Zwischen Handy und Herd…

Rezeption des Tradwife-Phänomens auf Instagram

Milla Caselmann, Nele Denner, Klara Heck, Hendrik Prieß, Jo Schmidt

Leitung: Julian Kauk, Christine Nussbaum, Manuel Pöhlmann

Einführung

Was sind Tradwives?
Frauen, die eine stark konservative, meist geschlechterstereotype Lebensweise und Rollenvorstellung in sozialen Medien inszenieren (Sykes & Hopner, 2024)

- Untersuchung des Einflusses von Kommentaren auf die emotionale Bewertung von Tradwife-Posts
- Forschungsziel: explorative Untersuchung zum Verständnis von der Meinungs- und Emotionsbildung im digitalen Diskurs

Hypothesen

1. Stärkere emotionale Reaktion bei zunehmender Extremität der Aussage eines Tradwife-Posts
2. Einfluss von Kommentaren anderer Nutzer:innen auf die persönliche Meinung

Methoden

Stichprobe

- N = 69 Teilnehmende (39 Frauen, 28 Männer, eine diverse und eine non-binäre Person im Alter von 19-65 Jahren, M = 40.3, SD = 14.7)

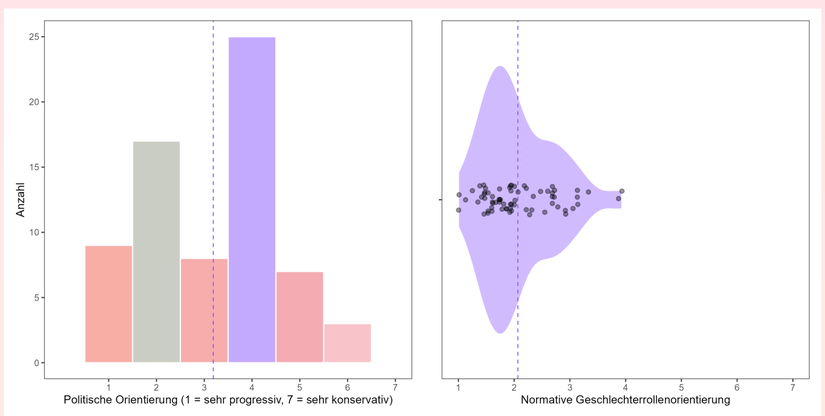

Abb 1: Deskriptive Statistik demographischer Daten mit Mittelwerten

Stimuli

- 20 Stimuli im Stil von Instagram-Posts
- manipulierte Variablen:
  - Extremismus: moderat vs. extrem
  - Kommentare: zustimmend vs. ablehnend

Ablauf

- Online Erhebung mittels PsyToolkit (Stoet, 2010, 2017)
- zu Beginn: Erfassung von demografischen Daten und politischer Einstellung
- Bewertung der Stimuli randomisiert nach empfundener Valenz und Arousal auf 7-stufiger Likert-Skala und Verfassen eines Freitextbeitrages

Datenanalyse

- Durchführung einer 2x2 within-subjects ANOVA
- abhängige Variablen: Valenz und Arousal
- unabhängige Variablen: Aussagenextreme und Zustimmungsgrad der Kommentare

Abb 2: Beispielstimulus

Quellen:
Sykes, S., & Hopner, V. (2024). Tradwives: Right-wing social media influencers. Journal of Contemporary Ethnography, 53(4), 453–487. https://doi.org/10.1177/08912416241246273
Stoet, G. (2010). PsyToolkit - A software package for programming psychological experiments using Linux. Behavior Research Methods, 42(4), 1096-1104. https://doi.org/10.3758/BRM.42.4.1096
Stoet, G. (2017). PsyToolkit: A novel web-based method for running online questionnaires and reaction-time experiments. Teaching of Psychology, 44(1), 24-31. https://doi.org/10.1177/00986283166776

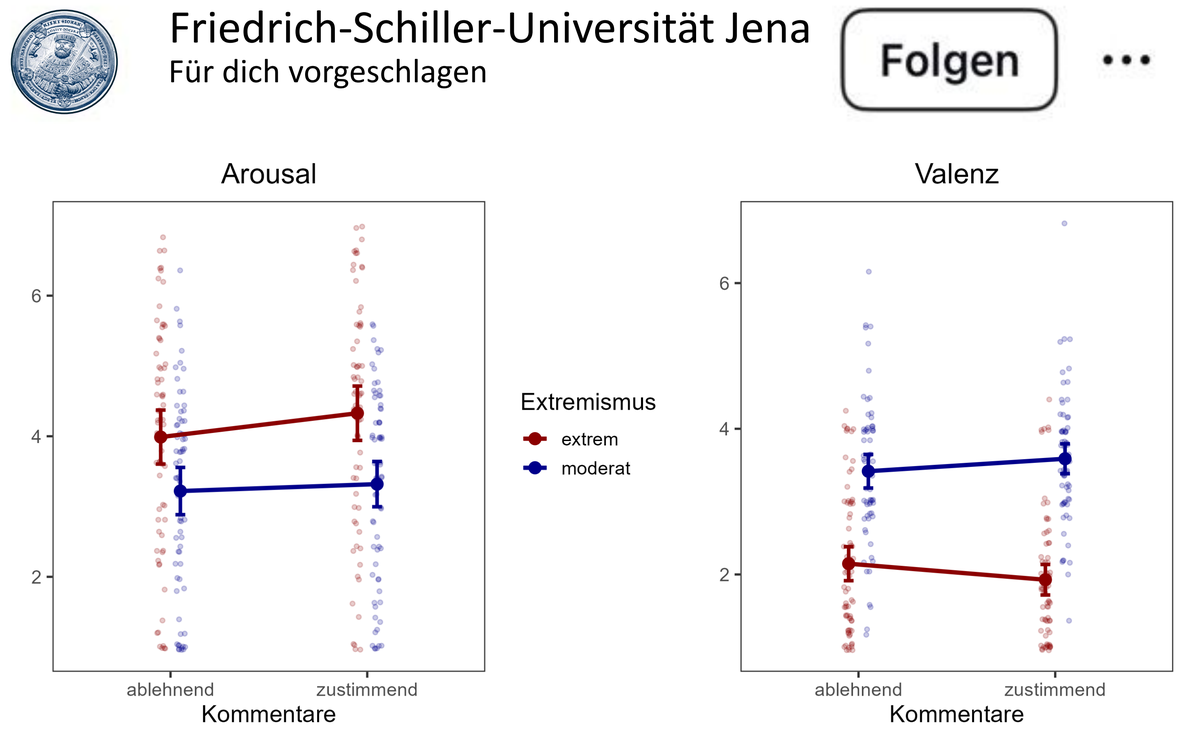

Abb 3: Darstellung Interaktionseffekt für Arousal und Valenz

Ergebnisse

Arousal

Haupteffekte

- extreme Aussagen sowie zustimmende Kommentare erzeugten signifikant mehr emotionale Erregung, ($F(1, 68) = 70.20$, $p < .001$, $\eta_p^2 = .51$ für Extremismus der Aussagen und $F(1, 68) = 11.89$ $p = .001$, $\eta_p^2 = .15$ für Kommentare)

Interaktion

- zustimmende Kommentare verstärkten emotionale Erregung bei extremen Inhalten zusätzlich ($t(68) = -3.84$, $p < .001$)
- bei moderaten Aussagen hatten Kommentare keinen Einfluss auf das Arousal ($t(68) = 1.20$, $p = .232$)

Valenz

Haupteffekte

- extreme Aussagen führten zu signifikant niedrigerer Valenzbewertung als moderate Aussagen ($F(1, 68) = 196.52$, $p < .001$, $\eta_p^2 = .74$)
- kein signifikanter Effekt der Kommentarbedingung

Interaktion

- zustimmende Kommentare in Verbindung mit extremen Aussagen führten zu deutlich negativerer Valenz ($t(68) = 2.80$, $p = .006$)
- bei moderaten Aussagen kaum Unterschied zwischen den Kommentarbedingungen ($t(68) = 1.80$, $p = .075$)

Diskussion

Stärken

- differenzierte Analyse von Inhalt und Kommentarwirkung
- realitätsnahe Fragestellung mit hoher gesellschaftlicher Relevanz
- Kombination aus emotionaler Bewertung (Valenz) und Erregung (Arousal)

Limitationen

- Bilder und Kommentare wurden durch künstliche Intelligenz generiert → mögliche Beeinträchtigung der Authentizität
- kurze Rezeption statt langfristiger Auseinandersetzung
- Wie würden sich die Effekte bei Video-Formaten oder auf anderen Plattformen (TikTok etc.) verhalten?