

Rage Mode On: Über Wut als Katalysator und Treiber der Interaktion auf Instagram

Thema:

Rage Mode On: Über Wut als Katalysator und Treiber der Interaktion auf Instagram

Art:

MA

BetreuerIn:

Christian Wolff

BearbeiterIn:

Laura Frank

ErstgutachterIn:

Christian Wolff

Status:

abgeschlossen

Stichworte:

Social Media, Sentiment Analysis, Rage, Wut, Emotion, Interaktion

angelegt:

2021-12-20

Anmeldung:

2022-02-02

Antrittsvortrag:

2022-01-24

Abgabe:

2022-07-02

Hintergrund

“Facebook wählt solche Inhalte aus, die eine Reaktion hervorrufen. Dabei zeigt die eigene Forschung, dass es sich dabei überwiegend um solche Inhalte handelt, die hasserfüllt sind, die spalten, die polarisieren” [1]. Mit diesem Zitat aus den sogenannten Facebook Files, erregt Frances Haugen, Whistleblowerin und ehemalige Mitarbeiterin des Megakonzerns, weltweite Aufmerksamkeit. Dass Social Media mitunter negative Folgen für Mental Health, soziale Kompetenz und das Körperbild eines jeden Nutzers hat, sind bei weitem keine neuen Erkenntnisse mehr. Dass Facebook jedoch wissentlich mit Wut arbeitet, um Nutzer anzusprechen dagegen schon. Gibt es tatsächlich eine Korrelation zwischen Beiträgen, die wütend machen und der damit einhergehenden Interaktionsrate? Instagram bietet sich als Untersuchungsgegenstand mehr als an. Bereits im Juni 2018 erreichte die Tochterfirma des Facebook Konzerns die 1 Milliarde Nutzer Marke - darunter auch viele Jugendliche und minderjährige Nutzer. [2] Neben zahlreichen Themengebieten kann Instagram auch informativ sein - So ist es nicht verwunderlich, dass dort auch Nachrichtenanbieter wie die Tagesschau oder ZdfHeute vertreten sind [3] [4]. Es fällt auf, dass bestimmte Beiträge Diskussionen, Ausschreitungen und Beleidigungen in der Kommentarspalte anzuziehen scheinen. Ist diese Tatsache darin begründet, dass der Inhalt jener die Nutzer wütend macht?

Zielsetzung der Arbeit

Ziel dieser Arbeit ist es zu überprüfen, ob und inwiefern Wut als Emotion Interaktion fördert. Um diese Hypothese entweder annehmen oder ablehnen zu können, wird in zwei Schritten gearbeitet. Untersuchungsgegenstand ist hierbei im Expliziten der Account der Tagesschau auf Instagram. Im ersten Schritt werden besonders interaktionsaktive Posts analysiert und deren Caption mittels natural language processing analysiert, visuell aufgearbeitet und eingeordnet. Im zweiten Schritt wird eine Studie mit eigens konzipierten Inhalten in Form fiktiver Posts durchgeführt und das emotionale Empfinden dabei mittels gezielter Fragen und Anwendung etablierter Bausteine beleuchtet.

Konkrete Aufgaben

- Auswahl / Aufbereitung der entsprechenden Instagram Beiträge
- Auswertung der Beschreibungstexte und visuelle Aufarbeitung
- Erarbeiten einer Studie mit eigens konzipierten Instagram Beiträgen
- Durchführung / Auswertung der Studie und Aufbereitung der Ergebnisse
- Schriftliche Ausarbeitung des Prozesses und der theoretischen Grundlagen

Erwartete Vorkenntnisse

- Analytisches Denken
- Grundlegenden Survey Design Kenntnisse
- Grundlegenden NLP Kenntnisse
- Statistische Analysefähigkeiten

Weiterführende Quellen

[1] Oswald, Bernd und Wilhelm, Katrin (2021). Facebook-Whistleblowerin outet sich und erhebt neue Vorwürfe. Veröffentlicht auf: br24.de Am: 04. Oktober 2021

Link:<https://www.br.de/nachrichten/netzwelt/facebookwhistleblowerin-outet-sich-und-erhebt-neue-vorwurfe,Skrk974>. Aufgerufen am 16.12.2021 [2] Rabe (2021). Statistiken zu Instagram.

Veröffentlicht auf: statista.com Am: 12. Juli 2021 Link:

<https://de.statista.com/themen/2506/instagram/#dossierKeyfigures> Aufgerufen am 16.12.2021 [3]

Instagram Account Tagesschau. Auf: Instagram.com. Link: <https://www.instagram.com/tagesschau/>

Aufgerufen am 16.12.2021 [4] Instagram Account ZdfHeute. Auf: Instagram.com. Link:

<https://www.instagram.com/zdfheute/> Aufgerufen am 16.12.2021

From:
<https://wiki.mi.ur.de/> - MI Wiki

Permanent link:
https://wiki.mi.ur.de/arbeiten/rage_mode_on_ueber_wut_als_katalysator_und_treiber_der_interaktion_auf_instagram

Last update: 20.12.2022 23:33

