

Dorsch, Isabelle; Herrmann, Christoph; Rhein, Sebastian

Conference Paper — Published Version

Soziale Medien und empirische Forschung. Eine interaktive Podiumsdiskussion am Fallbeispiel 'Fridays for Future' auf Instagram

Suggested Citation: Dorsch, Isabelle; Herrmann, Christoph; Rhein, Sebastian (2023) : Soziale Medien und empirische Forschung. Eine interaktive Podiumsdiskussion am Fallbeispiel 'Fridays for Future' auf Instagram, In: Imeri, Aylin Scheibe, Katrin Zimmer, Franziska (Ed.): Informationswissenschaft im Wandel - Wissenschaftliche Tagung 2022 (IWWT22), ISBN 978-3-86488-187-9, Verlag Werner Hülsbusch, Glückstadt, pp. 266-274,
<https://zenodo.org/doi/10.5281/zenodo.7092078>

This Version is available at:

<http://hdl.handle.net/11108/581>

Kontakt/Contact

ZBW – Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft/Leibniz Information Centre for Economics
Düsternbrooker Weg 120
24105 Kiel (Germany)
E-Mail: info@zbw.eu
<https://www.zbw.eu/de/ueber-uns/profil-der-zbw/veroeffentlichungen-zbw>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Dieses Dokument darf zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen. Sofern für das Dokument eine Open-Content-Lizenz verwendet wurde, so gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

This document may be saved and copied for your personal and scholarly purposes. You are not to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public. If the document is made available under a Creative Commons Licence you may exercise further usage rights as specified in the licence.



<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode>

Soziale Medien und empirische Forschung

Eine interaktive Podiumsdiskussion am Fallbeispiel Fridays for Future auf Instagram

Isabelle Dorsch^{1,2}

¹ Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, Deutschland

² ZBW – Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft, Kiel, Deutschland

i.dorsch@zbw-online.eu

Christoph Herrmann, Sebastian Rhein

Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg, Deutschland

{[christoph.herrmann](mailto:christoph.herrmann@wiwi.uni-halle.de), [sebastian.rhein](mailto:sebastian.rhein@wiwi.uni-halle.de)}@wiwi.uni-halle.de

Abstract

Soziale Medien begünstigen zunehmend die Entstehung sozialer Bewegungen wie Fridays for Future (FFF). Dabei ermöglicht die Verwendung solcher Plattformen wie Instagram den Anhänger:innen dieser Bewegungen nicht nur eine leichtere und globale Kommunikation und die Organisation von Protesten, sondern bietet gleichzeitig auch einen identitätsstiftenden Sinn, der für das Entstehen und den Zusammenhalt solcher Bewegungen essenziell ist. In der Forschung wurde dieser Aspekt längst erkannt. Dabei hat die Nutzung sozialer Medien durch die Stakeholder:innen sozialer Bewegungen einen entscheidenden Vorteil: eine Vielzahl an Daten steht für die Forschung zur Verfügung. Deren Auswertung kann dabei helfen, ein tieferes Verständnis über die Motivation, den Protest und die persönlichen Interessen der Mitglieder sozialer Bewegungen zu erlangen. Dies geschieht unter anderem durch die Anwendung sozialer Netzwerkanalysen (SNA). Auch wenn diese Analysen häufig einen wertvollen explorativen Einblick in soziale Bewegungen gewähren, müssen die über soziale Medien gewonnenen Daten im Hinblick auf ihre Aussagekraft kritisch betrachtet werden. Die vorliegende Diskussion greift diesen Aspekt auf und stellt zunächst anhand einer SNA am Beispiel von Instagram-Hashtags der FFF-Bewegung dar, welcher Erkenntnisgewinn über die Auswertung dieser Daten erlangt werden kann. Anschließend soll beispielhaft mittels einer explorativ-qualitativen Inhaltsanalyse aufgezeigt

werden, welche Informationen sich hinter den einzelnen Posts verbergen. Solche qualitativen Analysen, die insbesondere der Identifikation von Begründungszusammenhängen dienen, wurden bisher kaum mit Daten aus den sozialen Medien durchgeführt. Gemeinsam mit dem Podium soll diskutiert werden, inwieweit die Nutzung der Daten und verschiedener Methoden zur Auswertung unterschiedlicher Analysen sinnvoll ist.

Schlagworte: Fridays for Future, soziale Medien, quantitative Analyse, qualitative Analyse

1 Einleitung

Soziale Medien sind in der heutigen Zeit ein fester Bestandteil in allen Lebensbereichen unserer Gesellschaft, was sich in der Vielzahl an Applikationen und Anwendungsbereichen, die sich konstant weiterentwickeln, widerspiegelt. Unser Verständnis von sozialen Medien verändert sich kontinuierlich im Hinblick auf zeitliche, räumliche und technologische Aspekte (Papacharissi, 2015, S. 1).

So legt Instagram inzwischen einen seiner Schwerpunkte auf Videos und sieht sich nicht länger als Foto-Sharing-App, wie Adam Mosseri (CEO von Instagram) in seinem Twitter-Video am 30. Juni 2021 verkündete: “[...] we’re no longer a photo-sharing app or a square photo-sharing app” (Mosseri, 2021) – wohingegen im Jahr 2010 bei der Einführung von Instagram der Fokus noch klar auf Bildern und ihren Filtern lag. Dieses Beispiel ist charakteristisch für den schnellen Wandel und die sich ständig ändernden Bedingungen. Die noch relativ junge multidisziplinäre Forschungs-Community über soziale Medien, die sich insbesondere innerhalb der letzten 15 bis 20 Jahre formiert hat, ist somit von stetigen Veränderungen geprägt. Applikationen werden um Funktionalitäten erweitert oder aber auch reduziert und nicht jede Plattform verfügt über dieselben Funktionalitäten. So identifizierten Fischer et al. (2020) für insgesamt 44 betrachtete Web- und Mobildienste ausgewählter sozialer Medien 640 individuelle Funktionalitäten. Die folgende formale Definition von sozialen Medien verdeutlicht aber auch, was diese eint:

“Social media are web-based services that allow individuals, communities, and organizations to collaborate, connect, interact, and build community by enabling them to create, co-create, modifies, share, and engage with user-generated content that is easily accessible.” (McCay-Peet & Quan-Haase, 2017, S. 13)

Diese genannten Aspekte begünstigen auch die Formierung von sozialen Bewegungen (Social Movements) innerhalb der sozialen Medien. Eine soziale Bewegung ist ein „Netzwerk informeller Interaktionen“ zwischen verschiedenen Personen. Diese Personen sind dann entsprechend eines gemeinsamen (Umwelt-)Interesses politisch aktiv (Diani, 1992). Oftmals ausschlaggebend für die Entstehung einer sozialen Bewegung sind die Minimierung von Hindernissen und die Motivation jeder einzelnen Person zur Partizipation an Aktivitäten (Van Stekelenburg & Klandermans, 2013). Des Weiteren sind drei Identitäten wesentlich für eine soziale Bewegung: individual, collective und public identity (Johnston et al., 1994). Durch die Möglichkeit der digitalen Kommunikation können soziale Medien somit erheblich zur Entstehung oder Fortführung sozialer Bewegungen beitragen (Poell, 2020), indem sie einen identitätsstiftenden Zweck erfüllen.

Eine inzwischen bekannte Bewegung ist Fridays for Future. Ausgehend von einem dreiwöchigen Schulstreik von Greta Thunberg und ihren Mitschüler:innen vor dem schwedischen Parlament hat sich Fridays for Future als stärkste globale Umweltbewegung entwickelt (Han & Ahn, 2020). Die Bewegung weist dabei eine starke Nutzung von Instagram als Kommunikationskanal auf. Das lässt sich unter anderem daran festmachen, dass der zentrale Kopf von FFF, Greta Thunberg, auf Instagram – mehr als auf anderen sozialen Plattformen – eine sehr starke Onlinepräsenz aufgebaut hat (Molder et al., 2022) und sich Instagram darüber hinaus bei den Anhänger:innen der Umweltbewegung zur “social media platform of choice” entwickelt hat (Brükner et al., 2019, S. 305). Dies ist auch wenig überraschend, da Instagram eine etablierte Social Media Plattform ist. Die Möglichkeit, je nach gewähltem Instagram Beitragsformat bis zu zehn oder 30 Hashtags vergeben zu können oder bestimmte Hashtags zu abonnieren, ermöglicht tiefere Hashtag-Analysen. Aus diesen Gründen greift die vorliegende Untersuchung ebenfalls auf Instagram-(Hashtag-)Daten zurück.

Eine empirische Analysemöglichkeit von Strukturen sozialer Bewegungen, wie der FFF-Bewegung, in den sozialen Medien bietet die Social Network Analysis (SNA), die es bspw. ermöglicht, die Verbindung zwischen den Posts verschiedener Individuen aufzuzeigen. Explorativ können weiterhin Aussagen über die Identität von sozialen Bewegungen getroffen und erste Anhaltspunkte über die Interessen der Anhänger:innen einer sozialen Bewegung und deren politische Ziele sowie Organisation erzeugt werden. Mit dem Fokus auf die Applikation Instagram wurde mittels einer Fallstudie eine Social Network Analysis für die FFF-Bewegung durchgeführt. Ziel war es

herauszufinden, wie die Bewegung durch Hashtags auf Instagram charakterisiert wird. Insgesamt konnten elf Hashtag-Cluster, die mit #fridaysforfuture getaggt wurden, dargestellt werden, die sich auf die Themen Klima, Ernährung, Lifestyle und Gesundheit, humoristische Inhalte und Memes, Radfahren, Kunst, nachhaltiger Konsum oder auch dem „Earth Day“ beziehen (Hermann et al., 2022).

Allerdings sind SNA nicht in der Lage, Begründungsmuster zu identifizieren und somit die Wichtigkeit bestimmter Themen für die Anhänger:innen einer sozialen Bewegung abzubilden. Hierfür bedarf es qualitativer Methoden, um solche Begründungen aufzuzeigen (Zelger, 2020; Aggarwal & Wang, 2011). In der Literatur finden sich erste qualitative Inhaltsanalysen über die FFF-Bewegung (Díaz-Pérez et al., 2021), jedoch gibt es nur wenige tiefgreifende qualitative Analysen (in-depth), die geeignet scheinen, die Relevanz von bestimmten Themen und Handlungsmotivationen zu ermitteln. Häufig werden die benötigten Daten für solche Verfahren außerhalb sozialer Netzwerke mithilfe von Interviews erhoben, die zudem gewissen Anforderungen, wie etwa einer bestimmten Textlänge, unterliegen (z. B. Rhein et al., 2019).

Die Möglichkeit der Durchführbarkeit einer tiefgreifenden qualitativen Analyse mit den aus Instagram zur Verfügung stehenden Daten gilt es zu überprüfen (Branthwaite & Patterson, 2011). Mithilfe der qualitativen Methode GABEK[®] wurde eine solche tiefgreifende Inhaltsanalyse am Beispiel der mit #zerowaste verknüpften Posts vorgenommen, um zu diskutieren, ob solche Inhaltsanalysen mit den entsprechenden Instagram-Daten möglich sind und zu inhaltlich wertvollen Aussagen führen. #zerowaste wurde dabei bewusst als Beispiel herangezogen, um einen Vergleich mit anderen Studienergebnissen über Konsumentenverhalten zur Abfallreduktion zu ermöglichen und somit die inhaltliche Aussagekraft der qualitativen Ergebnisse über Hashtags besser diskutieren zu können. Die Methode GABEK[®] erlaubt es dabei, Sinnzusammenhänge zwischen den unterschiedlichen Posts mithilfe von Assoziationsnetzwerken sichtbar zu machen und dadurch Gemeinsamkeiten zwischen den verschiedenen Posts und somit auch Gemeinsamkeiten im Denken verschiedenster Individuen aufzuzeigen (Zelger, 2020). Bei der Auswertung folgt GABEK[®] einem strikten Regelwerk, was die Methode im Vergleich zu anderen qualitativen Verfahren freier von individueller Interpretation macht (z. B. Raich et al., 2014).

Darauf aufbauend möchten wir in diesem interaktiven Panel zu sozialen Medien am Fallbeispiel Fridays for Future und Instagram die folgenden Fragen diskutieren:

1. Welche Informationen kann uns Instagram über eine soziale Bewegung wie Fridays for Future geben oder auch nicht geben (quantitative und qualitative Daten und Methoden)?
2. Welche Charakteristika der sozialen Medien stellen für soziale Bewegungen im Allgemeinen eine Herausforderung oder Chance dar?

Dabei soll ausgehend von der Fallstudie eine interaktive Diskussion mit dem Publikum über Herausforderungen und Chancen, welche die Daten der sozialen Medien im Hinblick auf die Interpretation von sozialen Bewegungen oder allgemeinen Online-Aktivismus bieten, stattfinden.

2 Aufbau des Panels

Dieses Kapitel fasst den formalen Aufbau des Panels zusammen und gliedert sich in die Aspekte Dauer und Struktur sowie die angedachte Zielgruppe.

2.1 Dauer und Struktur

Das Panel ist für 90 Minuten angesetzt und besteht sowohl aus einem kurzen theoretischen Teil und einer interaktiven Diskussion zwischen den Referierenden untereinander als auch mit dem Publikum. Dafür angedacht sind Live-Votings und die Diskussion mit dem Publikum. Dabei haben Teilnehmende auch die Möglichkeit, im Stil einer Fishbowl-Diskussion den Referierenden auf dem Podium beizuwohnen:

- **Teil 1: Theoretische Einführung mit Live-Voting (30 Minuten)** am Fallbeispiel Fridays For Future: quantitative Hashtag-Clusteranalyse sowie eine tiefgreifende qualitative Analyse nach GABEK[®] am Beispiel des Hashtags „zerowaste“.
- **Teil 2: Interaktive Diskussion (50 Minuten)** mit dem Publikum auf Grundlage der zwei Panelfragen.
- **Teil 3: Abschließendes Fazit, Lessons Learned und Ausblick** auch im Kontext von anderen sozialen Medien (**10 Minuten**).

2.2 Zielgruppe

Das Panel richtet sich sowohl an Teilnehmer:innen, die noch gar nicht oder weniger in der Social Media-Forschung vertreten sind und erste Impulse mitnehmen möchten, als auch an Teilnehmer:innen, deren Hauptdomäne in der Erforschung von sozialen Medien liegt. Es ist angedacht, dass insbesondere Letztere in die interaktive Diskussion eingebunden werden. Da das Panel durch Daten der Fallstudie zu Fridays for Future der Referierenden gestützt ist (Herrmann et al., 2022), bezieht sich der Adressatenkreis auch auf alle Teilnehmer:innen mit Interesse oder Fokus im Bereich sozialer Bewegungen. Aspekte der Vernetzung und aktiven Diskussion sowie der Austausch von Erfahrungen stehen im Vordergrund.

3 Referierende

Die Referierenden des Panels sind wie folgt:

Isabelle Dorsch

Dr. Isabelle Dorsch ist Post-Doktorandin im Projekt „VOICES“ an der ZBW – Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft in Kiel und war bis August 2022 wissenschaftliche Mitarbeiterin der Abteilung Informationswissenschaft an der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, Deutschland.

Ihre Forschungsschwerpunkte liegen in den Bereichen Social Media und Informetrie. Im Bereich der sozialen Medien hat sie sich vor allem mit der Analyse von Nutzerverhalten, visuellen Medien, Hashtags und Instagram beschäftigt. Darüber hinaus sind Wissenschaftskommunikation, Szientometrie, Open Science, wissenschaftliche Indikatoren zur Forschungsbeurteilung und Metrics Literacies Forschungsfelder, die sie untersucht oder für die sie sich interessiert.

Isabelle Dorsch wird ebenfalls für die Moderation des Panels verantwortlich sein.

Christoph Herrmann

Dr. Christoph Herrmann ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Statistik an der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg, Deutschland.

Seine Forschungsschwerpunkte liegen im Bereich des Choice Modelling, wobei der Fokus auf Discrete-Choice-Experimenten und der Erforschung

menschlichen Verhaltens liegt. Sein Interesse liegt dabei vor allem an der Erstellung und Auswertung solcher Experimente. Darüber hinaus beschäftigt er sich mit der Erstellung von sozialen Netzwerkanalysen im Zusammenhang mit Social-Media-Daten.

Sebastian Rhein

Dr. Sebastian Rhein ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Statistik an der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg, Deutschland.

Seine Forschungsschwerpunkte liegen im Bereich der Umweltökonomik und Kreislaufwirtschaft. Dabei befasst er sich insbesondere mit Analysen von Konsumentenbewusstsein und Konsumentenverhalten sowie unternehmerischen Strategien im Kunststoffbereich. Empirisch ist er spezialisiert auf qualitative Netzwerk- und Inhaltsanalysen, die darauf abzielen, ein tiefgreifendes Verständnis über Bewusstsein und Verhalten zentraler Akteure der Kreislaufwirtschaft zu erlangen.

Referenzen

- Aggarwal, C. C., & Wang, H. (2011). Text mining in social networks. In C. C. Aggarwal (Hrsg.), *Social network data analytics* (S. 353–378). Springer. https://doi.org/10.1007/978-1-4419-8462-3_13
- Branthwaite, A., & Patterson, S. (2011). The power of qualitative research in the era of social media. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 14(4), 430–440. <https://doi.org/10.1108/13522751111163245>
- Brünker, F., Deitelhoff, F., & Mirbabaie, M. (2019). Collective Identity Formation on Instagram – Investigating the Social Movement Fridays for Future. *arXiv*. <https://arxiv.org/abs/1912.05123>
- Diani, M. (1992). The concept of social movement. *The Sociological Review*, 40(1), 1–25. <https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.1992.tb02943.x>
- Díaz-Pérez, S., Soler-i-Martí, R., & Ferrer-Fons, M. (2021). From the global myth to local mobilization: Creation and resonance of Greta Thunberg's frame. *Comunicar*, 29(68), 35–45. <https://doi.org/10.3916/C68-2021-03>
- Fischer, J., Knapp, D., Nguyen, B. C., Richter, D., Shutsko, A., Stoppe, M., Williams, K., Ilhan, A., & Stock, W. G. (2020). Clustering social media services and messengers by functionality. *Journal of Information Science Theory and Practice*, 8(4), 6–19. <https://doi.org/10.1633/JISTaP.2020.8.4.1>
- Han, H., Ahn, S. W. (2020). Youth mobilization to stop global climate change: narratives and impact. *Sustainability*, 12(10), 4127. <https://doi.org/10.3390/sui2104127>

- Herrmann, C., Rhein, S., & Dorsch, I. (2022). #fridaysforfuture – What does Instagram tell us about a social movement? *Journal of Information Science*, 01655515211063620. <https://doi.org/10.1177/01655515211063620>
- Johnston, H., Larana, E., & Gusfield, J. R. (1994). Identities, grievances, and new social movements. New social movements: From ideology to identity. In E. Larana, H. Johnston, & J. R. Gusfield (Hrsg.), *New Social Movements. From Ideology to Identity* (S. 3–35). Temple University Press.
- McCay-Peet, L., & Quan-Haase, A. (2017). What is social media and what questions can social media research help us answer? In L. Sloan & A. Quan-Haase (Hrsg.), *The SAGE Handbook of Social Media Research Methods* (S. 13–26). SAGE Publications. <http://dx.doi.org/10.4135/9781473983847.n2>
- Molder, A. L., Lakind, A., Clemmons, Z. E., & Chen, K. (2022). Framing the Global Youth Climate Movement: A Qualitative Content Analysis of Greta Thunberg’s Moral, Hopeful, and Motivational Framing on Instagram. *The International Journal of Press / Politics*, 27(3), 668–695. <https://doi.org/10.1177/19401612211055691>
- Mosseri, A. (2021). “Changes are coming to video on Instagram” [Tweet und Video-botschaft]. https://twitter.com/mosseri/status/1410297743285829632?s=20&t=8IY_QRjNF7ZSoJpVt7oHwg
- Papacharissi, Z. (2015). We have always been social. *Social Media and Society*, 1(1), 1–2. <https://doi.org/10.1177/2056305115581185>
- Poell, T. (2020). Social media, temporality, and the legitimacy of protest. *Social Movement Studies*, 19(5–6), 609–624. <https://doi.org/10.1080/14742837.2019.1605287>
- Raich, M., Müller, J., & Abfalter, D. (2014). Hybrid analysis of textual data: Grounding managerial decisions on intertwined qualitative and quantitative analysis. *Management Decision*, 54(4), 737–754. <https://doi.org/10.1108/MD-03-2012-0247>
- Rhein, S., Schmid, M., & Sträter, K. F. (2019). Besondere Aspekte von Interview-situationen – Ein Erfahrungsbericht. In M. Raich, J. Müller-Seeger, & H. Ebert (Hrsg.), *Symposium Qualitative Sozialforschung 2019* (S. 3–23). Springer Gabler. https://doi.org/10.1007/978-3-658-32463-6_1
- Van Stekelenburg, J., & Klandermans, B. (2013). The social psychology of protest. *Current Sociology*, 61(5–6), 886–905. <https://doi.org/10.1177/0011392113479314>
- Zelger, J. (2020). *Erforschung und Entwicklung von Communities: Handbuch zur qualitativen Textanalyse und Wissensorganisation mit GABEK®*. Springer-Verlag. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-27099-5>

In: A. Imeri, K. Scheibe, F. Zimmer (Hrsg.): *Informationswissenschaft im Wandel. Wissenschaftliche Tagung 2022 (IWWT22)*. Düsseldorfer Konferenz der Informationswissenschaft, 6.–7. Oktober 2022, Haus der Universität Düsseldorf. Glückstadt: Verlag Werner Hülsbusch, S. 266–273. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.7457835>.