

# Ernährungsbezogene Themen im sozialen Online-Netzwerk Facebook – eine Inhaltsanalyse

**Verena Lindacher, Julika Loss**

Medizinische Soziologie, Fakultät Medizin



Universität Regensburg

Zweites Junges Forum Public Health Nutrition  
Hochschule Fulda, 1. März 2013

# Agenda



1. Hintergrund
2. Methode
3. Ergebnisauszüge
4. Diskussion

## Soziale Online-Netzwerke als neues Setting für Gesundheitsförderung

**Setting** = Lebensraum / soziale Einheit mit fester (Infra-) Struktur, sozialer Interaktion, bestimmten Aufgaben, Normen und Werten; fester Bestandteil des Alltags/ Zeitfaktor (Ottawa Charta/WHO, Leitbegriffe/BZgA)

Settings bewährt für ernährungsbezogene Intervention (Kindergarten, Schule, Betrieb...)

Soziale Online-Netzwerke werden als neuartiges Setting diskutiert (,novel setting`, ,virtual setting`) (Loss et al., 2013 submitted)

Analyse dieses Settings notwendig, um zukünftig effektive Maßnahmen planen zu können (Poland et al. 2009)

## Soziale Online-Netzwerke als neues Setting für Gesundheitsförderung

‘Imagine there is a **centre** that the vast **majority of young people go to most days of the week for several hours a day**. Young people at this centre are seeking health related and wellbeing information, **but there are no health promotion workers** [...] There would no doubt be great concern across health promotion sectors and many [...] offers of partnership and capacity building to rectify such a situation to achieve health outcomes. **This describes the current situation if we conceptualize the social media environment as a setting.**’

(Centre for Health Promotion and Women’s and Children’s Health Network, 2012)

# Web 2.0 und soziale Online-Netzwerke

## Soziales Online-Netzwerk

The Facebook logo, consisting of the word 'facebook' in white lowercase letters on a blue rectangular background.

- = Internetanwendung / kostenloses Massenmedium
- = Registrierung mit Profil
- = Vernetzung mit anderen Mitgliedern
- = Erstellung aller Inhalte durch Mitglieder
- „**Publizistische Egalisierung**“
- = Eigene Terminologie (Like, Freunde, Pinnwand)
- = Plattform mit kurzen Berichten über Aktivitäten, Erfahrungen und Fragen in „Echtzeit“ mittels Kurztexten und Bildern



## Fragestellung

- Wie oft werden Ernährungsthemen von Facebooknutzern angesprochen?
- Wie wird über diese Themen kommuniziert (Bezug zu Risiko- oder Gesundheitsverhalten)?
- Wie wird die Kommunikation von anderen Nutzern wahrgenommen?



1. Entwicklung einer Datenerhebungsstrategie
2. Entwicklung eines adäquaten Messinstruments





# Studiendesign

## Teil 1: Vorstudie

- qualitative Analyse
- heterogene, quotierte Nutzerstichprobe (N=24)

→ vorläufiges Codebuch

## Teil 2: Hauptstudie

1. qualitative Überprüfung und Anpassung (n=5)
2. quantitative und qualitative Hauptauswertung (N=30)
  - homogene Stichprobe (vorklinische Medizinstudenten)
  - 9-Monats-Zeitraum

→ angepasstes Codebuch  
→ Datensatz

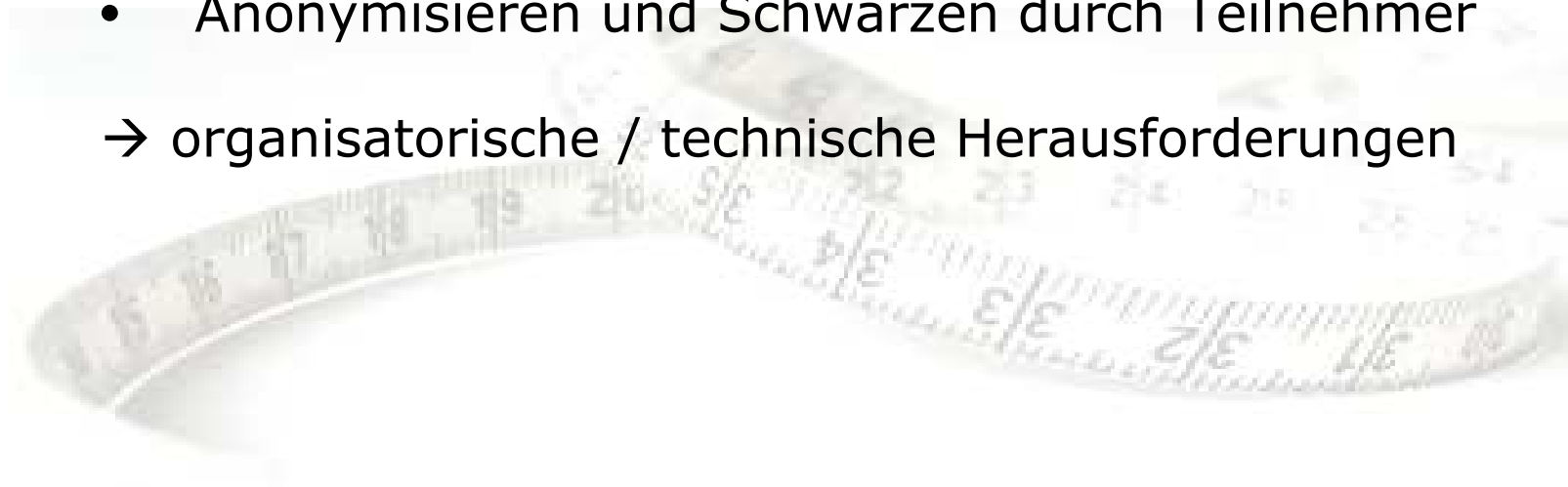
## Herausforderungen der Datenerhebung

1. Facebook-Daten prinzipiell nicht öffentlich
2. Datenschutzrechtliche und ethische Aspekte bezüglich sichtbarer Daten Dritter

### Lösung

- persönliches Erscheinen: Briefing, Einwilligung
- Ausdruck des eigenen Facebookprofils
- Anonymisieren und Schwärzen durch Teilnehmer

→ organisatorische / technische Herausforderungen





## Ergebnisse

### Codebuch

= 8 Kategorien zur Erfassung von ...

1. Art des Facebookinhaltes (Facebookfunktionen)
2. Art der Kommunikation (z. B. Verhaltensmitteilung, Appell, Informationssuche)
3. Themengebiet (Ernährung, Bewegung, Alkohol, Rauchen)
4. Themeneinordnung – gesundheitsförderlich / riskant
5. Themenbewertung des Nutzers / Fremdbewertung
6. saisonaler Einfluss

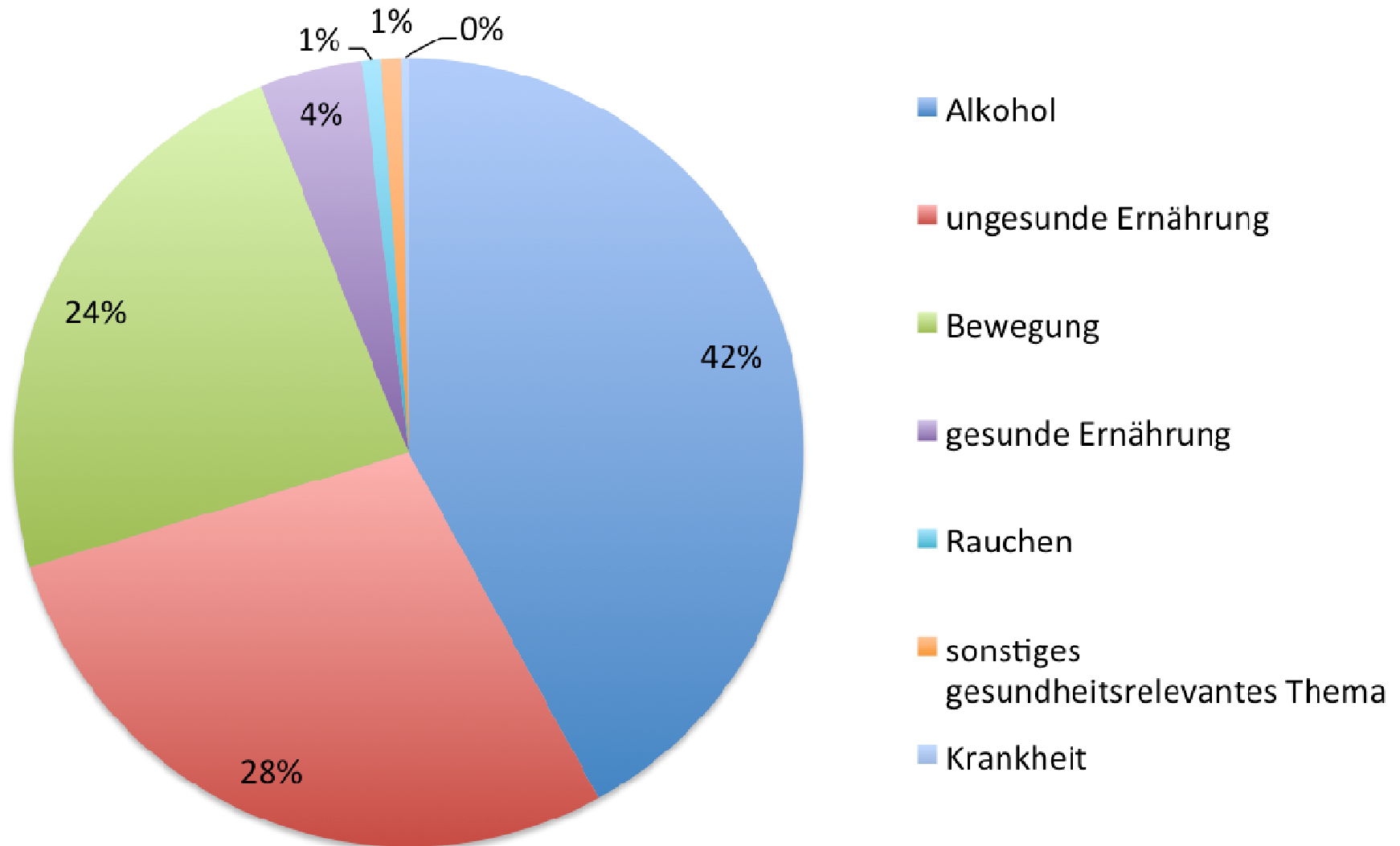
## Themenverteilung

### **N = 30 Facebookprofile:**

- ✓ 5851 analysierte Beiträge
- ✓ 381 zu Gesundheitsthemen = **6,5 %**
- ✓ 28/30 der Probanden „posten“ mindestens einen Beitrag zu den Themen Ernährung oder Alkohol
- ✓ 27/30 der Probanden berichten mindestens einmal ernährungsbezogenes Risikoverhalten (Alkohol, ungesunde Ernährung)



# Themenverteilung





## **Kontexte ernährungsbezogener Themen**

Die überwiegende Mehrheit der "Posts" zu riskantem oder gesundheitsförderlichem Ernährungsverhalten stellt keinen Bezug zum Thema Gesundheit her, es werden vielmehr andere thematische Einbettungen wie Geselligkeit, Spaß oder Stolz auf Leistung vorgenommen.

Gesundheitliches Risikoverhalten wird mehrheitlich positiv konnotiert dargestellt.

# Kontexte: ungesunde Ernährung / Alkoholkonsum

Beispiel: Geselligkeit / Spaß

Pizza und  
Lasagne mit Lisa  
und Max.



Beispiel: Besondere Leistung / Stolz

Muffins  
backen. Best  
Muffins ever.



## Kontexte: Alkoholkonsum

Beispiel: Genuss / Entspannung

Es geht doch nichts über ein Glas Rotwein und ein gutes Buch...



Beispiel: Alkohol als „Trophäe“, bewusste Grenzüberschreitung



Boah ich hatte noch nie son Schädel – und das beim lernen, harter fail, echt ^^

## Kontexte: gesunde Ernährung

Beispiel: Zubereitung / Beschaffung als Aufwand

30 kg Kürbis  
wollen  
verarbeitet  
werden.



Beispiel: Medikalisierung

Die Grippe naht:  
erstmal eine  
Schüssel  
Fruchtsalat mit  
Müsli.



## Weitere Auswertungen

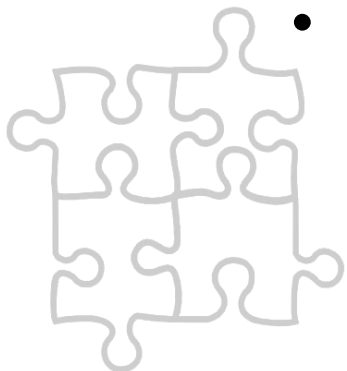
- vorrangig positive Nutzerbewertung des eigenen und fremden Verhaltens (weitgehend unabhängig vom Inhalt)
- Ernährungsbezogenes Gesundheits- / Risikoverhalten werden überwiegend positiv bewertet
  - Durch Ersteller des Inhalts
  - Durch Kommentare von Freunden
- saisonale Einflüsse auf Kommunikationsverhalten





## Impression Management

- Eindruck: Ernährungsbezogenes Gesundheits- und Risikoverhalten wird benutzt, um einen positiven Eindruck der eigenen Person herzustellen
- „Zielperson“ mit vielen Freunden, geselligen Erlebnissen, die besondere Aufgaben meistert, bewusst Grenzen überschreitet und damit sozialer Norm im Setting Facebook entspricht
- Konzept „Impression Management“ (Goffman, 1959)
- Eigenschaften sozialer Online-Netzwerke fördern Impression-Management-Strategien (Loss et al., 2012 submitted)



# Implikationen

## 1. Setting Facebook

- Verständnis von Infrastruktur, Normen, Werten, Verhaltenskodizes, Themenselektionen
- Medium mit Tendenz zu positiver „Vermarktung“ → Betonung zusätzlichen Benefits für Interventionen wichtig (Social Marketing)
- saisonale Einflüsse → zeitliche Abstimmung von Maßnahmen

## • 2. Datenerhebung / Messinstrument

- Anwendbares Kategoriensystem zur Beschreibung von Kommunikation und Inhalten „in Echtzeit“ auf Facebook
- Verlaufsbeobachtungen, Evaluation / Monitoring
- Datenerhebungsstrategie umsetzbar



## Diskussion

Wie könnte eine Folgestudie aussehen?

Welche Konsequenzen ergeben sich durch die Studie für die Praxis?



## Zu meiner Person

2007-2010: Bachelorstudium Kommunikationswissenschaft an der Ludwig-Maximilians-Universität München (Verortung der Fallbeispieltheorie im Stages-of-Change-Modell)

2010-2012: Masterstudium Public Health (MPH) an der Ludwig-Maximilians-Universität München

Seit 09/2012: Wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Professur für Medizinische Soziologie (Julika Loss), Institut für Epidemiologie und Präventivmedizin, Universität Regensburg (Doktorandin im Projekt GENIESSER Oberpfalz)



**Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!**

**Kontakt:**

**[verena.lindacher@klinik.uni-regensburg.de](mailto:verena.lindacher@klinik.uni-regensburg.de)**



Universität Regensburg