

Facebook

Die Plattform: Facebook

Geschichte

Facebook wird am 4. Februar 2004 unter dem Namen ‚the Facebook‘ (erst 2005 wurde der Name zu ‚facebook‘ geändert) von Mark Zuckerberg, Dustin Moskovitz, Chris Hughes und Eduardo Saverin gegründet (vgl. <https://about.fb.com/company-info/>). Die Idee eine Art digitales Jahrbuch für College-Studierende zu etablieren findet Anklang: Schon Ende desselben Jahres verzeichnet die Plattform eine Million Nutzer*Innen (vgl.

[https://www.thecrimson.com/article/2004/2/9/hundreds-register-for-new-facebook-website/-](https://www.thecrimson.com/article/2004/2/9/hundreds-register-for-new-facebook-website/),
<https://about.fb.com/company-info/>).

Im Laufe der nächsten drei Jahre erweitert Facebook kontinuierlich seine Funktionsweise: Nutzer*innen müssen nicht mehr an Universitäten eingeschrieben sein, um sich zu registrieren; Neben den Steckbriefen mit Kommentarfunktion können fortan auch Fotos auf die Seite geladen werden; Es gibt die Möglichkeit, Gruppen zu gründen; Eine private Chatfunktion wird etabliert; Der prominente Like-Button wird im Jahr 2009 eingeführt (vgl. ebd.). Im Jahr 2010, Sechs Jahre nach der Gründung der Plattform, hat Facebook eine Nutzer*Innenschaft von über 500 Millionen Menschen (vgl. ebd.). Im Jahr 2012 geht Facebook an die Börse (vgl.

<https://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/werbetour-fuer-investoren-startet-angeblich-montag-facebook-soll-am-18-mai-an-die-boerse-1.1346048>).

Mit einer Wachstumsrate von 38% war Facebook Inc., zu dem auch der Messengerdienst Whatsapp und die Plattform Instagram gehören, im Jahr 2018 das am schnellsten wachsende Technologie-Unternehmen – noch vor Netflix, Amazon und Twitter (vgl.

<https://www.statista.com/statistics/277917/revenue-growth-of-selected-tech-companies/>). Dieses schnelle Wachstum kann auch mit der Rolle Facebooks als Werbeplattform erklärt werden. So gaben 2019 61% der weltweit befragten Agenturen an, in Facebook die wichtigste Social Media-Plattform in Sachen Marketing zu sehen (vgl.

<https://www.statista.com/statistics/259390/most-important-social-media-platforms-for-marketers-worldwide/>). Im Jahr 2020 belegt Facebook mit einem Unternehmenswert von knapp 80 Milliarden den siebten Platz der 25 wertvollsten Marken weltweit (vgl.

<https://www.statista.com/statistics/264875/brand-value-of-the-25-most-valuable-brands/>).

Nutzende

Im ersten Quartal 2020 haben etwa 1,73 Milliarden Menschen täglich Facebook genutzt (vgl. <http://www.statista.com/statistics/346167/facebook-global-dau>). Deutschland belegt mit 28 Millionen Profilen Platz 18 im internationalen Vergleich der Nutzer*Innenschaft in absoluten Zahlen (vgl. <http://www.statista.com/statistics/268136/top-15-countries-based-on-number-of-facebook-users>). Die am stärksten vertretenen Nationen in absoluten Profilzahlen sind Indien (280 Millionen Profile), die USA (190 Millionen Profile) und Indonesien (130 Millionen Profile) (vgl. ebd.).

Im Jahr 2019 haben etwa 31% der Gesamtbevölkerung Deutschlands mindestens einmal wöchentlich,

21% mindestens einmal täglich Facebook genutzt (vgl.

http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/files/2019/0919_Beisch_Koch_Schaefer.pdf). Das

Geschlechterverhältnis ist hier im Vergleich zu der Nutzung anderen Plattformen ausgeglichen (vgl. ebd.). Starke Unterschiede gibt es jedoch in Sachen Alter: etwa 47% aller 14-49 Jährigen nutzen Facebook wöchentlich, wohingegen es in der Altersklasse 50-69 19%, bei den über 70-Jährigen noch 6% sind (vgl. ebd.). Damit ist Facebook allerdings dennoch die unter den über 50-Jährigen am stärksten vertretene Social Media-Plattform (vgl. ebd.). Jugendlich in den USA in Familien mit geringerem Einkommen priorisieren Facebook gegenüber anderen Social Media-Plattformen. Die größte Gruppe der Facebook Nutzenden stellen Männer im Alter von 25-34 Jahren dar (<https://kinsta.com/de/blog/facebook-statistiken/>).

Allgemein gesprochen, nimmt die Anzahl an täglichen Nutzer*Innen der Plattform in einem weltweiten Kontext stetig zu:



Funktionsweise

Nach einem erfolgreichen Einloggen auf der Plattform, erscheint zunächst der Newsfeed. Hier werden Beiträge von abonnierten Profilen, Seiten oder Facebook-Freund*Innen angezeigt, bzw. Beiträge, in denen abonnierte Profile verlinkt werden. Ebenso wird Werbung, sowohl von Produkten als auch Facebook-Seiten, geschalten. Zu jedem Zeitpunkt konkurrieren mehr als 1500 Beiträge um einen Platz im Newsfeed, 300 davon werden von einem Algorithmus ausgewählt und angezeigt (vgl. <https://kinsta.com/de/blog/facebook-statistiken/>). Seit 2018 werden dabei Beiträge von Freund*innen priorisiert.

Facebook ist sehr übersichtlich gestaltet, über dem Newsfeed sind die sogenannten Stories von befreundeten Nutzer*innen zu sehen. Direkt darunter fragt Facebook „Was machst du gerade, XXX?“ und spricht Nutzende damit direkt an, einen Status zu teilen. Eine Zeile tiefer wird angezeigt, wer gerade online ist. Mit diesen Personen kann dann per Facebook Messenger kommuniziert werden. Dies kann sowohl per Chat als auch per Telefonat geschehen. Wenn man Facebook über einen Internetbrowser besucht, öffnet sich hierfür ein Chatfenster.

Der Großteil aller Nutzer*Innen loggt sich über ein Smartphone und die entsprechende Anwendung auf Facebook ein:



Quelle: <https://www.statista.com/statistics/376128/facebook-global-user-age-distribution/>

Seit 2017 existieren auch „facebook lite“ sowie „messenger lite“, die für Regionen mit langsamem Internet entwickelt wurden. In den ersten sechs Monaten nach dem Launch haben sich 200 Millionen Facebook lite Nutzer*innen angemeldet. Videos erhalten auf Facebook mittlerweile die größte Aufmerksamkeit, obwohl sie nur 3% der Inhalte auf ausmachen. Die meisten Nutzenden (85%) schauen sich diese Videos ohne Ton an. Videos werden von allen Beiträgen am meisten geteilt, vor allem wenn es sich um ein Facebook internes Video handelt und nicht auf einen externen Link geklickt werden muss (<https://kinsta.com/de/blog/facebook-statistiken/>).

Beschreibung der Plattform-Oberfläche

In der Ecke oben links ist das Facebook-Emblem, ein blaues „f“ zu sehen. Daneben befindet sich das Suchfeld. Wenn in dieses etwas eingetippt wird, erscheinen Treffer, die in verschiedene Kategorien eingeteilt sind. Diese können auch konkret als Filter für bestimmte Suchanfragen genutzt werden. Die verfügbaren Kategorien lauten „Beiträge“, „Personen“, „Fotos“, „Videos“, „Marketplace“, „Seite“, „Orte“ oder „Gruppen“. Des Weiteren können Suchanfragen noch nach bestimmten Orten, nach Zeiträumen und danach in welchem Verhältnis das angemeldete Profil zu den Personen, die gepostet haben steht, gefiltert werden. Zwischen Personen ist das Verhältnis auf Facebook reziprok, beide müssen also die Freundschaft bestätigen. Seiten kann jedoch einseitig gefolgt werden. Gruppen können privat oder öffentlich konstruiert sein. Unter der Rubrik „Artikel“ erscheinen auch externe Links, die zu Zeitungen oder Magazinen führen können.

Das Material

Das uns zur Verfügung gestellte Datenmaterial besteht aus einem Screenshot der Suchergebnisse nach dem Schlagwort ‚Feminismus‘ - ausgehend von einem angemeldeten Facebook-Profil. Wie unter dem Punkt Funktionsweise beschrieben, werden die Inhalte, die sich Nutzer*Innen auf der Plattform präsentieren, von Algorithmen gefiltert und so spezifisch den einzelnen Profilen zugeschnitten. In diesem Sinne ist jegliche Analyse, die auf diesem Material beruht, keine allgemeingültige Analyse über die Bedeutung des Phänomens ‚Feminismus‘ auf Facebook, sondern lediglich die Analyse einer Momentaufnahme aus der Perspektive eines zugrundeliegenden Facebook-Accounts. Da es sich um einen Screenshot handelt, ist es uns weder möglich, die Beiträge in ihrer Gänze, noch die Reaktionen auf diese mit in die Analyse einzubeziehen.



Beschreibung des Materials

Gruppen:

Als erste Ergebnisse für die Anfrage mit dem Suchbegriff ‚Feminismus‘ werden zunächst vier Gruppen vorgeschlagen. Jedem dieser Vorschläge ist die Kategorisierung als Gruppe, deren Namen, sowie die aktuelle Mitgliederzahl abzulesen. Außerdem ist jede der vier Gruppen mit einem kreisrunden Ausschnitt eines Bildes versehen. Über einen Knöpfen, jeweils rechts neben jeder einzelnen Gruppe, die mit einem ‚+Beitreten‘ beschriftet sind, kann diesen Gruppen beigetreten werden. Sofern der Beitritt bereits erfolgte, ist dieser Knopf mit einem Haken und dem Wort ‚Beigetreten‘ versehen. Das angemeldete Profil, von welchem ausgehend dieser Screenshot gemacht wurde, ist der Gruppe, die als erstes Suchergebnis erscheint, bereits beigetreten, den folgenden drei Gruppen noch nicht. Diese sind auch mit einem kleinen Absatz unter dem ersten Suchergebnis angeordnet. Von diesem

unterscheiden sie sich auch darin, dass sie durch einen kurze Beschreibungstext ergänzt sind, der allerdings nicht vollständig zu lesen ist, sondern mit „....“ endet und desweiteren darin, dass die Auskunft über die Anzahl der Beiträge pro Tag oder Woche angegeben ist.

Seiten:

Darauffolgend finden sich fünf Facebook-Seiten. Anstelle von Mitgliedern, kann man sehen, wie vielen die Seite gefällt. Die „Like“-Option steht zur Verfügung anstelle von möglichem Beitritt.

Veranstaltungen:

Man kann über den „Interessiert“-Knopf das eigene Teilnahmeinteresse sofort bekunden. Im darunter liegenden Abschnitt steht „Alle Veranstaltung zu „feminismus“ ansehen“ woraufhin ein Link mit „Alle ansehen“ folgt.

Fotos:

Die nächste Rubrik, welche angezeigt wird, ist „Fotos“. Auf der rechten Seite des Kastens ist ein Link mit „Alle sehen“, um alle Fotos ansehen zu können. Zur Übersicht werden sechs Fotos zum Thema „Feminismus“ angezeigt. Danach folgt ein Beitrag in der Gruppe „Feminismus queer und intersektional“. Zu sehen ist links oben, in einem runden Feld, das Profilfoto des Users. Darunter folgt vor wie vielen Stunden (4Std) der Beitrag getätigt wurde. Dann ist ein Button mit dem Status zu sehen, wer den Beitrag sehen darf, in diesem Fall nur die Gruppenmitglieder. Anschließend folgt der Beitragstext und rechts davon ein Bild. Direkt unter dem Feld wird der Link für die Anzahl der Kommentare angezeigt. Klickt man auf diesen Link, kann man auf den Beitrag reagieren.

Artikel:

Danach folgt ein Kasten mit den Artikeln zum Thema „Feminismus“. Die Überschrift des Kastens ist „Artikel“, rechts davon ist wieder ein Linkfeld „Alle sehen“, um alle Artikel zu diesem Thema abrufen zu können. Zur Übersicht sind zwei Artikel in dem Kasten abgebildet. Der Aufbau: Zunächst ist die Überschrift des Artikels zu sehen. Danach folgt ein kleines Abstrakt des Artikels. Darunter steht die Homepage, wo der Artikel zu finden ist. Zuletzt steht ganz unten: Erst das Datum des Artikels und danach wie oft der Artikel geteilt wurde. Im Anschluss werden drei Facebook-Seiten aufgelistet. In diesem Fall die Seite eines lokalen Vereins, eine Nachrichten- und Medienseite, und eine Community. Diese Seiten werden ebenfalls in einem Kasten angezeigt. Der Aufbau: Links oben folgt das Profilfoto der Seite, und daneben der Name der Seite. Darunter steht die Art des Accounts, die Anzahl der User, welchen die Seite gefällt und am Ende, die Art der Facebook-Seite. Unter diesen Daten folgt ein Beitrag der auf der jeweiligen Seite veröffentlicht wurde. Zunächst sieht man hierbei zuerst wann der Beitrag gepostet wurde, danach wieder wer den Beitrag sehen darf und dann den Beitragstext. Rechts daneben ist ein Foto des Beitrags zu sehen. Direkt unter dem Foto steht wieder der Link mit der Anzahl der Kommentare und wie oft der Beitrag geteilt wurde und unter dem Beitragstext sieht man die Art und Anzahl der getätigten Emoji, somit die Reaktion der User auf den Beitrag der Seite.

Forschungsfrage: Was ist Feminismus?

In unserer Analyse des Materials versuchen wir die Frage danach zu beantworten, was - auf Grundlage der Ergebnisse des Suchvorgangs nach dem Schlagwort ‚Feminismus‘ auf der Plattform Facebook, ausgehend von dem Material zugrundeliegenden Profils - unter dem Phänomen Feminismus zu verstehen ist.

Analysemethode

In unserer Materialanalyse gehen wir der Frage nach, was - auf Grundlage der Ergebnisse des Suchvorgangs nach dem Schlagwort ‚Feminismus‘ ausgehend vom dem Material zugrundeliegenden Profil - unter ‚Feminismus‘ zu verstehen ist. Unsere Analyse bezieht sich dabei auf sogenanntes natürliches Material: die Daten sind unabhängig von unserem Forschungsinteresse im Internet existent, wurden also nicht speziell für die Analyse generiert, wie es beispielsweise bei Interviewforschung der Fall wäre (vgl. Schirmer 2017a).

Interessant an internetbasierten Daten ist die Multimodalität. Die Beiträge vereinen geschriebenen und gesprochenen Text als auch bewegte und unbewegte Bilder und bieten daher eine Vielzahl an Ansatzpunkten für eine Analyse (vgl. Schirmer 2017a). In unserer Analyse des Datenmaterials, das wie beschrieben aus einem Screenshot des Suchergebnisses nach ‚Feminismus‘ besteht, haben wir den Fokus ausschließlich auf den Text gelegt. Zum einen, da dieser im Vergleich zu anderen Inhalten im Datenmaterial quantitativ überwiegt, zum anderen, um eine Vermischung von Methoden zu vermeiden. In diesem Sinne haben wir eine „Verengung des Blicks“ (Schirmer 2017a) vorgenommen, um gründlich und fokussiert der Frage nachzugehen, was Feminismus im Material bedeutet.

Zur qualitativen Analyse des Materials arbeiten wir mit dem Analyse-Dreischritt. Dieser ist besteht aus den Schritten Darstellung-Interpretation-Theoriebildung, welche aufeinander folgen.

- *Darstellung:* „Mit der Darstellung werden zuerst einmal die Inhalte beschrieben, möglichst materialgetreu, also nah am intendierten oder „offensichtlichen“ Ausdruck.“ (Schirmer 2009: 103). „Der Zweck der Darstellung ist die Ordnung und Strukturierung des Materials. Die Wiedergabe soll deshalb möglichst materialgetreu erfolgen, um Interpretationen der Forschenden zu vermeiden, dennoch ist diese Strukturierungs- und Darstellungsleistung der ForscherIn immer auch eine implizite Interpretation“ (ebd.).
- *Interpretation:* In diesem Schritt entfernt sich die forschende Person vom Material auf solche Weise, dass dieses nicht mehr aus dessen Perspektive dargestellt wird. Vielmehr werden „Zusammenhänge, mögliche Bedeutungen und Hintergründe betrachtet“. (Schirmer 2009: 104) Kontrastierung innerhalb eines Falles und zwischen Fällen ist Teil der Interpretation und dient auch als Teil und Grundlage für die Theoriebildung.
- *Theoriebildung:* Sie versteht sich als Verknüpfung von Fällen und Thesen. Ihr Ablauf funktioniert nach derselben Reihenfolge wie der Analyse-Dreischritt: „Zuerst steht der Fallbezug im Vordergrund, dann erfolgt die Verknüpfung mit relevanten Thesen und Theorien und schließlich, darauf basierend, die Theoriebildung“ (ebd.).

Analyse Einzelbeiträge

Gruppe "Feminismus queer & intersektional"



Darstellung

Die Gruppe mit dem Namen ‚Feminismus queer & intersektional‘ hat 952 Mitglieder, eines davon das

Profil das dem Datenmaterial zugrunde liegt.

Interpretation

Der Name der Gruppe kann sowohl als allgemeine Anforderung an Feminismus verstanden werden, als auch eine Beschreibung dessen, welche Art von Feminismus in dieser Gruppe verhandelt wird, nämlich nach einer queeren und intersektionalen Agenda. Queer kann in diesem Zusammenhang als Begriff verstanden werden, der die binäre Organisation des Geschlechter- und Sexualitätsverhältnisses in männlich und weiblich aufzubrechen versucht. Der Begriff intersektional stellt die Multidimensionalität von Unterdrückungserfahrungen in den Vordergrund feministischer Arbeit, welche besagt, dass neben Geschlecht auch weitere Kategorien wie beispielsweise Klasse, Ethnizität, sexuelle Präferenzen etc. in das Verständnis von Diskriminierungsparametern miteinbezogen werden sollten.

Was ist Feminismus in diesem Beitrag?

- bricht heteronormative Kategorien wie männlich und weiblich auf
- etwas, das sich neben Geschlecht auch mit anderen Diskriminierungsparametern und Unterdrückungserfahrungen auseinandersetzt

Gruppe "Kampf dem Feminismus"



Darstellung

Die Gruppe mit dem Namen ‚Kampf dem Feminismus‘ hat 95 Mitgliedern, welche im Durchschnitt zwei Beiträge pro Woche posten. Die Beschreibung der Gruppe lässt verlauten, dass es eine verheerende Entwicklung des Feminismus gebe, die gestoppt werden müsse, da diese mit der Diskriminierung von Männern mit einher ginge.

Interpretation

Der imperativen Name der Gruppe ist als Aufruf zu verstehen, aktiv gegen Feminismus zu kämpfen. Die Gruppe definiert sich über eine antifeministische bzw. reaktionäre Agenda. Feminismus scheint hier als homogenes, verstärkt auftretendes Phänomen verstanden zu werden, das zwangsläufig mit der Diskriminierung von Männern einher geht. Die Beschreibung der Gruppe lässt vermuten, dass unter den Mitgliedern hauptsächlich Personen sind, die sich als Männer verstehen, und sich damit als unmittelbar betroffen von der Entwicklung des Feminismus sehen. Daher der Aufruf, gegen diese Entwicklung zu kämpfen. Name und Selbstbeschreibung sind von einer martialen Rhetorik geprägt („Kampf“, „verheerend“).

Was ist Feminismus in diesem Beitrag?

- eine Entwicklung; etwas, was verstärkt auftritt
- etwas, wovon ausschließlich nicht-männliche Personen profitieren, einhergehend mit der Diskriminierung von Männern
- ein Phänomen, gegen welches sich positioniert werden kann

- etwas, das bekämpft wird (oder, der Gruppe nach, werden muss)
- etwas, das starke Emotionen in Personen evoziert

Gruppe "Feminismus Österreich"



Darstellung

Die Gruppe mit dem Namen ‚Feminismus Österreich‘ hat 230 Mitglieder, welche im Durchschnitt drei Beiträge pro Tag posten. Laut Beschreibung soll in dieser Gruppe ein respektvoller Austausch über sämtliche feministische Themen stattfinden.

Interpretation

Die Gruppe stellt einen offenen Raum für den Austausch über feministische Themen zur Verfügung. Dass konkret auf den „respektvollen“ Austausch hingewiesen wird, lässt darauf schließen, dass dieser Respekt im Austausch über feministische Themen nicht immer gegeben ist. Der Ortsbezug zu Österreich lässt vermuten, dass in der Gruppe nationbezogene Themen im Zusammenhang mit Feminismus diskutiert werden.

Was ist Feminismus in diesem Beitrag?

- etwas, das in Bezug auf einen spezifischen geografischen Raum verhandelt werden kann
- ein Phänomen, das einem respektvollen Austausch bedarf
- etwas, dem nicht immer respektvoll begegnet ist
- ein Phänomen, dem bestimmte Themen zugeordnet werden können

Gruppe "Feminismus - mit ze.tt"



Darstellung

Die Gruppe mit dem Namen ‚Feminismus – mit ze.tt‘ hat 1425 Mitglieder welche im Durchschnitt zehn Beiträge pro Woche posten. Die Beschreibung beinhaltet einen Hinweis an neue Mitglieder, in welchem diese darum gebeten werden, zunächst Fragen zu beantworten, die (vermutlich beim Beitritt) gestellt werden.

Interpretation

Dass beim Gruppenbeitritt Fragen zu beantworten sind, impliziert, dass Personen eine gewisse Motivation haben können, der Gruppe beizutreten, die über die Fragen erfahren werden kann. ‚ze.tt‘ ist ein Online-Magazin der Zeitung ‚Zeit‘, das an eine jüngere Zielgruppe gerichtet ist. Die damit einhergehende Reichweite lässt sich auch an der Mitgliedszahl ablesen: So ist diese die größte

der vier Gruppen des Datenmaterials, während sie gleichzeitig allerdings weniger wöchentliche Beiträge hat als andere Gruppen. Feminismus geht hier als ein Phänomen hervor, das auch von größeren (Print-)Medien relevant gemacht wird.

Was ist Feminismus in diesem Beitrag?

- ein Phänomen, über das in medialer Form informiert und aufklärt wird
- ein Phänomen, das durch die mediale Repräsentation potenziell eine große Reichweite haben kann

Gruppe "Feminismus im Pott"



Darstellung

Die Seite mit dem Namen ‚Feminismus im Pott‘ gefällt 11.004 Nutzer*Innen. Es wird angezeigt, dass diese Seite zwei Profilen aus der Freundesliste des dem Datenmaterial zugrundeliegenden Profils, Anne W. und Andrea S., gefällt. Aus der Beschreibung der Seite geht diese als Gemeinschaftsblog aus dem Ruhrgebiet hervor. Des Weiteren werden Nutzer*Innen explizit dazu aufgefordert, einen Blick in die Seite zuwerfen und mitzumachen.

Interpretation

Der Gemeinschaftsblog ist eine Plattform auf welcher sich die Nutzer*innen über das Thema Feminismus austauschen können. Mit der Aufforderung „Schaut rein und macht mit“ wird die Partizipation von Nutzer*Innen angeregt. Dass sowohl im Namen als auch der Beschreibung ein Ortsbezug hergestellt wird, lässt erneut vermuten, dass es sich unter anderem um einen ortsbezogenen Austausch über feministische Themen handelt.

Was ist Feminismus in diesem Beitrag?

- etwas, das regional gebunden sein kann (lokal)
- etwas, das einer Plattform des Austauschs bedarf (digital)
- ein Phänomen, über das aktiv verhandelt werden kann und dieser Teilhabe auch bedarf (Partizipation)
- etwas, das in gemeinsamen Blogs online verhandelt wird

Seite "Wer braucht Feminismus?"



The screenshot shows a Facebook page titled 'Wer braucht Feminismus?'. The profile picture is a black circle with 'WB F?' in white. The page has 6.902 likes. A post on the page asks 'Warum brauchst du Feminismus? Mach mit. Poste ein Statement. Oder sende dein Foto-Statement an...'. There is a 'Like' button.

Darstellung

Die Seite mit dem Namen ‚Wer braucht Feminismus?‘ gefällt 6902 Nutzer*innen. Es wird angezeigt, dass dem Profil Natascha K. und acht weiteren Profilen der Freundesliste des dem Datenmaterial zugrundeliegenden Profils gefällt. In der Beschreibung der Seite wird die Frage gestellt, warum man selbst Feminismus braucht. Auf die Frage folgt die Aufforderung mitzumachen und ein Statement oder Foto-Statement zu posten.

Interpretation

Die Frage ‚Wer braucht Feminismus?‘ soll dazu anregen, sich aktiv mit dem Nutzen und der Relevanz von Feminismus auseinanderzusetzen. Die Frage impliziert, dass nicht alle Menschen Feminismus brauchen, scheint in diesem Kontext allerdings rhetorisch zu sein. Mit der Frage: „Warum brauchst du Feminismus?“ in der Selbstbeschreibung werden potenzielle Nutzer*Innen direkt angesprochen und so angeregt sich explizit mit dem Thema Feminismus in Bezug auf sich selbst auseinanderzusetzen. Dass auch zu einem Foto-Statement eingeladen wird, deutet auf den Versuch hin, medial wirksame Inhalte zu generieren, da beispielsweise Fotos einen öffentlichkeitswirksameren Charakter haben, als Textinhalte.

Was ist Feminismus in diesem Beitrag?

- etwas, das alle Menschen gleichsam anzusprechen scheint
- etwas, das Partizipation bedarf
- etwas, zu dem Menschen Meinungen haben, die hörbar und sichtbar gemacht werden sollen
- etwas, so wird suggeriert, das alle angeht

Seite "Feminismus"



Darstellung

Die Seite mit dem Namen ‚Feminismus‘ gefällt 137 Nutzer*Innen. Ihre Selbstbeschreibung besagt, dass in dieser Gruppe Beiträge von feministischen Blogs, Seiten, Facebook-Gruppen, etc. gesammelt werden.

Interpretation

Die Seite bildet eine Art Sammelbecken für die Inhalte, die auf weiteren feministischen Plattformen generiert werden. Dies lässt darauf schließen, dass Inhalte und Erkenntnisse, die im Zusammenhang

mit feministischen Themen in Form von Beiträgen etc. geteilt werden, von längerfristigem Interesse und auch gruppenübergreifend relevant für andere Nutzer*Innen sein können. Außerdem scheint es eine Vernetzung zwischen verschiedenen feministischen Plattformen zu geben.

Was ist Feminismus in diesem Beitrag?

- etwas, das im Internet verhandelt wird
- etwas, das für verschiedene Akteur*Innen über unterschiedliche Plattformen hinweg von Interesse ist und diesen Anlass gibt, sich zu vernetzen und auszutauschen

Seite "Liberaler Feminismus"



Darstellung

Die Seite mit dem Namen ‚Liberaler Feminismus‘ gefällt 963 Nutzer*Innen. Die Selbstbeschreibung besteht aus einem einzigen Satz und wiederholt den Titel der Seite.

Interpretation

Es scheint eine liberale Strömung des Feminismus zu geben, was impliziert, dass es unterschiedliche politische Auslegungen davon gibt, wie und was Feminismus sein soll.

Was ist Feminismus in diesem Beitrag?

- etwas, das auf politischer Ebene unterschiedlich gelebt und ausgelegt werden kann

Seite "Plattform für radikalen Feminismus"



Darstellung

Die Seite mit dem Namen ‚Plattform für radikalen Feminismus‘ gefällt 1137 Nutzer*Innen. Die Selbstbeschreibung beinhaltet eine auf Englisch formulierte Aufforderung, Feminismus zu einer Bedrohung zu machen.

Interpretation

Hier wird von einem radikalen Feminismus gesprochen, was erneut eine politische Lesart von Feminismus relevant macht. Die Bedrohung, von der die Rede ist, steht vermutlich im Sinne der Drohung einer Destabilisierung des bisherigen Geschlechtersystems. Auch hier ist wieder ein partizipationsfördernder Imperativ zu verzeichnen, wenn es heißt „let's“, also englisch für ‚lasst uns‘ Feminismus zu einer Bedrohung machen. Das ‚uns‘ weist darauf hin, dass Feminismus von einer aktiven Community mit einem Wir-Gefühl lebt.

Was ist Feminismus in diesem Beitrag?

- etwas, das in Hinblick auf die politische Ebene auch bezüglich ihrer Radikalität verhandelt wird und

radikal umgesetzt werden kann

- etwas, das die bisherige Situation/das aktuelle Geschlechterverhältnis bedrohen kann
- etwas das auch auf englischer Sprache verhandelt wird
- etwas, das der Partizipation einer Community bedarf

Beitrag Luis F. Puschs in "Rettet den Feminismus in Voralberg und überhaupt!"



Darstellung

Der Beitrag stammt vom Profil Luise F. Pusch und wurde in der Gruppe ,Rettet den Feminismus in Voralberg und überhaupt!' gepostet. Darin geht es um eine Person (Marlen Haushofer) die vor 100 Jahren geboren wurde. Diese hatte ein Werk namens Die Wand (1964) geschrieben. Die den Beitrag verfassende Person zeigt sich besorgt, dass das Buch nicht an Aktualität eingebüßt hat und nennt eine ,FemBiografie' zur Autorin verfasst von Rolf Löchel. Außerdem ist ein Porträt einer Person zu sehen. Der Beitrag hat sechs Reaktionen hervorgerufen (Daumen hoch und Herz) und einen Kommentar.

Interpretation

Das Werk Die Wand, welches von Marlen Haushofer 1964 veröffentlicht wurde, sei heute inhaltlich genauso aktuell wie damals. Es ist nicht ersichtlich, ob das Werk oder die Autorin selbst intendierten feministischen Bezug hat. Ihre Biografie wird jedoch auf feministische Weise kontextualisiert. Der Beitrag lässt vermuten, dass die postende Person erschrocken darüber ist, dass ein sechzig Jahre altes Buch nach wie vor von gesellschaftlicher Relevanz sein kann, sich also möglicherweise Problemstellungen auch in mehr als einem halben Jahrhundert nicht gelöst haben.

Was ist Feminismus in diesem Beitrag?

- etwas, das das Schaffen von Menschen und deren Biografien in bestimmte Diskurse einbettet. Menschen können demnach wichtig für ein Verständnis von Feminismus sein, ohne aktiv das zu beabsichtigen
- eine Perspektive auf/Lesart von Wirklichkeit
- etwas, das mit Frauen und Weiblichkeit zu tun hat
- etwas, das in medialer Form, hier in der Literatur, verhandelt wird
- etwas das es schon in der Vergangenheit von Relevanz war, und es auch aktuell noch ist
- etwas, das aus der Sicht der postenden Person nicht mehr so aktuell von Notwendigkeit sein sollte, es aber dennoch ist

Veranstaltung "Feminismus"



Darstellung

Die Veranstaltung ‚Feminismus‘, an der 65 Personen interessiert sind, soll am 7. Februar im Kempten-Museum im Zumsteinhaus stattfinden.

Interpretation

Es wird an einem Ort, dem Kempten-Museum in Zumsteinhaus, über Feminismus informiert. Es kann sich dabei sowohl um eine Informationsveranstaltung zum Thema Feministischer Theorie, als auch um ein Vernetzungstreffen feministischer Akteur*Innen handeln. Die genaue Absicht der Veranstaltung kann dem Datenmaterial nicht entnommen werden.

Was ist Feminismus in diesem Beitrag?

- etwas, das in kulturellen Institutionen wie Museen verhandelt wird

Beitrag Tim Kühnels in "Feminismus queer & intersektional"



Darstellung

Der Beitrag stammt vom Profil Tim Kühnel und wurde in die Gruppe ‚Feminismus queer & intersektional‘ gepostet. Er handelt von einem Artikel zum Thema ‚Toxische Weiblichkeit‘, ein Begriff, den der Autor als Kampfbegriff versteht und als antifeministisch bezeichnet. Der Artikel erschien in einer Reihe des Autors zum Thema Feminismus und ist der dritte Beitrag in ebenjener. Der Beitrag wurde drei Mal kommentiert.

Interpretation

Der Autor scheint pro-feministisch eingestellt zu sein. Den Begriff ‚Toxische Weiblichkeit‘ verurteilt er als antifeministischen Kampfbegriff, was suggeriert, dass er diesen inhaltlich nicht ernst zunehmen scheint. Da er in die Gruppe ‚Feminismus queer & intersektional‘ gepostet hat, lässt sich vermuten, dass sein Feminismus intersektionale und queere Ansätze verfolgt.

Was ist Feminismus in diesem Beitrag?

- etwas, das mit einem bestimmten Jargon einhergeht
- etwas, das mit Weiblichkeit und Geschlecht zu tun hat
- etwas, womit sich Männer* beschäftigen (Vorausgesetzt, der Name des Profils des Autors ist sein richtiger Name und wird korrekterweise als männlicher Name gelesen)
- etwas, wofür oder wogegen sich positioniert wird

Beitrag "Feminismus rettet Leben - DER SPIEGEL - Panorama"



Darstellung

Der Artikel ‚Feminismus rettet Leben‘ aus dem SPIEGEL Panorama wurde am 9. April auf spiegel.de veröffentlicht und 108mal geteilt. Er handelt davon, dass Frauen das gesellschaftliche Leben – gerade während der Corona-Pandemie – weiterhin am Laufen hielten. Gleichzeitig seien es Männer, die in leitenden Positionen arbeiten.

Interpretation

Der Artikel impliziert ein Ungleichgewicht zwischen den Tätigkeiten, die Männer und Frauen ausüben, bzw. den Positionen in diesen und der Anerkennung, die damit einhergeht. Im Zusammenhang mit der Corona-Pandemie lässt sich vermuten, dass die Autor*Innen darauf hinaus wollen, dass Care-Aufgaben in der Regel von Frauen übernommen werden. Das vermehrte Anfallen von diesen Care-Aufgaben stellt die Gesellschaft während der Pandemie im Zusammenhang mit Schul- und Kita-Schließungen vor eine Herausforderung. Diese Herausforderung, so suggeriert der Artikel, wird durch Frauen bewältigt. Anerkennung in Sachen Karriere oder in monetärer Form gebe es dafür allerdings nicht, denn den ‚Care-Arbeit übernehmenden Frauen‘ werden ‚Männer in leitenden Jobs‘ gegenübergestellt. Bei der Formulierung, dass Frauen es sind, die die Gesellschaft am Laufen halten, klingt mit, dass die ‚Männer in leitenden Job‘ zu dieser nichts beitragen.

Was ist Feminismus in diesem Beitrag?

- etwas, das im Zusammenhang mit Geschlechtern (Männer und Frauen) steht
- etwas, das den Arbeitsmarkt/Wirtschaft betrifft
- etwas, das sich mit gesellschaftlichen Herausforderungen beschäftigt
- etwas, das auf ein systemisches Ungleichgewicht zwischen Geschlechtern hindeutet
- etwas, das in Zeitungen/Zeitschriften für ein breites Publikum relevant gemacht wird

Beitrag "How 'Mrs. America' gives Shirley Chisholm her due"



Darstellung

Der Artikel ‚How ‚Mrs. America‘ gives Shirley Chisholm her due- and exposes the limits of 1970s...‘ erschien am 22. April auf washingtonpost.com. Es geht um den Drehbuchautor Dahvi Waller sowie Schauspielerin Uzo Aduba die über die Verantwortung diskutieren, die einhergeht mit der Erzählung über die New Yorker Abgeordnete. Der Beitrag ist auf Englisch verfasst und wurde 780 Mal geteilt.

Interpretation

Shirley Chisholm war die erste afroamerikanische Abgeordnete im US-Repräsentantenhaus. Dass ein

Artikel, bei dem Filmschaffende über die Verantwortung sprechen, die mit der filmischen Darstellung ihrer Geschichte in ‚Mrs. America‘ einhergeht, unter der Suchanfrage Feminismus auftaucht, macht die Multidimensionalität von Feminismus als Phänomen auf: Feminismus, als etwas, das die Popkultur betrifft; als etwas, das Schwarze Frauen betrifft; etwas, das die Politik betrifft; etwas, das in einem US-amerikanischen Kontext relevant ist, etc. Dass der Fokus auf der Verantwortung gegenüber Shirley Chisholm und ihrer Geschichte liegt, legt nahe, dass es einer gewissen Sensibilität erfordert, den vermutlicherweise steinigen Werdegang der ersten Schwarzen Frau im Repräsentantenhaus filmisch zu realisieren und weiß auf ein intersektionales Verständnis von Feminismus hin.

Was ist Feminismus in diesem Beitrag?

- etwas, das die Popkultur betrifft
- etwas, das den beruflichen Werdegang von Schwarzen Frauen
- etwas, das Frauen betrifft
- etwas, das die Politik betrifft
- etwas, das in einem US-amerikanischen Kontext relevant ist, etc.

Beitrag "Frauenstreikkoordination Bern"



Darstellung

Die Seite mit dem Namen ‚Frauenstreikkoordination Bern‘, welche 2736 Personen gefällt und als lokaler Verein kategorisiert ist, der sich dem Namen nach mit der Koordination des Frauenstreiks in Bern beschäftigt, postet am 24. April einen öffentlichen Beitrag, der mit der Frage danach beginnt, ob Feminismus Luxus für bessere Tage sei. Die darauffolgende Antwort argumentiert, die Politik treffe derzeit weltweit in rasendem Tempo Entscheidungen von unbekannter Tragweite. Nur Leichtsinnige würden jetzt ihre Wahrnehmung beschränken. Stattdessen sei es vernünftiger, den Blick zu erweitern.

Interpretation

Dem Namen nach handelt es sich um eine Seite, die für die Koordination eines Frauenstreiks in Bern zuständig ist. Hier ist ein vergeschlechtlichter und gesellschaftlicher/wirtschaftlicher Bezug von Feminismus zu erkennen. Die Frage danach, was hier unter einem Streik zu verstehen ist, bleibt ungeklärt. Die Seite hat zudem mit Bern einen konkreten Ortsbezug. Scheinbar wird sie allerdings auch für das Teilen anderer Beiträge im Zusammenhang mit Feminismus genutzt, wie der vorliegende Beitrag zeigt. Die Frage, ob Feminismus Luxus, also ein nicht grundlegend notwendiges Phänomen und damit ausschließlich für bessere Tage sei, und somit beispielsweise in Krisentagen (in denen der vorliegende Beitrag gepostet wurde – mitten innerhalb der Zeit der Corona-Pandemie) nicht von Nöten, scheint rhetorisch zu sein, da sie im Laufe des Beitrags von den Administrator*Innen der Seite/der schreibenden Person nicht erörtert, sondern mit nein beantwortet wird. Von Seiten der Postenden aus bedarf es Feminismus notwendigerweise. Die Aussage, dass „die Politik [...] gerade weltweit in rasendem Tempo Entscheidungen von ungekannter Tragweite“ treffe, mutet in ihrer Formulierung leicht populistisch an. So klingt es als gäbe es eine gleichgeschaltete Institution Politik, die weltweit agiert. Auch das „rasende Tempo“ und die „ungekannte Tragweite“ unterstreichen diesen leicht populistischen Ton, im Sinne einer fast schon unaufhaltsamen Entwicklung und der

Angst vor dem Unbekannten. Dieser Ton im Anschluss an die rhetorische Frage geben dem Beitrag eine emotional aufgeladene Note. Der nächste Satz suggeriert, dass Menschen, die sich nicht als feministisch verstehen, bzw. keine feministische Perspektive einnehmen, „Leichtsinnige“ sind, die ihre „Wahrnehmung“ „beschränken“. „Vernünftiger“ sei es, „den Blick zu erweitern“, was, so deutet der Beitrag an, durch Feminismus zu leisten wäre. Feminismus ist also dem Beitrag nach vernünftig und unmittelbar an den Blick auf bzw. die Wahrnehmung von politischen Entscheidungen/deren Auswirkungen verknüpft und, so suggeriert der Beitrag, könnte diese auch beeinflussen.

Was ist Feminismus in diesem Beitrag?

- eine vergeschlechtlichte Angelegenheit, die Frauen betrifft
- etwas, das den Arbeitsmarkt/Wirtschaft betrifft
- eine vernünftige Notwendigkeit
- eine politische Angelegenheit
- eine ortsgebundene Angelegenheit
- eine weltweite Angelegenheit
- eine emotional aufgeladene Angelegenheit
- eine Perspektive, die Wahrnehmung und Blick erweitert
- eine Möglichkeit, die unbekannte Tragweite politischer Entscheidungen zu prüfen/zu beeinflussen

Beitrag „Rhein-Zeitung“



Darstellung

Die Seite mit dem Namen ‚Rhein-Zeitung‘, welche 50.473 Personen gefällt und als Nachrichten- und Medienseite kategorisiert ist, die dem Namen nach die Facebookpräsenz einer Rhein-Zeitung darstellt, postet am Tag bevor der Screenshot gemacht wurde, folglich am 26. April 2020, einen öffentlichen Beitrag, der mit einer Aneinanderreihung von Substantiven beginnt: Feminismus, Antifeminismus, Faschismus, Liebe, Hass, Selbsthass, Blut und Boden. Dies sei, so der Beitrag, am Tatort des Mordes an einer jungen Frau zu finden, die als Videobloggerin unter dem Titel ‚National feminin‘ ihre Weltsicht digital verbreite.

Interpretation

Die ersten sechs Substantive, die am Anfang des Beitrags genannt werden, könnten in die beiden Kategorien Überzeugungssysteme (Feminismus, Antifeminismus und Faschismus) und Emotionen (Liebe, Hass, Selbsthass) gegliedert werden. Man könnte die Vermutung anstellen, dass die drei Emotionen von Seiten der Redaktion in direkter Korrelation zu den Überzeugungssystemen zu verstehen sind, also Feminismus – Liebe, Antifeminismus – Hass, Faschismus – Selbsthass. Gleichzeitig bilden die ersten beiden Substantive jeweils sich gegenüberstehende Wortpaare: Feminismus - Antifeminismus, Liebe - Hass. Blut und Boden würden nach dieser Einteilung rausfallen,

könnten allerdings direkt auf den Mord-Tatort bezogen werden. Der Mord an der jungen Frau, einer Videobloggerin, wird, so suggeriert zumindest der Beitrag, in direkten Zusammenhang mit ihrer Tätigkeit als Videobloggerin gebracht, die ihre Weltsicht digital verbreitet. Ob es sich bei dieser Weltsicht um eines der oben genannten Überzeugungssysteme handelt, wird aus dem Beitrag nicht ersichtlich. Auf Grund ihrer Beschreibung als junge Frau und des Begriffs ‚feminin‘ im Titel ihrer digitalen Präsenz, ‚National feminin‘, und auf Grund dessen, dass sie Opfer von Gewalt wurde, könnte man vermuten, dass sie eine feministische Weltsicht hatte. Dass der Begriff ‚national‘ im Titel relevant gemacht wird, könnte allerdings auch als Hinweis auf eine faschistoide Weltsicht gelesen werden. Beides sind allerdings nur vage Vermutungen, da feminin nicht mit feministisch, und national nicht mit faschistisch gleichzusetzen ist. Eine Frage, die sich dadurch noch auftut, wäre, ob man sowohl feministisch als auch faschistisch sein kann, oder, ob sich diese beiden Begriffe gegenseitig ausschließen.

Was ist Feminismus in diesem Beitrag?

- eine Weltsicht, ein Überzeugungssystem
- etwas, wogegen man sich positionieren kann
- eine emotionale Angelegenheit
- eine nationale Angelegenheit
- in Zusammenhang mit Gewalt
- etwas, das Frauen zu betreffen scheint
- etwas, das digital verbreitet wird

Beitrag „Wer braucht Feminismus?“



Darstellung

Die Seite mit dem Namen ‚Wer braucht Feminismus‘, welche 6.902 Personen gefällt und als Community kategorisiert ist, die sich dem Namen nach mit der Frage auseinandersetzt, wer Feminismus braucht, postet am 12. April 2020, einen öffentlichen Beitrag, der mit einem Statement von zwei Müttern beginnt, die Feminismus brauchen, weil sie keine Lust hätten weiter zu erklären, dass ihre Kinder auch mit zwei Mamas eine ‚echte‘ Familie sind. Daraufhin folgen die drei Hashtags #werbrauchtfeminismus, #ichbrauchefeminismus und #wirbrauchenfeminismus.

Interpretation

Der Titel der Seite ‚Wer braucht Feminismus?‘ lässt die Frage aufkommen, ob wohl nicht jede Person Feminismus braucht. Sowohl die Antwort der beiden Mütter als auch die Hashtags legen allerdings die Vermutung nahe, dass es sich bei dem Namen um eine rhetorische Frage handle, und die Betreiber*Innen der Seite der Meinung sind, jeder braucht Feminismus. Die zwei Mütter erklären, dass ihre Kinder mit zwei Mamas eine echte Familie sind. Dass sich beide als Mamas der Kinder verstehen, lässt vermuten, dass sie sich als Frauen identifizieren und in einer Art Beziehung zueinanderstehen, möglicherweise in einer lesbischen Beziehung. In diesem Sinne würde Feminismus hier in einem Zusammenhang mit Frauen und einer nicht-heteronormativen Sexualität, evtl.

Homosexualität, stehen. Es wird das Thema Familie angesprochen. Die beiden müssen erklären, dass ihre Kinder auch mit zwei Mamas eine ‚echte‘ Familie haben. Damit sprechen sie implizit auf das gängige gesellschaftliche Bild einer ‚echten‘ Kernfamilie an, das aus Vater, Mutter, Kind besteht – dem sie zwar nicht entsprechen, was sie allerdings in ihren Augen nicht weniger zu einer ‚echten‘ Familie macht. Der Beitrag suggeriert, dass Feminismus dabei hilft, dieses (auch wieder nicht-heteronormative) Familienkonzept aus zwei Müttern und Kindern zu selbstverständlichen und damit weniger erkläungsbedürftig zu machen.

Was ist Feminismus in diesem Beitrag?

- etwas, das Normen in Bezug auf Sexualität aufbricht
- etwas, das Normen in Bezug auf Familie aufbricht
- etwas, das Frauen betrifft
- etwas, das Normabweichung weniger erkläungsbedürftig macht
- etwas, wovon alle Menschen profitieren?/was alle Menschen brauchen?

Fazit und Vergleich der Einzelanalysen (Theoriebildung)

Wo? Unsere Analyse ergibt, dass das Phänomen Feminismus unter anderem in sozialen Medien verhandelt wird. Es gibt spezifische Gruppen, (Gemeinschafts-)Blogs, Webseiten, Facebookseiten etc. die sich mit feministischen Inhalten auseinandersetzen. Auch scheinen die Seiten untereinander vernetzt zu sein, so gibt es beispielsweise Gruppen und Seiten mit dem gleichen Namen, oder auch eine Seite, auf der unterschiedliches Material sämtlicher Plattformen gesammelt wird. Es gibt feministische Literatur und auch in Sachen Popkultur scheint Feminismus eine Rolle zu spielen. Neben der digitalen Wirklichkeit als Spielfeld und Aushandlungsort von Feminismus, scheint dieser auch einen Bezug zur aktuellen Wirklichkeit zu haben. So tauchen im Material Gruppen, Seiten und Veranstaltungen auf, die an einen konkreten Ortsbezug haben.

Von wem? Als Akteur*Innen tauchen im Material sowohl (als männlich und weiblich gelesene) Einzelpersonen bzw. deren Profile, als auch Kulturschaffende und Politiker*Innen auf. Auch wird das Thema Feminismus von größeren deutschen Medieninstitutionen wie der ‚ZEIT‘ oder dem ‚Spiegel‘, aber auch international beispielsweise von der ‚Washington Post‘ aufgegriffen, was für eine internationale und gesamtgesellschaftliche Präsenz der Thematik spricht.

Für wen? Feminismus resultiert aus unserer Datenanalyse heraus als Phänomen, dessen zentrales Merkmal die Geschlechtlichkeit ist. Hauptsächlich scheint es dabei Frauen anzusprechen, jedoch stellt der vereinzelt auftretende Begriff „queer“ die Kategorie Frau an sich und diese als einzig angesprochenes Subjekt in Frage, genauso wie allgemein gehaltene Formulierungen, wie „Warum brauchst Du Feminismus?“, die suggerieren, dass alle Personen von Feminismus profitieren. Gleichzeitig taucht im Datenmaterial auch das Phänomen Antifeminismus auf und die darin zum Ausdruck gebrachte Position, Feminismus sei zu bekämpfen, da von diesem ausschließlich nicht-männliche Personen profitieren, weil er mit der Diskriminierung von Männern einherginge. So scheint Feminismus ein Phänomen zu sein, zu dem es kein einheitliches Stimmungsbild innerhalb der Gesellschaft gibt.

Wie? Im Zusammenhang mit feministischen Themen, die digital verhandelt werden, tauchen im Material häufig konkrete Aufforderungen zur Teilnahme und zum Austausch auf. So werden Fragen gestellt, es wird um Foto-Statements gebeten, etc. Dies lässt darauf schließen, dass das Phänomen Feminismus von der aktiven Partizipation einer Community lebt. Gleichzeitig ist im Material auch von Kämpfen und Streiks, oder von einer Bedrohung durch den Feminismus – im positiven wie negativen Sinne – die Rede. Das lässt vermuten, dass sich das Phänomen Feminismus gegen das bestehende System wendet, was manche als Bedrohung, andere als notwendigen Fortschritt werten. Das Phänomen Feminismus lässt sich auf Grundlage des Materials nicht vereinheitlichen. So ist die Rede von unterschiedlichen Arten von Feminismus, wie liberalem, radikalem, queerem und intersektionalem.

Wann? Das Phänomen Feminismus geht aus dem Material als eine Entwicklung hervor, die es bereits vor 60 Jahren schon gegeben hat, welche aber nach wie vor von Aktualität und in die Zukunft gewandt ist.

Was? Thematisch scheint sich Feminismus auf sämtliche Gesellschaftsbereiche beziehen zu lassen. Im Material ist die Rede von feministischen Themen. So treten unter anderem Bezüge zur Wirtschaft und zur Politik auf. In diesem Kontext wird unter anderem auf Herausforderungen hingewiesen, was nahelegt, dass die Idee im Feminismus ist, diesem Abhilfe zu verschaffen. So ist beispielsweise im wirtschaftlichen Kontext von einer Ungleichverteilung der gesellschaftlichen Verantwortung und beruflichen Entlohnung zwischen Männern und Frauen die Rede – zu Ungunsten von Frauen. Allerdings scheint auch das Privatleben von Personen, so wie deren Sexualität oder Familienstruktur im thematischen Fokus des Feminismus zu stehen, da er hilft, Normabweichungen in diesem Kontext zu selbstverständlichen. In diesem Sinne, so kann man zusammenfassend festhalten, ist das Phänomen nicht an konkrete thematische Inhalte gebunden, sondern eher als eine Art Perspektive zu verstehen, aus welcher heraus die Gesellschaft betrachtet werden kann, und an welche konkrete Vorstellungen und Ideale geknüpft sind.

Reflexion des Forschungsprozesses

Materialbeschreibung

In unserer Auseinandersetzung mit dem Datenmaterial nahmen wir uns, nach der allgemeinen Auseinandersetzung mit der Plattform Facebook an sich, die Beschreibung des Materials vor. Diese fiel zunächst sehr ausführlich und unter Berücksichtigung der einzelnen Bilder und Fotos aus. Da wir für den Verlauf der Analyse einen Vergleich anstellen wollte, bei dem wir das zur Verfügung gestellte Datenmaterial mit Dr. Schirmers Profil als Ausgangspunkt mit der gleichen Suchanfrage nach ‚Feminismus‘, aber ausgehend von einem unserer Facebook-Accounts kontrastieren wollten, generierten wir ein Vergleichsmaterial und widmeten uns dessen Beschreibung. Da relativ schnell absehbar wurde, dass die Analyse des Datenmaterials die gesamte Zeit in Anspruch nehmen würde, mussten wir leider von der Idee des Vergleichs absehen, woraufhin wir die Beschreibung des Vergleichsmaterials aus unserem Wiki löschten. Da wir im Laufe der Forschung unsere Analysemethode wechselten (s.u.), ergab sich eine inhaltliche Dopplung zwischen der anfänglichen Materialbeschreibung und dem ersten Schritt des neuen Analyseverfahrens, weshalb wir die anfänglich sehr umfangreiche Beschreibung zugunsten der Übersichtlichkeit des Wikis stark kürzten und auf die Beschreibung der strukturellen Kategorien des Datenmaterials (Gruppen, Seiten, Beiträge, etc.) herunter brachen.

Analysemethode

Nachdem wir die Materialbeschreibung abgeschlossen hatten, widmeten wir uns der Codierung des gesamten Materials anhand der Methode der Grounded Theory nach Corbin und Strauss (vgl. Corbin und Strauss 1996). Dabei hielten wir uns an das Offene Codieren (ebd.: 43-55). Hierbei wird das Material mit Codes versehen, welche anschließend verglichen, in Bezug gesetzt und so zu Kategorien gebündelt werden. Dabei haben wir sowohl mit direkten, wörtlich übernommenen, Codes aus dem Material, so genannten in-vivo-Codes, als auch mit Codes, die wir selbst dem Material zuschreiben, sogenannten in-vitro-Codes gearbeitet. In diesem Zuge sind einige fruchtbare Kategorien und dazugehörige, diese beschreibende Memos entstanden. Allerdings erhielten wir seitens Frau Dr. Schirmers die Rückmeldung, dass unsere Kategorien teilweise lediglich auf einem oder zwei Beiträgen des Materials beruhten, in diesem Sinne also nicht als allgemeine Aussage des Materials gelten konnten. Des Weiteren wurde kritisiert, dass wir, wie aus den Memos ersichtlich wurde, in unseren Kategorien nicht konsequent genug im Material verblieben, sondern teilweise bereits Interpretationen miteinfließen ließen. Außerdem berücksichtigten wir sowohl die Text- als auch die Bildebene, was für eine fokussierte Analyse zu umfangreich wäre. Aus diesem Grund änderten wir auf Anraten Dr. Schirmers unsere Analysemethode hin zum Analyse-Dreischritt (vgl. Schirmer 2017).

Der Analyse-Dreischritt bot uns den Vorteil, dass wir die insgesamt 15 textuellen Suchergebnisse der Anfrage systematisch und strukturiert durchanalysieren konnten. Hierzu haben wir die einzelnen Beiträge zunächst aufgeteilt. Jede*r von uns führte die die ersten beiden Schritte, Darstellung und Interpretation, für die zugeteilten Beiträge durch. Im Anschluss daran überarbeiteten wir gegenseitig unsere Ergebnisse. Dabei wurde nochmals deutlich, wie schwer es uns fiel, bei der Interpretation nicht auf bereits bestehende Vorannahmen, die das Konzept Feminismus betrafen, zurückzugreifen. Während wir auch hier anfänglich noch die Bildebene der einzelnen Beiträge mitberücksichtigten, einigten wir uns im Laufe des Forschungsprozesses, uns ausschließlich auf den Text zu fokussieren. Außerdem erweiterten wir unsere Interpretation um die Frage „Was ist Feminismus in diesem Beitrag?“, um unser Forschungsziel auch in den einzelnen Analyse-Schritten nicht aus den Augen zu verlieren. Da wir anfänglich noch davon ausgingen, den Analyse-Dreischritt mit unseren Ergebnissen aus der Grounded Theorie (GT) verbinden zu können, versahen wir die Beantwortung der Frage „Was ist Feminismus in diesem Beitrag?“ teilweise mit Codes bzw. Kategorien, die wir in unserem GT-Analyseschritt generiert hatten. Als uns klar wurde, dass ein Vereinen beider Analyse-Methoden einen großen Mehraufwand bedeuten würde, entschieden wir uns dazu, vollkommen von der GT abzusehen. Der Punkt Theoriebildung stellte uns vor eine erneute Herausforderung, da es uns die aktuellen Umstände des digitalen Semesters und der Corona-Pandemie erschwerten, einen angemessenen Raum zu schaffen, indem wir uns gemeinsam der Konstruktion unserer Theorie widmen konnten. Nachdem dann im Rahmen unserer Möglichkeiten doch ein theoretisches Grundkonstrukt zustande kam, mussten wir in diesem bei einer kritischen Beleuchtung erneut zu viel Einfluss von Vorannahmen und Interpretationen, die nicht unmittelbar mit dem Material korrespondierten, feststellen. Theoretische Annahmen allerdings sollen erst „in der Auseinandersetzung mit dem Feld und darin vorfindlicher Empirie entdeckt und als Ergebnis formuliert werden“ (Flick 1995: 150). Um den induktiven Prozess so wenig wie möglich mit impliziten Vorannahmen zu beladen, haben wir uns beim zweiten Formulierungsversuch einer Theorie an W-Fragen orientiert, die wir anhand des Materials beantworteten. Diese hatten zudem den Vorteil, dass sie unserer Theoriebildung eine Grundstruktur verliehen.

Gruppen-Reflexion

Uns ist sowohl die methodische Analysearbeit, als auch die technische Arbeit am Wiki und die Koordination unserer Kleingruppe sehr schwer gefallen. Letzteres mag zum Teil am Rahmen des digitalen Semesters gelegen haben, allerdings sind wir uns einig, dass wir uns in Zukunft bessere (digitale) Räume schaffen müssen, um diese Art von Gruppenarbeit vorzunehmen. Die

Diskussionsseite des Wikis eignete sich unserer Meinung nach nicht ausreichend gut zum Austausch, weshalb wir unsere Kommunikation hauptsächlich in vereinzelt stattfindende Treffen und einen Gruppenchat ausgelagert haben. Die Schwierigkeiten in der technischen Gestaltung des Wikis bestanden hauptsächlich darin, dass das Bearbeiten eines Wikis - für unerfahrene Nutzer*Innen - wesentlich mehr Zeit in Anspruch nimmt, als das Schreiben einer Gruppenarbeit. Diesen Zeitumfang haben wir zunächst unterschätzt. Was die methodische Analysearbeit ein geht, hätten wir von Beginn an mehr in den Austausch mit anderen Gruppen und Dr. Schirmer gehen können. Dadurch hätten wir uns viel Zeit und Energie gespart, die in Arbeitsschritte geflossen ist, die wir letztendlich in der Umsetzung unseres Wikis nicht nutzen konnten. Gewünscht hätten wir uns klarere Aufgabenschritte und mehr Anleitung von Außen.

Literaturverzeichnis

Flick, Uwe (1995): „Stationen des qualitativen Forschungsprozesses“ in Flick, Uwe; von Kardorff, Ernst; Keupp, Heiner; von Rosenstiel, Lutz; Wolff, Stefan: *Handbuch Qualitative Sozialforschung. Grundlagen, Konzepte, Methoden und Anwendungen*. Weinheim: Psychologie Verlags Union. 3. Auflage.

Schirmer, Dominique (2009): *Empirische Methoden der Sozialforschung. Grundlagen und Techniken*. Paderborn: W. Fink UTB.

Schirmer, Dominique (2017a): „Qualitativ Forschen mit internetbasierten Daten“. QUASUS. Qualitatives Methodenportal zur Qualitativen Sozial-, Unterrichts- und Schulforschung. <https://quasus.ph-freiburg.de/qualitativ-forschen-mit-internetbasierten-daten/>

Schirmer, Dominique (2017b): „Charakteristiken von Internetmaterial aus methodischer Sicht“. QUASUS. Qualitatives Methodenportal zur Qualitativen Sozial-, Unterrichts- und Schulforschung. <https://quasus.ph-freiburg.de/qualitativ-forschen-mit-internetbasierten-daten/>

Strauss, Anselm; Corbin, Juliet 1996: *Grounded Theory. Grundlagen Qualitativer Sozialforschung*. Weinheim: Beltz.

Weblinks

<https://www.about.fb.com/company-info/>

<https://www.thecrimson.com/article/2004/2/9/hundreds-register-for-new-facebook-website/->

<https://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/werbetour-fuer-investoren-startet-angeblich-montag-facebook-k-soll-am-18-mai-an-die-boerse-1.1346048>

<https://www.statista.com/statistics/277917/revenue-growth-of-selected-tech-companies/>

<https://www.statista.com/statistics/259390/most-important-social-media-platforms-for-marketers-worldwide/>

<https://www.statista.com/statistics/264875/brand-value-of-the-25-most-valuable-brands/>

<http://www.statista.com/statistics/346167/facebook-global-dau>

<http://www.statista.com/statistics/268136/top-15-countries-based-on-number-of-facebook-users>

http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/files/2019/0919_Beisch_Koch_Schaefer.pdf

<https://www.kinsta.com/de/blog/facebook-statistiken/>

<https://www.statista.com/statistics/376128/facebook-global-user-age-distribution/>

From:

<https://institut.soziologie.uni-freiburg.de/dokuwiki/> - Institut für Soziologie - Lehrwiki

Permanent link:

https://institut.soziologie.uni-freiburg.de/dokuwiki/doku.php?id=lv-wikis-oeffentlich:qasm20:analyse_facebook

Last update: **2021/05/12 17:59**

