



ZWISCHEN TRADITION UND PROVOKATION: Wie Online-Kommentare die Wahrnehmung von Tradwife-Inhalten beeinflussen



Anne Heßland, Leon Holzerland, Alina Kaiser, Elena Rath, Lina-Laurentin Schleip, Lydia Vogel
Leitung: Christine Nussbaum, Julian Kauk, Manuel Pöhlmann

HINTERGRUND:

- Soziale Medien ermöglichen Influencer:innen große Reichweite und damit gesellschaftspolitischen Einfluss (Sills, 2022)
→ potenzielle Gefahr einer zunehmenden Polarisierung (Van Bavel et al., 2021)
- aktuelles Beispiel: junges Phänomen der sogenannten Tradwives (= Frauen, die Einblicke in ihr Leben als Content-Creatorinnen auf sozialen Plattformen teilen und häufig Werte wie traditionelle Weiblichkeit und Geschlechterstereotypen vermitteln)
- die Studie untersucht, wie Tradwife-Aussagen im Zusammenhang mit zustimmenden oder ablehnenden Userkommentaren die individuelle Bewertung beeinflussen

HYPOTHESE:
Je extremer der präsentierte Tradwife-Content, desto intensiver fällt die emotionale Reaktion auf diesen aus.

1

HYPOTHESE:
Die emotionale Reaktion auf den Post wird von den Kommentaren (vorwiegend zustimmend vs. vorwiegend ablehnend) anderer Nutzer:innen moduliert.

2

METHODE:

Stichprobe:

- N = 65 (38 Frauen, 26 Männer, eine diverse Person, Alter: 19 - 65 Jahre ($M = 40.4$, $SD = 14.9$))
- Rekrutierung: Telegram- und Facebookgruppen sowie privates Umfeld

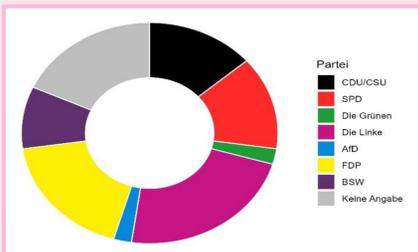


Abb. 1: Demografische Verteilung des Items „Sonntagsfrage“

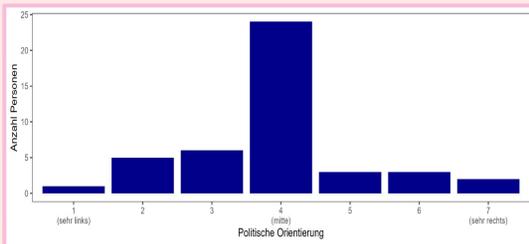


Abb. 2: Demografische Verteilung des Items „politische Orientierung 1“ (sehr links vs. sehr rechts)



Abb. 3: Stimulusbeispiel

Stimuli:

- 20 Posts im Stil von Instagram-Beiträgen
- Aufbau: KI-generiertes Bild + echte Aussage einer Tradwife; darunter fünf KI-generierte Kommentare
- manipulierte Variablen:
 - Extremismus der Aussage: moderat vs. extrem
 - Kommentare: zustimmend vs. ablehnend

Ablauf:

- Online-Studie: demografische Daten → randomisierte Präsentation der 20 Posts
- jeweils Abfrage von Valenz und Arousal der Reaktion (7-stufige Likert-Skala) und Verfassen eines Freitextbeitrags

Datenanalyse:

- Fokus: Analyse der Freitextbeiträge
- automatische Klassifikation Valenz (Sentimentanalyse)
- manuelle Kodierung Arousal durch je zwei Personen (Übereinstimmung: $r(1134) = 0.60$, $p < .001$)
- Datenanalyse: 2x2 Within-Subjects ANOVA

ERGEBNISSE:

Valenz (emotionale Bewertung):

- sign. Haupteffekt des Extremismus: ($F(1,60) = 85.36$, $p < .001$, $\eta^2 = .59$).
- kein sign. Haupteffekt der Kommentare ($F(1,60) = 1.27$, $p = .265$, $\eta^2 = .021$)
- keine sign. Interaktion zwischen beiden Faktoren ($F(1,60) = 0.03$, $p = .854$, $\eta^2 < .001$)
- Korrelation der gemittelten Werte für jeden Post $r(18) = 0.83$, $p < .001$
- Korrelation auf Basis einzelner Kommentare $r(1134) = 0.41$, $p < .001$

Arousal (emotionale Erregung):

- sign. Haupteffekt des Extremismus: ($F(1,60) = 114.55$, $p < .001$, $\eta^2 = .66$)
- sign. Haupteffekt der Kommentare: ($F(1,60) = 5.41$, $p = .024$, $\eta^2 = .083$)
- Interaktionseffekt marginal signifikant: ($F(1,60) = 3.90$, $p = .053$, $\eta^2 = .061$)
- ablehnende Kommentare führten nur bei extremen Posts zu signifikant stärkerer Erregung als zustimmende ($t(59) = 2.87$, $p = .006$), bei moderaten Aussagen kein Unterschied erkennbar ($t(59) = 0.04$, $p = .97$)
- Korrelation der gemittelten Werte für jeden Post $r(18) = 0.69$, $p = .001$
- Korrelation auf Basis einzelner Kommentare $r(1134) = 0.23$, $p < .001$

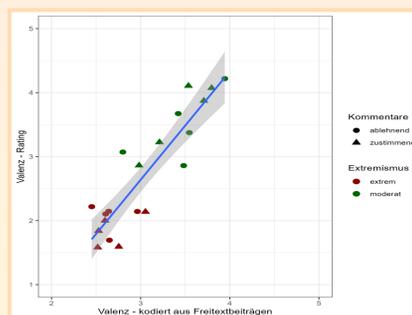


Abb. 4: Korrelation zw. automatisch kodierter Valenz & Rating der Probanden

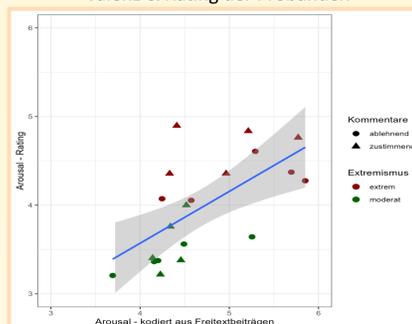


Abb. 5: Korrelation zw. manuell kodiertem Arousal & Rating der Probanden

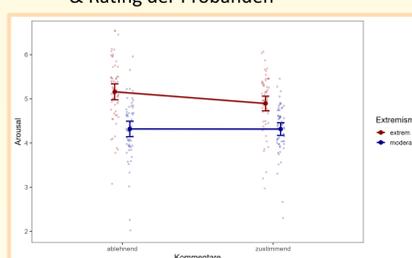


Abb. 6: Darstellung Interaktionseffekt (Arousal)

DISKUSSION:

Valenzwerte:

- signifikante Unterschiede zwischen moderaten und extremen Posts
→ extreme politische oder gesellschaftliche Aussagen rufen beim User eine ablehnende emotionale Reaktion hervor

Arousalwerte:

- inhaltlich extreme Posts wurden mit höherem Arousal bewertet als moderate und Posts mit ablehnenden Kommentaren wurden signifikant erregender bewertet als zustimmende
→ emotional aktivierende Wirkung der Kommentare, wenn sie extreme Inhalte kontextualisieren

Limitationen:

- mögliche Beeinträchtigung der Authentizität durch KI-generierte Stimuli
- Grenzen der Sentimentanalyse zur Valenzklassifikation → intransparente semantische Repräsentationen; unzuverlässige Erkennung von Ironie & Sarkasmus
- keine eindeutige Kodierung der Arousalwerte → Mehrdeutigkeit der Kommentare und fehlende emotionale Expressivität

Referenzen:

Sills, J. (2022). Social media: Good or evil? *Science*, 375(6581), 608–609. <https://doi.org/10.1126/science.abo2409>
Van Bavel, J. J., Rathje, S., Harris, E., Robertson, C., & Sternisko, A. (2021). How social media shapes polarization. *Trends in Cognitive Sciences*, 25(11), 913–924. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2021.07.013>