



AUDIOVISUELLE PLATTFORMEN IN DER GESCHICHTSWISSENSCHAFT

Bedarfe und Herausforderungen bei der Archivierung und
Erforschung von Instagram und TikTok

Tagung "Nachhaltige Archivierung sozialer Medien – Twitter und danach",
Deutsche Nationalbibliothek, Frankfurt/Main, 20.03.2024



Mia Berg, Ruhr-Universität Bochum
Andrea Lorenz, Universität Hamburg



ABLAUF

1

Geschichte auf Instagram und TikTok

2

Herausforderungen

3

Perspektiven

PROJEKT

„SocialMediaHistory – Geschichte auf Instagram und Tiktok

- Universität Hamburg – Public History
- Ruhr-Universität Bochum – Geschichtsdidaktik und Public History
- Kulturpixel e.V.

Laufzeit

- 03/2021 - 05/2024

Förderung

- BMBF-Programmlinie “Förderung von bürgerwissenschaftlichen Vorhaben”



VERORTUNG – PUBLIC HISTORY

„die öffentlichen Repräsentationen von Vergangenheit außerhalb von Fachwissenschaft, Schule und Familie sowie die damit einhergehenden Deutungen zusammen mit ihren Akteuren, Medien, performativen Praktiken und materiellen Objekten daraufhin untersucht, was für wen, wie, mit welcher Bedeutung und zu welchem Zweck als ‚Geschichte‘ konstituiert und verhandelt wird.“

Knoch, Habbo: Wem gehört die Geschichte? Aufgaben der „Public History“ als wissenschaftlicher Disziplin, in: Hasberg, Wolfgang; Thünemann, Holger (Hgg.): Geschichtsdidaktik in der Diskussion. Grundlagen und Perspektiven (Geschichtsdidaktik diskursiv - Public History und historisches Denken, Bd. 1), Frankfurt am Main u.a. 2016, S. 303–345, S. 304.

**Nonsense TikTok
video about
history with fun
effects & catchy tunes
but no sources**

**Research
Scholars
Records
Archaeology
Experience**

MERKMALE

Audiovisuelle Social-Media-
Plattformen

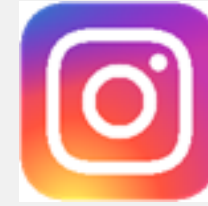
Teilen von Fotos/Videos

Austausch mit anderen Nutzer*innen

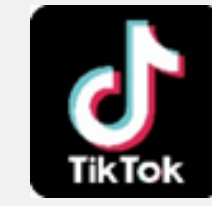
Rezeption und Produktion von Content

App- und (eingeschränkt) webbasiert

Nutzer*innen- und Reichweitenstark,
v.a. in jungen Zielgruppen

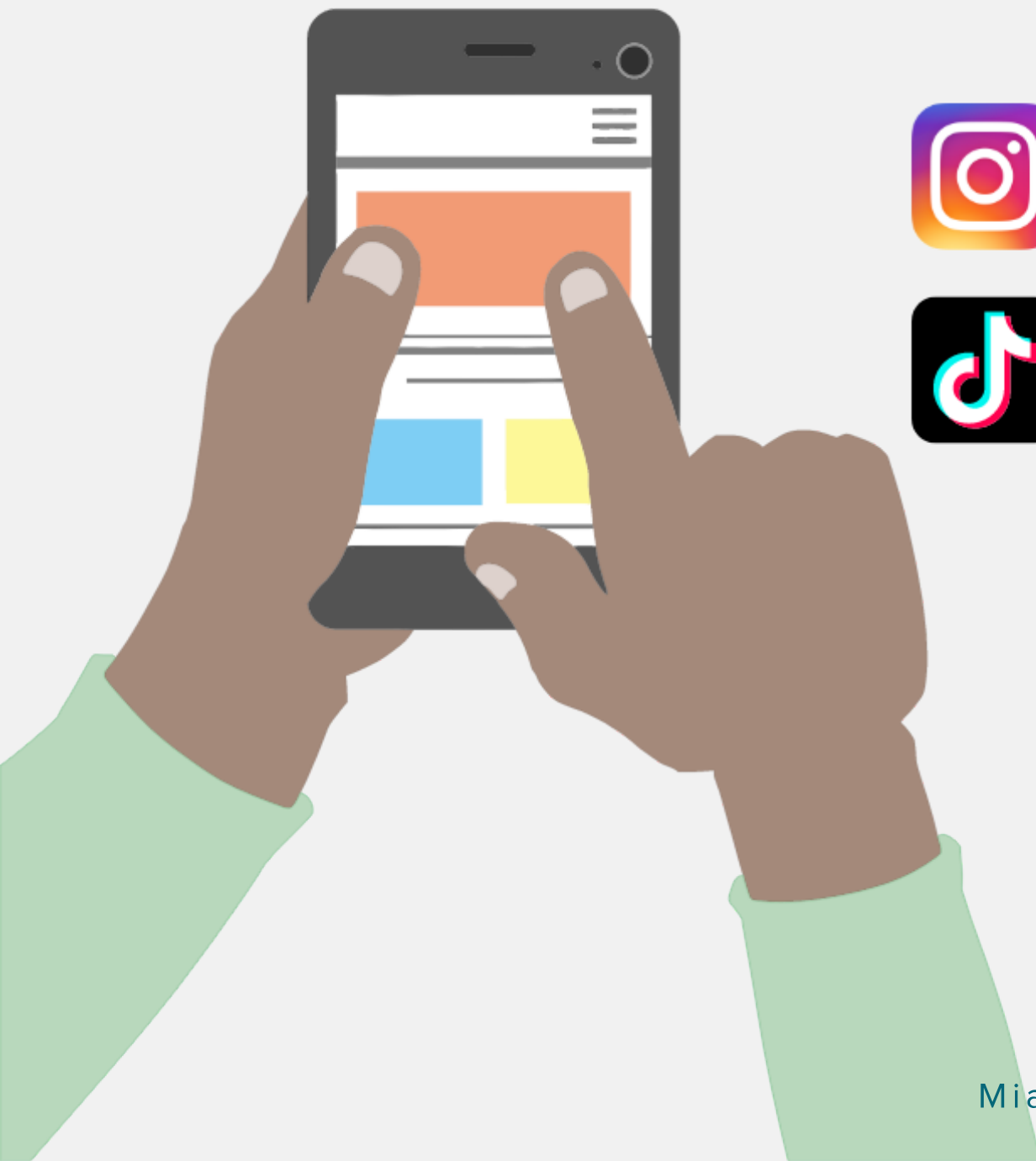


- Kanal für einerseits **Werbung, Konsum, Selbstdarstellung**
- Andererseits **Nachrichten, Erlebnisse, Vermittlung**
- Communitybildung
- Personenzentrierung
- verschiedene mediale Formate **Posts, Stories, Reels, IGTV, Collections**



- Kanal für einerseits **Unterhaltung, Tanz, Challenges,**
- Andererseits **Lernen, Politischen Diskurs, Quellenmaterial**
- starke Viralität, Post > Account
- einige bekannte Content Creator vs. viele „One Video Wonder“
- Videos

#history



49 Millionen Beiträge



131 Milliarden Aufrufe



Neue Zielgruppen

Mehr Angebote und Akteur*innen

Mehr Stimmen, die gehört werden

Diversifizierung und Pluralisierung



Geschichtsverzerrung

Fake News

Hate Speech

BEISPIELE

Institutionelle Projekte

Sophie Scholl - @ichbinsophiescholl

<https://www.instagram.com/ichbinsophiescholl/>

Privatpersonen

Familiengeschichte - @tadschu

<https://www.instagram.com/tadschu/>

Holocaust-Überlebende - @lilyebert

<https://www.tiktok.com/@lilyebert>

Selfies an historischen Orten, Gedenkstätten etc.

Zeitgeschichte

Kriegs- und Alltagsdokumentation (Ukraine, Israel, Palästina, Iran, ...)

<https://www.marcus-boesch.de/wartok/>

Funktionsträger*innen/Politische

Mobilisierung

AfD - @Maximilian_Krah.AfD

https://www.tiktok.com/@maximilian_krah

Kampagne #reclaimTikTok

META UND BYTEDANCE BEFORSCHEN

*Twitter data is like fruit flies. It's easy to collect and study
(not necessarily the best or most representative)*

nach Zeynep Tufekci und Casey Fiesler



HERAUSFORDERUNGEN

Technische
Dimension

Rechtliche
Dimension

Ethische
Dimension

Empirische
Dimension

DATENERHEBUNG

Unterschiedliche Zugangswege

- API
- Web Scraping, Crawling
- Plattformkooperationen
- Selbstarchivierung und Datenspenden
- Manuell (z.B. Screenshots)

DATENERHEBUNG

- API
 - Cambridge Analytica und Post-API Age
 - TikTok Research API: Quota, Forschungsthemen, Exploration, Archivierung?
- Web Scraping, Crawling
 - Verbot Terms of Service vs. Recht auf Text und Data Mining
- Plattformkooperationen
 - Abhängigkeiten, siehe z.B. Einstellung von Crowdtangle
 - Einschränkungen, z.B. Meta Content Library Zugriff nur auf Creator- und Business Accounts
- Selbstarchivierung und Datenspenden
- Manuell (z.B. Screenshots)
 - Umfang, Auswertbarkeit

ARCHIVIERUNG

"Kommt hinzu, dass es für den Umgang mit sogenannten „digital bourn sources“ – also genuin digitalen Quellen – etwa Weblogs, Twitter- oder Facebookposts noch keinen standardisierten Umgang gibt. Viele Fragen sind offen: Wem gehören diese Daten? Unter welchen Bedingungen stehen sie für die Forschung zur Verfügung? Wie lange ist ihre Lebensdauer?"

Rüdiger Hohls: „An diesem Punkt sind wir ja noch gar nicht angekommen. Die sind ja noch gar nicht archivierungswürdig.“

Deutschlandfunk Kultur, 27.09.2017, <https://www.deutschlandfunkkultur.de/geschichtswissenschaft-im-digitalen-zeitalter-vielleicht-100.html>

ARCHIVIERUNG

“Commercial social media platforms have a business model that values current data far more than historical data. [...] The reliance on an enthusiast-driven archiving initiative (albeit with support and direction from the Internet Archive) for securing this data suggests a gap in the priorities and collecting policies of traditional GLAM institutions (galleries, libraries, archives and museums). Given these conditions, users and policy makers have no reason to expect platforms to preserve user data for the long term.”

Sarah Day Thomson, Preserving Social Media, S. 25.

RECHTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

- Urheberrecht
- Vertragsrecht
- AGB der Plattformen
- Datenschutzrecht
- Persönlichkeitsrechte

TEXT UND DATA MINING

“Überwindung von technischen Schutzmaßnahmen (bspw. Verbot in robots.txt oder Captcha) ist eine Verletzung von Betreiberrechten und damit unzulässig”

“[...] können die Bedingungen des Nutzungsvertrages bestimmte wissenschaftliche Qualitätsansprüche (beispielsweise Speicherung der Daten zur Möglichkeit der Replikation der Forschung) verhindern”

Handreichung zur rechtskonformen Durchführung von Web-Scraping Projekten in der nicht-kommerziellen wissenschaftlichen Forschung (Stand: 30.01.2020), <https://www.wiso.uni-hamburg.de/forschung/forschungslabor/downloads/20200130-handreichung-web-scraping.pdf>

RECHTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

“dass es keine gesetzliche Grundlage [gibt], die eine umfassende Archivierung von Social-Media-Inhalten durch das AdSD rechtfertigen würde. Sofern es sich um urheberrechtlich geschützte Inhalte handelt – was bei den meisten, aber nicht bei allen Social-Media-Inhalten der Fall ist – bedarf es daher einer Zustimmung der Rechteinhaber_innen, sofern es sich nicht um frei lizenzierte Inhalte handelt.”

Paul Klimpel/ Fabian Rack: Einschätzung der rechtlichen Rahmenbedingungen für die Archivierung von Social-Media-Inhalten im Archiv der sozialen Demokratie, in: Anabel Walz/ Andreas Marquet (Hrsg.): Sicher sichern? Social Media-Archivierung aus rechtlicher Perspektive im Archiv der sozialen Demokratie, Beiträge aus dem Archiv der sozialen Demokratie 17 (2022), S. 15–48, S. 45.

DATENSCHUTZ UND ETHIK

- GDPR/DSGVO
- Umgang mit Minderjährigen
- Anonymisierung und Rückwärtssuchbarkeit
- Vorstellungen von Privatheit
- Strafrechtlich relevante Inhalte

AUSBLICK – FORSCHUNGSPOLITIK

Was die Wissenschaft im Rahmen des Datenzugangs nach Art. 40 DSA braucht: 20 Punkte zu Infrastrukturen, Beteiligung, Transparenz und Finanzierung

What the Scientific Community Needs from Data Access under Art. 40 DSA: 20 Points on Infrastructures, Participation, Transparency, and Funding

[Stellungnahme]

**Klinger, Ulrike
Ohme, Jakob**

[Link zum Policy Paper](#)

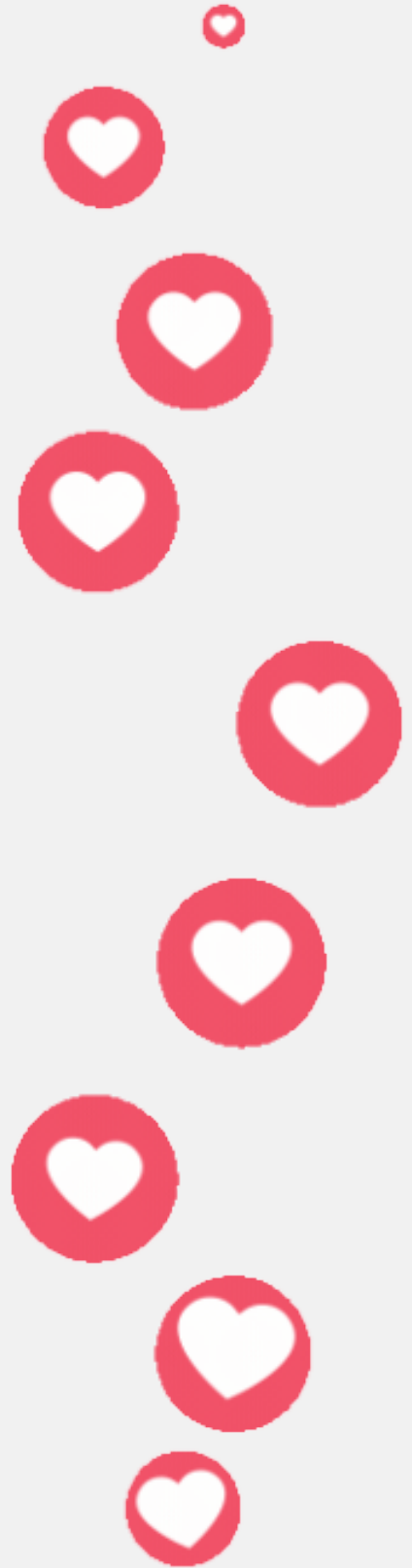
EIN ZWISCHENFAZIT



„If the past is to have an abundant future, if the story of Bert Is Evil and hundreds of other stories are to be fully told, then historians need to act in the present.”

Roy Rosenzweig: Scarcity or Abundance? Preserving the Past in a Digital Era, in: American Historical Review 108, 3 (June 2003), S. 735-762.

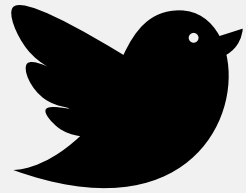
DANKE FÜR DIE AUFMERKSAMKEIT!





mia.berg@rub.de

andrea.sarah.lorenz@uni-hamburg.de



@janeinvll

@frau_lorenz



@mberg.bsky.social

@fraulorenz.bsky.social



@mberg@fedihum.org

@frau_lorenz@fedihum.org

SOCIAL
MEDIA



@socmedhistory



socialmediahistory@rub.de