennial sitter stille og ser på gen z, ser i kamera, og ser tilbake igjen (se figur 4). Når Millennial ser tilbake på gen z kommer det en tekst «What are you doing?». Gen z går ut av posisjonen, tar ett skritt fram og lener seg mot millennial med en arm ut og sier noe. Millennial ler. Det er lagt på en lyd til videoen, som sier: «Observe! I am a rorphanian sophgar \*fnis\* .... On my planet this is hilarious». Man ser nå at gen z mimer til lyden som er lagt på når hun først gir tegn til at de som ser skal følge med, og når hun går ut av posisjon og snakker til millennial. Da sier gen z til millennial «On my planet, this is hilarious».



Figur 4 Skjermdump: Gen z viser millennial "freeze".

<sup>6</sup> <https://vm.tiktok.com/ZMeQoUAD2/>

Videoen knyttes til gen z ved å vise hvordan gen z-mannerismer som stammespråk ikke forstås av personen utenfor, som i denne videoen er en millennial.

#### 4.0 Fordypning og sammenligning

##### 4.1 Fordypning

Nå er jeg interessert i å gå dypere inn i videoenes innhold. Jeg skal i første omgang gå gjennom hver video på nytt, og se på hvordan videoene bidrar til å sette preg på og bygge gen z som identitet. I tillegg til det er vil jeg se på hvem menneskene bak videoene er: Hvem har laget videoene? Videre skal jeg sammenligne videoene, er det like elementer i de ulike videoene, eller bidrar de med forskjellige elementer til identitetsuttrykket. Avslutningsvis skal jeg svare på problemstillingen: Hvordan markeres gen z som identitet og online fellesskap på TikTok?

I videoen «*I'm a millennial and I feel way older than my Mom!*» blir en kvinne filmet av en gutt, og de to har en samtale om gen z. Som vi har sett tidligere er menneskene født cirka mellom 1946 og 1964 markert som boomer-generasjonen. En person født i millenniumsgenerasjonen er født mellom 1981 og 1996. Ved to anledninger i videoen får vi informasjon om at personene i videoen tilhører boomer- og millenniumsgenerasjonen. «What are you doing! You're a boomer!» Gutten som filmer videoen, minner kvinnen i videoen på at hun er en boomer. I videobeskrivelsen står det: «I'm a millennial (...)), som informerer oss om at gutten som filmer er en millennium. Kvinnen sier «I'm gen z, bitch!» i videoen, som viser at kvinnen vil være en del av identitetsuttrykket, og forsøker å komme inn i fellesskapet ved å lære seg stammespråket. Som vi har sett består stammespråket av særegne håndbevegelser og måter å snakke på. Den yngste delen av menneskene som er født i generasjon z-perioden, har i størst grad vokst opp med smarttelefoner. Når man gir tegn til at noen skal ringe deg med en håndbevegelse, samler man de tre midterste fingrene mot håndflaten og lar lillefinger og tommel være oppe, som kan minne om en analog telefon med et rør man hører og snakker inn til (se figur 5). La oss navngi denne håndbevegelsen som «den analoge telefonen». På TikTok finnes det videoer av de yngste gen z's som gjør telefonhåndbevegelsen på en annen måte. Fordi en smarttelefon er avlang og flat som en håndflate, markerer man en telefon til øret med å legge hele håndflaten inntil øret. Denne håndbevegelsen navngir vi «smarttelefonen».



Figur 5 Håndbevegelsen "call me" er den mest etablert telefon-håndbevegelsen.

Kvinnen i videoen, som mest sannsynlig har vokst opp med den analoge telefonen, forsøker å ta del i gen z-stammespråk ved å bevisst lage «smarttelefonen» da gutten spør om hun kan late som hun løfter en imaginær telefon mot øret. Da han begynner å le av håndbevegelsen, markerer gutten at kvinnen ikke er en del av gen z-gruppen. Kvinnen må da poengtere hva hun identifiserer seg som: En gen z.

Videoen bidrar til å bygge gen z's mannerismestyrt stammespråk ved å lage et poeng ut av at kvinnen, som er en boomer, lager en håndbevegelse som hører til identiteten gen z.

«*My strange addiction: Gen Z mannerisms*» spiller på reality-konseptet «My strange addiction». Reality-konseptet handler om at mennesker forteller sine historier om særegne besettelser som styrer livene deres (Imdb, 2021). Brukeren bak TikTok-videoen markerer gen z-mannerismer som en besettelse han har, og videoen er

laget på en måte som ligner på introen til en episode av reality-serien. I videoen viser brukeren hvordan mannerismene dukker opp uønsket i samtaler, og får det til å minne om tics, som er plutselige og uønskede bevegelser og lyder.

Det er en yngre gutt som snakker i videoen, som man uten større kunnskap om alder kan anta er en person som hører til generasjon z. Brukere som identifiserer seg med gen z vil synes videoen hans er morsom, og kanskje noe man kan relatere til, og derfor fortsette utviklingen av mannerismer som gen z sitt stammespråk.

«*Conversation with Gen Z*» setter det på spissen at gen z kun forstår sitt eget stammespråk, at man må tilpasse språket sitt for å holde en samtale med gen z. Mannerismene er satt i fokus i videoen, og gjør et poeng av at gen z sine mannerismer går utover den vanlige. Dette poengteres også i videobeskrivelsen «this is how we've all become #fyp».

Videoen «*She just doesn't get it.*» markerer særlig stammespråket mannerismene har blitt. Her ser vi en gen z som viser stammespråket sitt foran en millennial, som synlig ikke forstår hva som skjer. Håndbevegelsen gen z gjør i denne videoen har vært til stor diskusjon blant meg og mine venner, da ingen forstår hva det betyr. Etter mange samtaler har jeg funnet ut at man med bevegelsen gir uttrykk for at man holder seg rolig. Fingrene som plasseres på armen skal etterligne en imaginær «fryse-pistol», som kjøler ned og demper eventuell høy puls. Når millennial spør hva gen z gjør svarer gen z med en lydfil som er lagt på: «On my planet, this is hilarious». Her blir stammespråket markert.

#### 4.2 Sammenligning

Etter å ha gått dypere gjennom videoene kan vi se at «*My strange addiction: Gen Z mannerisms*» og «*Conversation with Gen Z*» trekker fram like poeng. Begge videoene setter mannerisme i gen z's dagligtale på spissen, og både overdriver og humoriserer poenget. Gutten i «*My strange addiction: Gen Z mannerisms*» ser ut som at han er en gen z, og mannen bak «*Conversation with Gen Z*» ser eldre ut, men har allikevel forstått stammespråket. Begge videoene tar frem særlig de mannerismene som jeg i analysen av «*My strange addiction: Gen Z mannerisms*» har kalt for *den fjerde bevegelsen* hvor de tar høyre hånd opp og drar håret bak øret, i en rolig bevegelse. Og i samme bevegelse flytter blikket mot bakken og lager et skeivt smil. Og *den femte bevegelsen* hvor de løfter håndflaten opp mot pannen, samtidig som vender blikket ned skrått mot bakken og smiler skeivt. Det er når ting blir satt på spissen at andre brukere enten kjenner seg igjen, eller ikke kjenner seg igjen i uttrykket. Videoene bidrar til å bekrefte eller avkrefte identifikasjon. Man kan se på dem som et veiskille, der brukere enten velger å bli med og bruke mannerismene, eller går videre og stiller seg spørrende til uttrykket. Mannerismene er hentet fra unge brukeres måter å prate på.

I videoene «*I'm a millennial and I feel way older than my Mom!*» og «*She just doesn't get it.*» er det kun to mannerismer som holdes i fokus: «Smarttelefonen» og «freeze». Det disse videoene gjør er å bekrefte det online fellesskapet, og stammespråket gen z bruker. I «*I'm a millennial and I feel way older than my Mom!*» viser den eldre kvinnen at hun har forstått hva stammespråket innebærer, og forsøker å adaptere det for å identifisere seg og få lov til å bli med i det etablerte online fellesskapet. Gutten i videoen påpeker at hun ikke kan være med i gen z-fellesskapet fordi hun er en boomer, som er en annen generasjon. Gutten skriver i videobeskrivelsen at han heller ikke er en del av fellesskapet og stammespråket.

«*She just doesn't get it.*» bidrar til å bekrefte at det er et stammespråk som man enten forstår eller ikke forstår. Det skjer gjennom det som ser ut å være en reell situasjon der gen z prøver å vise mannerismen til en som er millennial. Millennial forstår ikke hva gen z gjør, og gen z markerer seg ved å si gjennom en pålagt lydfil «in my world, this is hilarious».

#### 5.0 Avslutning og konklusjon

Gjennom å ha sett disse videoene ser man en tydelig, etablert gruppedannelse i identitetsuttrykket gen z. I videoene representeres både generasjon z, millennials og boomers, som gir oss et tydelig bilde på hvem som er utenfor og hvem som er innenfor. Det er disse markeringene som bidrar til dannelse av online fellesskap i sosiale medier i 2021. Disse gruppeprosesser har, som vist tidligere, dannet det som kan omtales som



mikrogenerasjonen zillennials. Denne generasjonen består av brukere som er født i generasjon z, men som har sett de type videoene fra analysen og ikke føler identifikasjon med gruppen. Da kan man spørre seg: Hvorfor blir behovet for å høre til et online fellesskap så sterkt, at man begynner å lage nye generasjonsbegreper? Som sett tidligere er en generasjon en kohort definert i sosiologien, for å markere forutsetningene mennesker innenfor en gitt tidsperiode har tilegnet seg. Generasjon z består av unge mennesker født mellom 1997 og 2012, og med et så stort aldersspenn blir det naturlig at man utarbeider nye fellesskap og grupper for å høre til.

Sosiale medier i dag, som TikTok bidrar til å danne fellesskap på tvers av landegrenser, som gjør at brukere som meg i Norge kan få videoer fra andre land i min feed. På denne måten kan mennesker fra hele verden møtes i online fellesskap, og få en fellesskapsfølelse. Fordi TikTok er et algoritmesystem, og skiller seg vekk fra de eldre sosiale mediene som baserte dannelse av online fellesskap på vennskap, spres identitetsuttrykket gen z mellom landegrenser. Mannerismene, som er gen z sin største identitetsmarkering på TikTok, tas inn i dagligtalen til mennesker over hele verden, som har tilgang og identifiserer seg med det online fellesskapet. På denne måten kan markering av identitetsuttrykk i online fellesskap virke samlende, fordi brukere over hele verden har mulighet til å ta del i det samme fellesskapet.

Selv om generasjon z har lengst erfaring med sosiale medier, sammenlignet med alle de andre generasjonene, har ikke bruken av sosiale medier hatt noe kritisk tilmærning. Da Instagram kom i 2011 gikk generasjon z på de eldste klassetrinn på barneskolen, og noen hadde akkurat begynt på ungdomsskolen. Millenniumsgenerasjonen hadde begynt på videregående, og var derfor enda eldre enn generasjon z da Instagram kom. Det er millenniums som har barn i dag, og en ny debatt rundt deling av småbarnsbilder har kommet. Videre forskning innenfor tema identitet og sosiale medier kan være hvordan den neste generasjonen med barn, generasjon Alpha, forholder seg til sosiale medier, og om de får et sterkere kritisk blikk på sosiale medier enn generasjon z og millenniumsgenerasjonen har hatt. Jeg tror og det kunne vært interessant å sett tilbake på om TikTok opplevde en spesiell vekst av antall brukere som følge av pandemien, og i tillegg sett på hvordan humoriseringen av coronaviruset på TikTok påvirket brukerne i perioden.

## 6.0 Litteratur

Anderson, B. (1983). Imagined Communities. I *Imagined Communities: Reflection on the Origin and Spread of Nationalism* (48-59). London: Verso.

@benjixavier (2021) *No one: My strange addiction*: [TikTok]. Tilgjengelig fra: <https://vm.tiktok.com/ZMebEP7Bb/> (Hentet: 09. april 2021).

Bucher, T. (2018). *IF... THEN! Algorithmic Power and Politics*. Oxford: Oxford University Press.

Buckingham, D. mfl. (2008) *Youth, Identity and Digital Media*. Cambridge, MA: The MIT Press.

Dictionary (2021) *Mannerisms*. Tilgjengelig fra: <https://www.dictionary.com/browse/mannerisms> (Hentet: 08.mai 2021).

Fact Tank (2019) *Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins*. Tilgjengelig fra: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/> (Hentet: 2. mars 2021).

Framtida (2021) *Generasjon Z, Boomers, Millennials – kva generasjon høyrer du til?* Tilgjengelig fra: <https://framtida.no/2020/01/28/generasjon-z-boomers-milennials-kva-generasjon-hoyrer-du-til> (Hentet: 08.mai 2021).

Freepik.com (2021) *Man showing call me shaka hand sign gesture* [Fotografi] Tilgjengelig fra: [https://image.freepik.com/free-photo/man-showing-call-me-shaka-hand-sign-gesture\\_176474-1555.jpg](https://image.freepik.com/free-photo/man-showing-call-me-shaka-hand-sign-gesture_176474-1555.jpg) (Hentet: 10. mai 2021).

Gündüz, U. (2017). The Effect of Social Media on Identity Construction. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 8(5): 85-92.

Imdb (2021) *My strange addiction*. Tilgjengelig fra: <https://www.imdb.com/title/tt1809014/> (Hentet: 10. mai 2021).

Kaye, B.V. Chen, X. og Zeng, J. (2020). The co-evolution of two Chinese mobile short video apps: Parallel platformization of Doyin and TikTok, *Mobile Media & Communication*, 0(0): 1-25.

Mannheim, K. (1923). *The Sociological Problem of Generations*, Tilgjengelig fra: [http://1989after1989.exeter.ac.uk/wp-content/uploads/2014/03/01\\_The\\_Sociological\\_Problem.pdf](http://1989after1989.exeter.ac.uk/wp-content/uploads/2014/03/01_The_Sociological_Problem.pdf) (Hentet: 1. april 2021).

@max\_larsen1 (2020) *me: tiktok is for children. Me after 1 day of quarentine.*: [TikTok]. Tilgjengelig fra: <https://vm.tiktok.com/ZMebEmY68/> (Hentet: 09. mai 2021).

Meikle, G. (2016). *Social Media: Communication, Sharing and Visibility*. New York og Oxon: Routledge.

@mellow.nina (2021) *She just doesn't get it*. [TikTok]. Tilgjengelig fra: <https://vm.tiktok.com/ZMeQoUAD2/> (Hentet: 09. april 2021).

Merchant, G. (2006). Identity, Social Networks and Online Communication. *E-Learning*, 3(2): 235-244.

@mic3025 (2020) *College students moving in with their parents for six months because of coronavirus*. [TikTok]. Tilgjengelig fra: <https://vm.tiktok.com/ZMebEPNy9/> (Hentet: 09. mai 2021).

@mohamadzoror (2021) *Conversation with Gen Z*. [TikTok]. Tilgjengelig fra: <https://vm.tiktok.com/ZMeQEBrTm/> (Hentet: 09. april 2021).

Naob (2021) *Performativ*. Tilgjengelig fra: <https://naob.no/ordbok/performativ> (Hentet: 11. mai 2021).

NHI (2021) *Tics og tourettes syndrom*. Tilgjengelig fra: <https://nhi.no/sykdommer/barn/barnepsykiatri/tics-og-tourettes-syndrom/> (Hentet: 10. mai 2021).

@otakoyakisoba (2021) *I'm a millennial and I feel way older than my Mom!* [TikTok]. Tilgjengelig fra: <https://vm.tiktok.com/ZMea4L5ns/> (Hentet 09. april 2021).

Oslo Universitetssykehus (2021) *Oppfølging av barn og unge med Asperger syndrom: Anbefalinger for god praksis i spesialhelsetjenesten*. Tilgjengelig fra: <https://oslo-universitetssykehus.no/seksjon/regional-kompetansetjeneste-for-autisme-adhd-tourettes-syndrom-og-narkolepsi-helse-sor-ost/Documents/Barn%20og%20unge%20med%20asperger%20syndrom.pdf> (Hentet: 08.mai 2021).

Pilcher, J. (1994). Mannheim's sociology of generations: an undervalued legacy. *The British Journal of Sociology*. 45(3): 481-495.

Simpson, E. Og Seeman, B. (2020). For You or For «You»: Everyday LGBTQ+ Encounters with TikTok. *Association for Computing Machinery*, 4(CSCW): 1-34.

Shutsko, A. (2020). User-Generated Short Video Content in Social Media. A Case Study of TikTok, *International Conference on Human-Computer Interaction*. København, 19.-24. juli, 2020. Sveits: Springer Nature, 108-125.

Tjora, A. (2018) *Hva er fellesskap?* Oslo: Universitetsforlaget.

Urban Dictionary (2021) *Zillennial*. Tilgjengelig fra: <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Zillennial> (Hentet: 25.04.2021).

