

Abstract

Titel des Vortrags: *Twitter als Plattform der Empörung – Eine Analyse der Resonanz von Boykottaufrufen auf Twitter*

Gruppe: Gesa-Marie Z.
Lisa S.
Karla G.

Betreuer: Ole Kelm

Seit einigen Jahren rückt das Thema des nachhaltigen, politischen Konsums stärker in den Fokus des öffentlichen Diskurses. Als unerlässliches und altbewährtes Instrument politisch Konsumierender bietet der Boykott die Möglichkeit, eigene Ziele durch individuelles Konsumverhalten zu verfolgen und gesellschaftlich oder politisch etwas verändern zu können. Social Media ist dabei eine geeignete Plattform, um Inhalte möglichst schnell rezipieren und weiterverbreiten zu können. So kann eine als problematisch wahrgenommene Entscheidung eines Unternehmens durch einen einzelnen, gut geklickten Post oder durch zahlreiche Online-Stimmen, die etwas anprangern, rasend schnell für öffentliche Empörung sorgen, woraufhin Boykottaufrufe laut und Konsumierende mit vergleichsweise einfachen Mitteln mobilisiert werden.

Besonders auf Twitter finden sich zahlreiche solcher Boykottaufrufe. Dennoch hat politischer Konsum über Soziale Medien in der Forschung bisher eher wenig Beachtung gefunden und etabliert sich erst langsam als neuer Forschungszweig. Anknüpfend an eine Studie von Makarem und Jae (2016) ist es das Ziel dieser Arbeit, das Verhalten politisch Konsumierender und besonders die Resonanz solcher Boykottaufrufe (#boykott) aus dem Jahr 2019 im deutschsprachigen Raum auf Twitter mithilfe einer quantitativen Inhaltsanalyse zu untersuchen. Im Fokus der Analyse steht die Frage, welche Faktoren die Aufmerksamkeit (gemessen in Form von Popularity Cues) für eben jene Boykottaufrufe beeinflussen.

Insgesamt hat sich bei der Untersuchung gezeigt, dass zumindest im Jahr 2019 wenig bis keine Boykottaufrufe eine bemerkenswerte Resonanz nach sich gezogen haben, was vermuten lässt, dass Twitter im deutschsprachigen Raum bisher noch nicht gezielt für ernstzunehmende und zielgerichtete Appelle genutzt wird bzw. der Erfolg von Boykottaufrufen in Deutschland nicht durch die Plattform Twitter zu Stande kommt.