

# **Like, Teilen, Kommentieren – Bedeutungen standardisierter Beziehungsmarkierungen zwischen persönlicher Wertschätzung und strategischer Kommunikation**

## **Fragestellung und theoretischer Hintergrund**

Onlinenutzung setzt und hinterlässt Spuren, die in Form aggregierter Daten interpretiert werden – durch Plattformen etwa bei der Implementierung von Empfehlungssystemen, durch Nutzende bei der Anschlusskommunikation und nicht zuletzt durch Wissenschaftler:innen werden solche Metriken und Strukturen etwa zur Rekonstruktion von Hashtag-Netzwerken oder zur Analyse sozialer Bewegungen genutzt. Offen bleibt, wofür die verwendeten Indikatoren eigentlich stehen und ob darüber eine Rekonstruktion semantischer und sozialer Zusammenhänge theoretisch wie empirisch gerechtfertigt ist, denn Likes, Hashtags, Mentions etc. entstehen in ganz unterschiedlichen Bedeutungszusammenhängen. Durch die Quantifizierung sozialer Interaktion, werden Gemeinsamkeiten und Unterschiede in Zahlen ausgedrückt, sodass eine eigene Wirklichkeit entsteht: “quantification is fundamentally social – an artifact of human action, imagination, ambition, accomplishment, and failing” (Espeland & Stevens 2008: 431). Dabei schlagen sich Affordanzen von Plattformen im sichtbaren Verhalten nieder: “the message reflects the process by which it was constituted” (Altheide 1994: 665; s.a. Klinger & Svensson 2018). Umgekehrt prägen die Spuren das Umfeld für andere Nutzende: Verhalten vermittelt durch die Funktionen von Online-Plattformen die Entstehung von Daten, die wiederum vermittelt durch die Schnittstellen von Plattformen wahrgenommen werden und so Grundlage für Bedeutungszuschreibungen und das Entstehen einer Plattformökologie sind (van Dijck & Poell 2013).

Vor diesem Hintergrund gehen wir der Frage nach, welche unterschiedlichen Bedeutungen hinter standardisierten Beziehungsmarkierungen stehen und unter welchen Umständen diese als Indikatoren für wissenschaftliche Studien geeignet sind.

## **Methode**

Die Studie umfasst eine Systematisierung von Funktionen (~2000 Screenshots), eine Strukturanalyse (~3 Millionen Posts auf Disqus, Facebook, Twitter, Instagram and YouTube), die Inhaltsanalyse von Kommentaren (~2000 Posts) und 21 je ca. einstündige problemzentrierte Leitfadeninterviews mit Nutzende von Online-Plattformen. Im Vortrag werden die Ergebnisse der Interviews vorgestellt. Ziel war, eine möglichst hohe Vielfalt an Nutzungsweisen zu erfassen. Die Interviewten wurden dazu schrittweise theoretisch gesampled. Die resultierende Stichprobe umfasst weibliche und männliche Nutzende der genannten Plattformen quer durch die Altersgruppen ab 18 Jahre, darunter aus dem Social-Media-Marketing und Aktivist:innen. Der Leitfaden umfasste Fragen zu raumzeitlichen, sozialen und semantischen Aspekten der Online-Nutzung und zwei Stimuli (eigener Post der Befragten; Übersicht über Ergebnisse der Funktionsanalyse). Im transkribierten Material wurden mittels qualitativer Inhaltsanalyse alle Textstellen zu Online-Funktionen paraphrasiert, entlang von drei Beziehungsarten (sozial, semantisch, raumzeitlich) kodiert und schließlich schrittweise zu Bedeutungsdimensionen einzelner Funktionen (Bewertungen, Hashtags, Mentions, Links, Weiterleitungen, Vernetzungen, Antworten) verdichtet.

## **Ergebnisse**

Die Befunde zeigen zunächst eine hohe Bedeutungsvielfalt auf. So werden Likes zwar zur Wertschätzung von Beiträgen und Personen eingesetzt, durchaus aber auch als Merkfunktion, um

später noch einmal auf Beiträge zugreifen zu können. Hinzu kommen ritualisierte Verwendungsweisen: „Und ich like das halt einfach aus Höflichkeit. Damit einfach die Interaktion weitergeht“ (#51-51).

Die Bedeutungen lassen sich insgesamt auf zwei Achsen verorten. Auf der ersten Achse resultieren *selbstbezogene* Verwendungen von Likes, Hashtags und anderen Markierungen aus den eigenen Einstellungen, dienen der Unterhaltung oder der Auffindbarkeit von Inhalten, während *umweltbezogene* Bedeutungen die Wertschätzung anderer Personen oder die Solidarisierung mit sozialen Gruppen ausdrücken. Auf der zweiten Achse stabilisiert sich die bereits theoretisch herausgearbeitete Dimension: Neben *sozialen* Bedeutungen wie der Vernetzung mit anderen, sind für alle thematisierten Funktionen *semantische* und *raumzeitliche* Aspekte zu berücksichtigen, etwa wenn Likes strategisch zum Erweitern der Reichweite eingesetzt werden.

Fokussiert man dominante Bedeutungen, zeigen sich Möglichkeiten und Grenzen standardisierter Auswertungen. Likes können weniger als Indikator für inhaltliche Bewertungen, sondern eher als Hinweis auf habitualisierte Unterstützung und Beeinflussungsversuche von Aufmerksamkeit gedeutet werden. Hashtags indizieren die Einbindung in soziale Gruppen, es ist aber Vorsicht geboten: sie werden kreativ und ironisch als stilistisches Mittel eingesetzt. Mentions sind nur zum Teil als Adressierung von Aussagen zu deuten: Beim Antworten werden teilweise automatisch Mentions erzeugt, ohne dass diese von den Befragten als Adressaten angesehen werden. Aus den Interviews geht zudem hervor, dass auch die Nichtnutzung von Funktionen nicht zufällig erfolgt. Insgesamt deuten die Verwendungsweisen standardisierter Beziehungsmarkierungen – von Likes über Hashtags und Mentions bis zu Links – vor allem auf soziale Bedeutungen hin. Das eigene Beziehungsnetzwerk wird über Wertschätzung und Abgrenzung stabilisiert, wobei stets plattformspezifische Verwendungsweisen zu berücksichtigen sind.

## Literatur

- Altheide, D. L. (1994). An Ecology of Communication: Toward a Mapping of the Effective Environment. *The Sociological Quarterly*, 35(4), 665–683.
- Espeland, W. N. & Stevens, M. L. (2008). A Sociology of Quantification. *European Journal of Sociology*, 49(3), 401–436.
- Klinger, U. & Svensson, J. (2018). The end of media logics? On algorithms and agency. *New Media & Society*, 20(12), 4653–4670.
- Marres, N. (2017). *Digital sociology: The reinvention of social research*. Polity.
- van Dijck, J. & Poell, T. (2013). Understanding Social Media Logic. *Media and Communication*, 1(1), 2–14.