

Teilnehmende Beobachtung auf YouTube. Ein Praxisbeispiel.

Janine Hagemeister

Zusammenfassung

Wie funktioniert Feldforschung, wenn das Feld eine Internetseite ist? Anhand eines Praxisbeispiels auf der Medienplattform YouTube zeigt der Artikel eine Möglichkeit auf, wie die klassisch ethnografische Methode der Teilnehmenden Beobachtung digitalisiert werden kann. Das heißt, wie bekannte und bewährte Forschungspraktiken in einem sozialen Raum online verwendet werden können und welche Herausforderungen ein solches Feld mit sich bringt. Dabei geht es zum einen um Hintergründe zum algorithmischen Aufbau von Internetseiten und zum anderen um praktische Fragen des Bewegens im Feld bzw. der Materialsammlung und -handhabung. Als Vorschlag dient ein STS-geprägter, Flow-orientierter Ansatz, der die Besonderheiten digitaler Felder ernst nimmt und gleichzeitig Kontinuitäten zu klassischen Forschungsumgebungen aufzeigt.

Schlagwörter: Teilnehmende Beobachtung, Digitale Ethnografie, YouTube, Flow, algorithmische Logik

Janine Hagemeister, Institut für Kulturanthropologie und Europäische Ethnologie, Goethe Universität Frankfurt, Deutschland

Einleitung

Wenn etwas die verschiedenen Spielarten der Kulturanthropologie, Europäischen Ethnologie und Science and Technology Studies (STS) eint, dann ist es ihre ethnografische Methodenbrille. In Ethnografien sind wir Forscher:innen darauf angewiesen, uns als Messinstrumente selbst ernst zu nehmen (Spradley 1980). Nicht selten beginnen Projekte damit, der eigenen alltäglichen Neugierde akademisch nachzugehen. Immer selbstverständlicher stößt uns das auf Phänomene, die, wie wir üblicherweise sagen, ‚im Internet‘ stattfinden – auch wenn in der Internetforschung schon lange unumstritten ist, dass die Trennlinie zwischen online und offline nie scharf gezogen werden kann (Consalvo & Ess 2011). Und doch liegt auf der Hand, dass Instagram-Trends oder Twitter-Diskussionen Forschungsthemen sind, die ohne die Existenz virtueller sozialer Räume nicht denkbar wären. Diese Räume sind kein soziales Vakuum: Das heißt, dass in ihnen ebenso spezielle Verhaltensregeln wie überall sonst auch gelten. Es findet hier also sozialer Austausch statt, es entsteht eine lokale Kultur und gesellschaftliche Verhältnisse setzen sich fort. All dies sind Voraussetzungen, die zu

ethnografischer Forschung geradezu einladen und sich beispielsweise für Teilnehmende Beobachtungen anbieten. Doch wie lassen sich die analogen Forschungspraktiken aus dem breiten Methodenspektrum der Ethnografie – ab- und rumhängen, mitlaufen, flanieren, feldnotieren (siehe [Eckhardt in diesem Band](#)) – ins Digitale übersetzen, oder für das Digitale aktualisieren?

Um ein mögliches Beispiel dafür zu geben, soll im Folgenden die Methode meiner Masterarbeit vorgestellt werden, in der ich über eine Community auf YouTube geforscht habe. Die zentralen Fragen dabei sollen sein, wie YouTube im Modus einer Teilnehmenden Beobachtung zu erforschen ist und was sich dafür zu beachten lohnt. Und: In welchen Punkten unterscheiden sich die Rahmenbedingungen für eine Digitale Ethnografie (siehe [Bareither & Schramm in diesem Band](#)) von denen für eine analoge und in welchen nicht? Ziel ist es, mein Vorgehen in diesem exemplarischen digitalen Feld aufzuzeigen und die Entscheidungen nachvollziehbar zu machen, die ich für mein Projekt getroffen habe. Nach einem kurzen theoretischen Hintergrund zur algorithmischen Logik der Internetplattform soll der Fokus vor allem ein praktischer sein: Wie habe ich mich auf YouTube bewegt, wie sahen meine Feldnotizen und mein Material aus und was habe ich damit gemacht? Als Lösungsansatz schlage ich dafür die Flow-orientierte Herangehensweise vor, wie sie von Markham & Gammelby (2018) erarbeitet wurde. Dieser Methode geht es im Kern darum, nicht vor der Komplexität digitaler sozialer Räume zurückzuschrecken, sondern die Vorteile ethnografischer Forschung selbstbewusst auf neue Felder zu beziehen.

Ein algorithmisch strukturiertes Feld

Am Anfang meiner Forschung stand für mich zunächst die Frage, wie ich mein Feld genau definieren oder eingrenzen kann. Denn für mich ging es nicht darum, YouTube als ganze Seite unter die Lupe zu nehmen, sondern in bestimmten Communities zu forschen. Die Schwierigkeit dabei ist, dass aus dem Aufbau der Seite nicht direkt hervorgeht, wo man sich gerade befindet, denn eine feste Foren- oder Gruppenstruktur wie auf anderen Webseiten gibt es auf YouTube nicht. Vielmehr ist die algorithmisch gefilterte Such- und Vorschlagfunktion das Kernelement der Plattform. Aus der Nutzung entsteht zwar schnell ein Gefühl dafür, welche Videos thematisch oder stilistisch zusammenhängen, aber es ist wegen der starken Personalisierung quasi unmöglich, dieser Intuition feste Kriterien zuzuordnen. In der quantitativen Sozialforschung ist das Thema „Sampling“ breit diskutiert und mit entsprechenden Richtlinien versehen. Die dort empfohlenen Hinweise zur Stichprobenziehung und Falleingrenzung stehen allerdings häufig im Widerspruch mit den epistemischen Voraussetzungen für qualitative ethnografische Methoden. Hier empfehlen Handbücher beispielsweise, im Schneeballsystem (Edwards & Holland 2013) vorzugehen und sich Interviewpartner:innen iterativ in mehreren Felddbesuchen und Analyseschritten zu suchen. Wie kann die Materialauswahl jedoch in einem vollständig digital strukturierten Raum aussehen?

Wertvolle Beiträge aus den Infrastrukturstudien und der kritischen Algorithmusforschung bemühen sich seit einigen Jahren darum, das vorherrschende Unbehagen von Forscher:innen gegenüber der Software von Medienplattformen und sozialen Netzwerken zu zerstreuen. So kritisiert etwa Nick Seaver in seinem DigitalSTS-Kapitel mit dem Titel *Knowing Algorithms* (2019) die Vorstellung, dass wir lediglich mehr Wissen über bestimmte Algorithmen benötigen, um mit ihren Auswirkungen umgehen zu können. Er weist darauf hin,

dass algorithmische Filter oft allein als moralisches Problem verstanden werden, da sie angeblich Online-Inhalte verzerren und die Divergenz auf einer Plattform unterbinden, während sie selbst unerkant bleiben. Infolgedessen gibt es eine wachsende öffentliche Forderung nach mehr Transparenz über das Funktionieren von Algorithmen. Seaver führt jedoch zwei Argumente dagegen an: Erstens könne man nicht davon ausgehen, dass Algorithmen aus technischer Sicht überhaupt transparent arbeiten, weshalb selbst ihre Entwickler nicht immer in der Lage sind, die genauen Sampling-Mechanismen der Codes zu erkennen. Und zweitens: Wenn sich die Kritik an Algorithmen nur darauf konzentriert, welche Variablen sie ein- oder ausschließen, vernachlässigt die Kritik die Schwierigkeiten, die mit der Umwandlung von Eigenschaften des wirklichen Lebens in berechenbare Größen im Allgemeinen einhergehen. Seaver schlägt vor, nicht mehr über Algorithmen als individuelle Akteure zu sprechen, sondern stattdessen über algorithmische Systeme:

„Wenn wir erkennen, dass es sich nicht um Algorithmen im technischen Sinne handelt, sondern um algorithmische Systeme, von denen der Code im engeren Sinne nur ein Teil ist, kehrt sich ihr Definitionsmerkmal um: Anstelle von Formalität, Starrheit und Konsistenz finden wir Fluss, Überprüfbarkeit und Verhandlung. Die Verwendung von Begriffen wie ‚der Google-Algorithmus‘ oder ‚der Facebook-Algorithmus‘ sollte uns nicht zu der Annahme verleiten, dass unsere Objekte einfache, deterministische Black Boxes sind, die nur geöffnet werden müssen.“ (2019: 417; Übersetzung JH)

Dies, so Seaver weiter, wirke nicht nur der weit verbreiteten Auffassung entgegen, dass digitale Plattformen von einer einzigen mächtigen Instanz – dem Algorithmus – aktiv verändert werden, sondern es wird auch betont, dass es keine unvoreingenommene oder nicht personalisierte Version der Plattform gibt, die durch einen Algorithmus verschleiert wird. Für meine Masterarbeit war die Beschäftigung mit dem algorithmischen Aufbau von YouTube anfangs mit Unsicherheiten verbunden, da ich annahm, dass die gesteuerte Sortierung und Anzeige von Inhalten die Wahrnehmung des Forschungsgegenstandes beeinflusst. Ich habe mich gefragt, wie ich reflexiv forschen kann, wenn mir bestimmte Inhalte von der Seite aufgedrängt und andere meiner Suche entzogen werden, ohne dass ich die Mechanismen dieser Verzerrungen verstehe. Oder konkreter: Welche Videos ich aufnehmen, welche ich auslassen soll und wann ich genug habe oder weiß, dass ich nichts Wichtiges vergessen habe. Meine ersten Ausflüge ins Feld bestanden folglich darin, verschiedene Optionen auf der Website und in meinem Browser auszuprobieren: Ich erstellte ein neues YouTube-Konto und verwendete einen Inkognito-Modus ohne Cookies, in der Hoffnung, die Suchergebnisse damit offen zu halten. Als ich einen befreundeten Informatiker um weitere Tipps bat, erklärte er mir jedoch, dass es sich bei meinen Sicherheitsmaßnahmen um typische Laienversuche zum anonymen Surfen handelt. Ich erfuhr, dass die IP-Adresse immer noch Standortdaten preisgibt und Online-Identitäten viel schwieriger zu verbergen sind, als ich angenommen hatte. Außerdem fielen die Ergebnisse dieses Experiments kaum ins Gewicht, da sich meine Browsing- und Suchergebnisse im Vergleich zu den unveränderten Sitzungen nicht merklich veränderten. Ich landete immer bei ähnlichen Videos aus demselben Bestand an Kanälen zum Thema meiner Forschungsarbeit. So wurde immer deutlicher, dass es technisch unmöglich ist, gegen das algorithmische System von YouTube vorzugehen – zumindest für mein Projekt und mit meinen technischen Fähigkeiten.

Stattdessen habe ich im weiteren Verlauf andere Wege genutzt, um mögliche Engführungen in meinem Zugang zu reflektieren. Ich wurde offener dafür, wie andere Nutzer:innen YouTube als einen algorithmisch konstruierten Raum wahrnehmen. Das heißt, ich begann

Infobox 1: Communities auf YouTube. Thema meiner Masterarbeit war die sogenannte *Productivity Community* auf YouTube. Ihre Mitglieder tauschen sich über den alltäglichen Gebrauch von Technik aus und teilen in Videos und Kommentaren Ratschläge dazu, wie man verschiedene Apps und Geräte zur Erreichung persönlicher Ziele einsetzen kann. Dabei geht es ihnen darum, das eigene Leben produktiver zu gestalten und die persönliche Lebenszufriedenheit zu steigern. Verschiedene digitale Programme werden clever genutzt, wie zum Beispiel Kalender, Planer oder Dateimanagementsysteme.

Obwohl hierbei neoliberale Optimierungslogiken eine offensichtliche Rolle spielen, war es das Anliegen meiner Arbeit, durch eine Teilnehmende Beobachtung die Beziehung zwischen den Nutzer:innen und der Technik in ihrer Komplexität ernst zu nehmen. Nicht zu unterstellen, dass alle Mitglieder der Community hoffnungslose Selbstoptimierer:innen sind, sondern, dass es ganz spezifische Alltagsprobleme und -überforderungen sind, die den Gebrauch von technischen Hilfsmitteln als sinnvolle Lösung nahelegen.

mich als Teil meiner Ethnografie dafür zu interessieren, wie sie selbst mit den Filter- und Sortiermechanismen umgehen. Da die Monetarisierung von Inhalten stark von der Produktion erfolgreicher Videos abhängt, gibt es auf der Plattform tatsächlich eine große und lebhaft diskutierte Diskussion über die Art der Inhalte, die von der Seite gefördert werden. Das Management erfolgreicher YouTube-Kanäle ist außerdem längst zu einer eigenen Beratungsbranche geworden (Bishop 2019; 2020; Cotter 2019). Die Anforderungen, die YouTuber:innen erfüllen müssen, um ihren Job ausüben zu können, sind ebenfalls Gegenstand neuer Forschungsgebiete: In dieser Phase meiner Feldforschung bin ich zum Beispiel auf den Kanal der Soziologin Zoë Glatt von der London School of Economics gestoßen, die mit einem auto-ethnografischen Ansatz für ihre Dissertation über Influencing als Arbeitsform einen eigenen YouTube-Kanal erstellt hat. Ihre Videos verweisen auf die Herausforderungen, die es mit sich bringt, auf der Plattform erfolgreich zu sein. Ihre Forschung unterstreicht, dass es in der Tat „systematische Ein- und Ausschlüsse von Möglichkeiten in der (westlichen) Influencer-Community-Industrie“ gibt (Glatt 2021; Übersetzung JH). Es gebe den techno-utopischen Mythos, erklärt Glatt in einem Online-Vortrag auf ihrem Kanal, dass die Influencer-Industrie viel offener und egalitärer ist als die traditionellere Kulturindustrie, weil es so scheint, als könne jeder ein Video einstellen. Doch mit den finanziellen und technischen Voraussetzungen existieren viele Faktoren, so Glatt, die den Erfolg einer Person auf YouTube erschweren oder sogar verhindern können.

Diese weniger versteifte Nutzung der Plattform und die direkte Auseinandersetzung mit den Selbstaussagen der Nutzer:innen half mir zu verstehen, welche möglichen Vorbedingungen meine Beobachtungen beeinflussen könnten und auf welchen größeren gesellschaftlichen Verhältnissen diese beruhen. Für Forschung auf YouTube bedeutet das, sich bewusst zu machen, dass es sich nicht jede:r leisten kann, den eigenen Kanal dort hauptberuflich oder auch nur als Hobby zu betreiben, weil Sichtbarkeit auf der Plattform enorm zeitintensiv hergestellt werden muss. Zudem werden die Inhalte nach Marketingstandards gefiltert und den Nutzer:innen auf diese Weise empfohlen (Schwemmer & Ziewiecki 2018). Die Diskussion von politischen oder kontroversen Themen ist beispielsweise oft umstritten oder sogar verboten (Maddox & Creech 2021). Es ist nicht möglich, diese Umstände in der wissenschaftli-

chen Forschung auszublenden, oder zu umgehen – umso wichtiger ist es jedoch, die Methodik der Teilnahme ernst zu nehmen und die empirischen Beobachtungen in einem analytischen Schritt zu reflektieren. Das heißt, nahe an der ethnografischen Methode zu bleiben, wie wir sie aus analogen Räumen kennen.

Ausgangspunkte für die Feldforschung auf YouTube

Als ich mit meinen Exkursionen begann, wusste ich bereits ungefähr, nach welchen Arten von Videos und Kanälen ich suchte. Weil ich schon zuvor regelmäßige Nutzerin der Plattform war, die – wie viele meiner Generation – in den letzten zehn Jahren mit YouTube aufgewachsen ist, wusste ich, wie ich intuitiv die Community aufspüren konnte, an der ich interessiert war. Gerade mit dieser Form von Vertrautheit mit dem Feld ist es jedoch wichtig, Bewegungen im Feld zu explizieren und damit für die Forschung nutzbar zu machen.

Der einfachste Weg, einen Zugang zu den Inhalten der Seite zu finden, ist die Suchleiste, die sich immer am oberen Bildrand befindet. Sie ermöglicht eine einfache Stichwortsuche sowie die Filterung der Ergebnisse nach einer Reihe von Kriterien (z. B. Upload-Datum, Länge des Videos oder Attribute wie Auflösung oder Verfügbarkeit von Untertiteln). Auch wenn YouTube zunächst wie eine Datenbank wirkt, zeigt die technische Umsetzung der Suchleiste, dass systematische Suchanfragen nicht der Hauptzweck der Seite sind. Es gibt keine Möglichkeit, aus verschiedenen Videokategorien zu wählen oder direkt nach Communities zu suchen. Um einen Ausgangspunkt für eine erste Reihe von Videos zu finden, habe ich hauptsächlich den Filter *Sortieren nach Relevanz*, die Klickzahlen und den Videotitel als Orientierungshilfe verwendet. Ich suchte nach Videos, die von einer relevanten Anzahl von Nutzer:innen angesehen wurden, was in meinem Fall eine Spanne von 20.000 bis etwa 1 Million Aufrufe bedeutete. Je nach Forschungsinteresse können diese Zahlen natürlich unterschiedlich ausfallen oder keine besondere Bedeutung spielen. Ich stellte außerdem sicher, dass die Videos zu meiner Forschungsfrage passten, indem ich Titel mit thematisch einschlägigen Begriffen auswählte. Diese wurden meist direkt angezeigt, wenn ich die vorher überlegten Schlüsselwörter in die Suchleiste eingab.

Später verbrachte ich jedoch nicht mehr viel Zeit damit, die anfänglichen Suchergebnisse durchzugehen, sondern ging über die Empfehlungsspalte neben dem Medienplayer von Video zu Video weiter. Ich bewegte mich in einem iterativen Prozess durch die Plattform, indem ich mir Videos ansah, Kommentare las, weitere Videos anklickte, einige zum späteren Anschauen speicherte und zu Kanälen und Benutzerprofilen wechselte. Wie ich schon vorher wusste, ist dies die intuitive Art der Navigation auf der Plattform, und sie scheint auch von YouTube selbst bevorzugt zu werden, betrachtet man die starke Präsenz von Vorschlägen auf der gesamten Webseite und die vergleichsweise wenig ausgeprägte Suchfunktion. Die eigentliche Interaktion zwischen den Nutzer:innen findet fast ausschließlich auf den Seiten der einzelnen Video-Uploads statt. Daneben gibt es die Startseite, die Liste der Suchergebnisse, die Kanäle und die private Mediathek mit gespeicherten Videos und Abonnements. Diese Unterseiten sind mit bunten Vorschaubildern (sogenannten Thumbnails) und einer Vorschau auf die Inhalte gefüllt, aber niemand tritt hier direkt miteinander in Kontakt. Mit anderen Worten: Außerhalb der Seite, auf der ein bestimmtes Video abgespielt wird, bleibt YouTube fast still, abgesehen von den unzähligen visuellen Reizen.

Während des gesamten Prozesses war ich auf der Suche nach Videos von (semi-)professionellen, individuellen Kanälen unterschiedlicher Größe. Dies schloss Kanäle aus, die expli-

zeit von Unternehmen oder Institutionen betrieben werden. Diese Entscheidung habe ich getroffen, weil ich aus meiner Forschungsfrage heraus vor allem solche Videos analysieren wollte, die den Eindruck erwecken, dass ein Freund oder eine Bekannte die Zuschauer:innen anspricht – sogenannte „warme Experten“ (Bakardjieva 2011: 74). Das Thema Authentizität auf YouTube ist komplex und sollte je nach Vorhaben für das eigene Projekt bewertet werden. Typischerweise wird Kanälen von Einzelpersonen eine hohe Authentizität zugeschrieben, auch wenn erfolgreiche Influencer teilweise ein ganzes Team zur Produktion ihrer Inhalte beschäftigen (Morreale 2014). Gleichzeitig gibt es von Unternehmen oder Plattformen geführte Kanäle, die sich trotzdem erfolgreich als authentisch präsentieren, indem sie in ihren Formaten einzelne Moderator:innen als persönliches Gesicht einsetzen. Auch hier gilt also, dass es für ein anderes Forschungsprojekt ebenso sinnvoll sein kann, andere Arten von Videos bzw. Kanälen zu fokussieren.

Es wurde immer offensichtlicher für mich, dass Nutzer:innen auf YouTube ermutigt werden, die Inhalte auf der Plattform auf explorative Weise zu durchstöbern und dass dies auch meinen Forschungsprozess bestimmen sollte. Explorativ meint hier, dass im Vorfeld nie ganz klar ist, welches Video man sich als nächstes ansehen wird, da man sich auf die Empfehlungen für ähnliche Inhalte verlässt. Sobald ich mein Interesse an den Videos in meinem Forschungsbereich gezeigt hatte, wurden auch sie auf meiner Startseite angezeigt – manchmal sogar von sehr kleinen Kanälen oder gemischt mit Videos zu neuen Aspekten aus dem gleichen inhaltlichen Bereich. In meiner Nutzung wurden mir so fortwährend Beiträge seitens der Plattform präsentiert und ich sah meine Aufgabe vor allem im Sortieren, Auswählen und Diversifizieren der Inhalte, die für meine Forschung relevant sein sollten. Die Masse an verfügbaren Videos erforderte laufend Entscheidungen darüber, was am Ende zu meinem Thema passte und wie ich einen fundierten Einblick in die erforschte Community ermöglichen konnte. Den richtigen Einstieg gefunden zu haben war im Verlauf der Beobachtung dagegen kaum noch von Bedeutung.

Feldforschung am Schreibtisch

Was unterscheidet eine Teilnehmende Beobachtung auf YouTube nun von einer reinen Inhaltsanalyse der angeschauten Videos? Zentral für meinen Forschungsprozess waren zwar die Transkripte ausgewählter Videos, die ich von YouTube's eigener Transkript-Funktion automatisch generieren ließ, bereinigte und dann als Text bearbeiten konnte. Wie eine Ethnografin im analogen Raum führte ich allerdings auch ein Feldtagebuch, in dem ich Notizen und Gedanken zu meinen Erfahrungen sammelte. Darin hielt ich fest, welchen Eindruck die Community auf mich machte, welche Inhalte mich zum Nachdenken gebracht oder irritiert haben und welche sonstigen Einfälle mir zwischen und während dem Videoschauen kamen. Meist habe ich mir notiert, wo oder wann mir diese Gedanken kamen, sodass ich im Nachhinein immer wieder an diese Stellen auf der Seite oder in den Videos zurückkommen konnte – einen Vorteil, den der analoge Raum und das Feldforschen in vergänglichen sozialen Situationen nicht bietet. So konnte ich einerseits erste Impulse zu den Inhalten verschriftlichen und diese andererseits auch vertiefen und überprüfen.

Die visuelle Gestaltung der Videos habe ich weniger intensiv in meine Auswertung einfließen lassen, trotzdem habe ich einige Feldnotizen zum ästhetischen Aufbau der Inhalte festgehalten. Dabei habe ich mich darauf fokussiert, was in den Videos typischerweise zu

The image shows a handwritten transcription of a video titled "What's on my iPad pro (productivity + organisation)". The transcription is divided into two pages, labeled '1' and '2'. It includes a 'Meta Data' table, a 'Cleaned Transcript' section, and various annotations in different colors (green, pink, blue, purple) that provide context and analysis of the video content. The annotations include phrases like 'game of numbers = 5:10 min', 'introduction structures the video, what to expect, foreshadow', 'concepts of the field', 'arguments for the product, benefits', and 'more benefits from personal perspective, reliability'. The transcript itself describes the creator's experience with the iPad Pro, the Paperlike screen protector, and the benefits of using it for productivity and organization.

| Meta Data | |
|-------------------|---|
| Title | What's on my iPad pro (productivity + organisation) |
| Creator | muchelleb |
| Length | 13:10 min |
| Upload | 13.02.2021 |
| Views | 20,693 (21.02.2021) |
| Likes/Dislikes | 710/22 |
| Comments | 48 |
| URL | https://www.youtube.com/watch?v=gHbY5io_R4 |
| Transcribing time | Ca. 3 hours |

Cleaned Transcript

[soft piano instrumental playing during the whole length of the video] — Colours, clutter, western art

frames the video from beginning — **Sponsor Logo** "This video is brought to you by Paperlike. otherwise no video?"

creator guides us — "Creator using her iPad; several scenes of screen filming with opened apps from later in the video that work as an **introduction/overview**; creator speaking to the camera" in this video I am going to be walking you through what apps, accessories, and things that I have on my iPad pro generally geared towards **productivity, self-development, organization, and note-taking.**

actual promo material used, important that it is iPad? — "Creator using her iPad; **promotion clip of the iPad Pro**" Firstly, I want to talk about the iPad itself. So, I have a 12.9-inch iPad Pro with the magic keyboard and on the screen, I have a Paperlike screen protector. I debated whether to get the 11-inch iPad, went for the bigger size, and I have absolutely no regrets: I love having more screen space, so to have maybe my kindle on one side and my book notes on the other and be able to write my book notes as I read. So, having that extra screen space, I don't know if I could actually do it without it.

personal experience, choosing decisions made to help us? reason why she likes it? — "Promotion slides/clips of the Paperlike screen protector; creator using her iPad; creator speaking to the camera" I decided on the Paperlike screen protector because I wanted something that felt natural to write on. You get a lot more control of the pencil while you're writing. It doesn't feel like you're sort of slipping and sliding all

intentional — [We made this; voice from a video running in the background of the footage] "creator testing the screen protector on her iPad; creator speaking directly to the camera; reaction shots of excitement when using the product" Just like running my hands across it I understand what they mean when they say that it sounds like paper. Oh, and you can feel like the resistance as you write! Are you kidding? Okay my very first impression: I just wrote two letters, and this feels wildly better to write on. [uhh] As someone who reads a lot of books and wants to take notes on a lot of books and doesn't want to lug around my magic keyboard with me everywhere this is going to be so helpful.

intentional — "promotion slides" of the screen protector; creator speaking to the camera" If you want to buy a Paperlike screen protector for yourself, I will have a link down in the description below where you can click to purchase.

intentional — camera films the iPad screen, light colored couch as background with glasses and flowers in the same color scheme as decoration, iPad background same color scheme (light rose) creator using the Apple pencil to navigate, point at the screen and open/close apps and folders as she speaks" The first thing that you're going to see when you open up my iPad is a really minimal and simple background. I didn't want anything to be distracting from the app or for it to look cluttered. I've also kept everything on one page on my iPad. I decided that I didn't

more benefits from personal perspective, reliability

love reaction — feels authentic, readable — again, emotions + involvement — reading a lot + retaining the info

intentionally placed presentation on, no lifeworld location — presentation made as if it was a friend sitting next to me

arguments for the product, benefits

motif: clutter & distraction = bad

Abbildung 1: Videotranskript.

Quelle: Janine Hagemeister.

sehen ist, welche gestalterischen Elemente häufig verwendet werden und wie Schnitt- und Bearbeitungstechniken eingesetzt sind. Dieses Vorgehen hat sich ohne große methodische Vorbereitung im Verlauf der Feldforschung ergeben, als sich meine Beobachtungen mit Aspekten aus meiner Analyse zum Mensch-Technik-Verhältnis immer stärker überschneiden: Die Nutzer:innen pflegten einen wohlüberlegten, aufgeräumten und achtsamen Umgang mit ihren Geräten und Programmen, der sich in der sorgsamem Gestaltung der hochgeladenen Inhalte widerspiegelte.

Einen Großteil der Zeit verbrachte ich außerdem damit, Diskussionen in den Kommentaren zu verfolgen. Neben Lob und Feedback auf die Videoinhalte waren die Kommentarspalten in meinem Feld ein wichtiger Ort des Austauschs für die Community. Durch das Verfolgen der hier geführten Unterhaltungen gelang es mir erst richtig, Konzepte nachzuvollziehen, mit denen sich die Community identifiziert. Ich konnte wiederkehrende Themen erkennen und inhaltliche Gemeinsamkeiten zwischen den verschiedenen Kanälen ausmachen. Screenshots halfen mir dabei, viele dieser Eindrücke festzuhalten und für eine spätere Analyse zu speichern, so als hätte ich meine Kamera mit ins Feld genommen.

Während diesen Forschungsschritten wechselte ich häufiger den Ort, als ich es vorher vermutet hätte: Ich öffnete Links in einer neuen Browser-Registerkarte, um meine Position auf der Webseite nicht zu verlieren, wechselte zwischen den Fenstern, um Screenshots zu speichern oder meine Feldnotizen zu öffnen – bewegte mich also zwischen der Plattform und meinen privaten Computerdateien hin und her. Gleichzeitig machte ich mir mit Stift und Papier Notizen, druckte einige meiner Materialien aus, versah sie mit Anmerkungen, zeichnete bunte Karten und scannte sie wieder ein. Das hat nicht nur dazu geführt, dass



Abbildung 2: Kommentarspalte.

Quelle: Janine Hagemeister.

meine digitalen Methoden gar nicht genuin digital waren, sondern hat mir auch gezeigt, dass das Digitale durchaus kein homogener Raum ist: In Microsoft Word zu schreiben ist etwas anderes als ein Video anzuschauen oder in einem Kommentarbereich auf YouTube zu scrollen. Es findet praktisch in einem völlig anderen Raum unter anderen Rahmenbedingungen statt, auch wenn ich währenddessen die ganze Zeit ruhig vor meinem Laptop saß.

Neben thematisch passenden Videos zu meiner Forschungsfrage habe ich auch Inhalte über Meta-Diskussionen verfolgt. Dabei handelt es sich um andere Videos, die sich auf die Community beziehen, aber der Reflexion von Trends und Dynamiken gewidmet sind. Häufig finden diese einen kritischeren Ton und sprechen explizit über die Motivationen, Meinungen und Bewertungen von gemeinsamen Praxen auf der Plattform. Durch diese Inhalte hatte ich besonders stark das Gefühl, das Selbstverständnis der Nutzer:innen nachvollziehen zu lernen. Das hatte einen weiteren Vorteil: Trotz mehrmaliger Kontaktversuche konnte ich leider keine Interviews mit Communitymitgliedern führen, hatte durch die Meta-Videos aber den Eindruck, dass dies kein großes Problem für mein Forschungsdesign war. Ich nahm an, dass die Selbstdarstellung der Communitymitglieder im persönlichen Gespräch nicht besonders anders ausgefallen wäre, als sie in diesen reflexiven Inhalten zu finden ist. Da die Nutzer:innen stark um Authentizität bemüht sind, werden persönliche Haltungen und Einschätzungen aktiv thematisiert, ohne dass diese erst durch Interviewfragen zur Sprache kommen würden. Ein intensiveres Verhältnis zu einzelnen Personen oder ein persönliches Begleiten über einen längeren Zeitraum könnten jedoch den Raum für solche tieferen Einblicke öffnen, wenn das im Sinne der Forschungsfrage relevant erscheint. Dennoch bin ich davon überzeugt, dass Interviews mit Nutzer:innen von YouTube und anderen Plattformen für

die meisten Projekte einen großen Mehrwert bieten und hätte für ein größeres Forschungsvorhaben auch selbst gern mit einzelnen Produzent:innen oder Zuschauer:innen gesprochen.

Letztendlich bestand mein Material also aus vielen verschiedenen Text- und Bilddateien. Gespeichert habe ich alles in einer Ordnerstruktur auf meinem Laptop sowie in einer analogen Dokumentenmappe (z. B. die ausgedruckten und mit Anmerkungen versehenen Transkripte einzelner Videos). Lange habe ich mich auch mit der Frage beschäftigt, ob ich Videodateien von YouTube herunterladen soll, um sie vor dem Löschen zu bewahren und mir den Zugang zu ihnen für die Zukunft zu sichern. Diese Idee habe ich jedoch verworfen, da es mir zunehmend unpassend erschien. In der Analyse meiner Arbeit beziehe ich mich hauptsächlich auf die Transkripte der Audiodateien sowie meine Feldnotizen und Screenshots, sodass die reine Videodatei selbst keinen Mehrwert für meinen Text geboten hat. Losgelöst von der Plattform und damit von den Kommentarbereichen und der gesamten Einbettung verliert ein YouTube-Video außerdem einen Großteil seiner Bedeutung, ist seinem natürlichen und notwendigen Kontext also gewissermaßen entrissen.

Flow-orientierter Ansatz: Ein Fazit

Die beispielhafte Beschreibung meines Vorgehens in der Masterarbeit sollte zeigen, dass mich für meine Methodik vor allem zwei Aspekte beschäftigten. Einerseits die Auswirkungen der algorithmischen Struktur der Plattform auf mein Forschungsverhalten. Und andererseits das Vorgehen und Materialsammeln im Feld. Beides schien in einem digitalen Feld einer besonderen Aufmerksamkeit zu bedürfen. Ein Gegenbeispiel zur Verdeutlichung: Während Teilnehmender Beobachtungen in analogen Räumen sind wir uns bewusst, dass unsere Erfahrungen durch persönliches Auftreten und subjektive Positionierungen beeinflusst werden. Für eine klassische Feldforschung hätte ich daher keinen wesentlichen Teil des Methodenkapitels der Frage gewidmet, ob ich meine normale Kleidung tragen oder im Feld neutraler auftreten soll, wenn es nicht explizit relevant für die Forschungsfrage gewesen wäre. Die Fragen nach einem leeren YouTube-Account oder einem bewusst inszenierten Suchverhalten auf der Plattform schienen mir hingegen wichtig. Die vermeintliche Beherrschbarkeit des algorithmischen Systems von Internetplattformen und die Möglichkeit zum Abrufen massenweise gespeicherter Inhalte verleiten offensichtlich zu der Annahme, dass technische Parameter fest bestimmt sein müssen, um das Forschungsprojekt unter Kontrolle zu halten.

Aber kann der Rahmen für Forschung online tatsächlich besser kontrolliert und reflektiert werden als offline? Muss die Handhabung des Materials sich so stark von analogen Ethnografien unterscheiden? Als mögliche Antwort auf die Herausforderungen digitaler Felder für ethnografische Forschung steht der Flow-orientierte Ansatz von Markham und Gammelby (2018). Die Autorinnen greifen die Idee auf, dass Online-Plattformen niemals neutral betreten werden können:

„Facebook ist eine App, eingebettet in andere Apps oder Browser, eingebettet in Betriebssysteme, eingebettet in physische, personalisierte Geräte. ‚Facebook‘ ist immer das Facebook von jemandem und nicht nur ein digitales Artefakt, das in Zeit und Raum schwebt.“ (ebd.: 453; Übersetzung JH)

Dies gilt ebenso für YouTube und andere soziale Netzwerke. Für meine Masterarbeit habe ich mich daher entschlossen, von der Idee fixer Kriterien für mein Material abzulassen oder – wie Markham und Gammelby es nennen – von „dem Mythos, dass Kontexte Grenzen haben“ (ebd.: 454; Übersetzung JH). Dafür führen sie drei Argumente an, die auch erklären, warum wir uns nicht ausschließlich auf das verlassen können, was wir online als leicht zu erfassende Daten vorfinden: Erstens findet nicht jedes Verhalten in einer nachvollziehbaren Form statt. Wir können zum Beispiel nicht wissen, was die Nutzer:innen nicht posten, liken oder teilen, und was sie beim Surfen denken und fühlen. Dies gilt natürlich für alle sozialen Situationen, da wir die stillen Gedanken unserer Mitmenschen und Teilnehmer:innen nie ungefiltert erfahren. Zweitens weisen Markham und Gammelby darauf hin, dass das Internet nicht als zuverlässiges Archiv funktioniert. Die Inhalte werden nicht auf lineare Weise generiert und die Seiten sind ständigen Veränderungen unterworfen. Und drittens sei es für Forschende in den meisten Fällen nicht produktiv, nach starren Stichprobenkriterien zu suchen, sondern sie sollten von einer Fragestellung geleitet vorgehen. Der von ihnen vorgeschlagene Flow-orientierte Ansatz ergibt sich folglich aus der Tatsache, dass das Bewegen durch das digitale Feld „so unvermeidlich wie das Atmen“ sei (ebd.: 455; Übersetzung JH). Es ist also weniger entscheidend, an der richtigen Stelle anzufangen, sondern stattdessen kommt es darauf an, ein Gefühl für die Möglichkeiten der Plattform zu entwickeln und sich auf die Art und Weise einzulassen, wie auch andere Nutzer:innen YouTube erfahren.

Zusammenfassend lässt sich also sagen, dass es bei der Forschung auf YouTube weniger darum geht, den Algorithmus auszutricksen, als sich der Tatsache bewusst zu werden, dass Filtermechanismen die Webseite unweigerlich konstruieren. Strukturelle Bedingungen, die zu einer Unterrepräsentation bestimmter Inhalte auf der Plattform führen, werden von uns als Forscher:innen nicht beseitigt, wenn wir versuchen, Videos und Kanäle abseits der Suchfunktion aufzuspüren. Für meine Arbeit bin ich daher zu dem Schluss gekommen, dass es am konstruktivsten ist, in dem von mir ausgewählten Teil der Plattform mit dem Strom zu schwimmen und die Content-Alltagswelt mit möglichst vielen Nutzer:innen zu teilen. Dazu habe ich meine intuitive Bewegung auf der Plattform schriftlich festgehalten und auch diejenigen Dinge ausformuliert und beschrieben, die mir als natürlicher Teil der Seite sehr vertraut waren. Ein solcher Schritt der Distanzierung hat mir dabei geholfen, das eigene Forschungsverhalten zu reflektieren und die Nähe zum Gegenstand immer wieder aufzubrechen.

Flexibilität, Offenheit und Zirkularität sind bekannte Stärken der ethnografischen Feldforschung. Sie auf ein Projekt in einem digitalen Raum anzuwenden war anfangs mit Unsicherheiten verbunden, hat sich für meine Arbeit jedoch bewährt. Da ich eine Community verstehen und ihre Praktiken nachvollziehen lernen wollte, war der Wechsel aus Nähe und Distanz in der Teilnehmenden Beobachtung förderlich, um ein Gefühl für diese Gruppe zu entwickeln, die ohne YouTube als Plattform so nicht existieren würde. Meine Feldforschung und Reflexionsschritte haben zwar von außen betrachtet keinen örtlichen Unterschied gemacht, da der Ort des Geschehens größtenteils mein Schreibtisch blieb. Umso deutlicher wurde jedoch, dass viele der klassischen Werkzeuge nach wie vor wichtig sind, um Zugänge zum Feld herzustellen und Sinnzusammenhänge zu erkennen, wie etwa das Schreiben von Notizen und das Erstellen von Memos. So durchgeführt hat Internetforschung viel mit ihrem Gegenstand, dem Internet, gemeinsam: Sie ist gar nicht mehr so radikal neu und gar nicht vollständig digital.

Literatur

- Bakardjieva, Maria (2011): The Internet in Everyday Life: Exploring the Tenets and Contributions of Diverse Approaches. In: Mia Consalvo & Charles Ess (Hg.), The Handbook of Internet Studies. Chichester, West Sussex: Wiley-Blackwell, 59-82.
- Bishop, Sophie (2019): Managing Visibility on YouTube through Algorithmic Gossip. In: New Media & Society 21/11-12, 2589-2606. <https://doi.org/10.1177/1461444819854731>.
- Bishop, Sophie (2020): Algorithmic Experts: Selling Algorithmic Lore on YouTube. In: Social Media + Society 6/1, 1-11. <https://doi.org/10.1177/2056305119897323>.
- Consalvo, Mia & Charles Ess (Hgs.) (2011): The Handbook of Internet Studies. Chichester, West Sussex: Wiley-Blackwell.
- Cotter, Kelley (2019): Playing the Visibility Game. How Digital Influencers and Algorithms Negotiate Influence on Instagram. In: New Media & Society 21/4, 895-913. <https://doi.org/10.1177/1461444818815684>.
- Edwards, Rosalind & Janet Holland (2013): What is Qualitative Interviewing? London: Bloomsbury Academic.
- Glatt, Zoë (2021): LECTURE: Digital Influencers: The Rise of YouTubers and (Micro)celebrities | Dr YouTube LSE. YouTube (Zoë Glatt). <https://youtu.be/TffG1xj4k3E>. Letzter Zugriff: 17.12.2022.
- Maddox, Jessica & Brian Creech (2021): Interrogating LeftTube: ContraPoints and the Possibilities of Critical Media Praxis on YouTube. In: Television & New Media 22/6, 595-615. <https://doi.org/10.1177/1527476420953549>.
- Markham, Annette N. & Ane Kathrine Gammelby (2018): Moving Through Digital Flows: An Epistemological and Practical Approach. In: Uwe Flick (Hg.), The SAGE Handbook of Qualitative Data Collection. London: SAGE, 451-465.
- Morreale, Joanne (2014): From Homemade to Store Bought. Annoying Orange and the Professionalization of YouTube. In: Journal of Consumer Culture 14/1, 113-128. <https://doi.org/10.1177/1469540513505608>.
- Schwemmer, Carsten & Sandra Ziewiecki (2018): Social Media Sellout: The Increasing Role of Product Promotion on YouTube. In: Social Media + Society 4/3, 1-20. <https://doi.org/10.1177/2056305118786720>.
- Seaver, Nick (2019): Knowing Algorithms. In: Carl DiSalvo, Laura Forlano, Steven J. Jackson, Yanni A. Loukissas, Daniela Rosner & Hanna Rose Shell (Hgs.), DigitalSTS. A Field Guide for Science & Technology Studies. New Jersey: Princeton University Press, 412-422. <https://doi.org/10.1515/9780691190600-028>.
- Spradley, James P. (1980): Participant Observation. Illinois: Waveland Press.

Autor:inneninformation

Janine Hagemeister hat an der Goethe Universität Frankfurt zunächst Politikwissenschaft und Philosophie und dann Science and Technology Studies studiert. Ihre Interessen liegen in den Bereichen Mensch-Technik Beziehungen und Alltagskultur, die sie auch in ihrer Masterarbeit zur sogenannten „productivity community“ auf YouTube erforscht hat. Derzeit ist sie wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Kulturanthropologie und Europäische Ethnologie.