

Politische Kommunikation der Jugendorganisationen und junger Partisanen im bayerischen Landtagswahlkampf 2023 auf Instagram

Thema:

Politische Kommunikation der Jugendorganisationen und junger Partisanen im bayerischen Landtagswahlkampf 2023 auf Instagram

Art:

BA, MA

BetreuerIn:

Michael Achmann

Status:

Entwurf

Stichworte:

politische kommunikation, digital methods, social media analysis, instagram, stories, politikwissenschaft, visuelle analyse

angelegt:

2023-06-09

Hintergrund

Die politische Partizipation junger Menschen spielt eine wichtige Rolle in der demokratischen Gesellschaft. Jugendorganisationen, die innerhalb politischer Parteien agieren, bieten jungen Menschen eine Plattform, um ihre Stimme zu erheben und politische Prozesse mitzugestalten. Im Zeitalter von sozialen Medien, insbesondere Instagram, ist es von Interesse zu untersuchen, wie Jugendorganisationen die Plattform nutzen, um mit ihrer Zielgruppe zu kommunizieren und politisches Engagement zu fördern.

Zielsetzung der Arbeit

Das Hauptziel dieser Abschlussarbeit besteht darin, die Nutzung von Instagram durch Jugendorganisationen politischer Parteien zu untersuchen und insbesondere den Fokus auf engagierte junge Mitglieder, auch bekannt als Partisanen, zu legen. Die Arbeit zielt darauf ab, Erkenntnisse über die Strategien, Inhalte und Interaktionen der Jugendorganisationen auf Instagram zu gewinnen. Durch den Vergleich mit einem anderen Abschlussarbeitsthema, können mögliche Unterschiede und Gemeinsamkeiten in der Nutzung von Instagram durch Partisanen und anderen politischen Akteuren herausgestellt werden.

Konkrete Aufgaben

1. Datensammlung: Es soll ein Datensatz von Instagram-Inhalten im Zusammenhang mit der bayerischen Landtagswahl erstellt werden. Dabei werden sowohl vergängliche Stories als auch permanente Inhalte erfasst, die von den politischen Akteuren während des Wahlkampfes veröffentlicht werden. In dieser Arbeit liegt der Fokus auf den Jugendorganisationen und / oder Partisanen. Dafür müssen Organisationen und Akteure recherchiert werden, die Organisationen kontaktiert werden und ggf. Datenspenden erfragt oder Interviews geführt werden.
2. Literaturrecherche zur politischen Kommunikation auf Instagram, Jugendorganisationen und Partisanen, sowie computergestützte Analyse visueller Social Media Inhalte. Dabei werden relevante theoretische Konzepte und Ansätze untersucht, beispielsweise im Bereich der visuellen Kommunikation.
3. Annotation und Auswertung der Daten: Der erstellte Datensatz wird annotiert und analysiert, um wichtige Merkmale und Trends in Bezug auf Kommunikationsstrategien, Themen und Interaktionen mit den Nutzerinnen und Nutzern zu identifizieren.
4. Computergestützte Datenauswertung: Nutzung von Machine Learning und weiteren Verfahren um das Korpus auszuwerten.
5. Ergebnisinterpretation: Die gewonnenen Erkenntnisse werden interpretiert und ihre Bedeutung für die politische Kommunikation im Kontext der bayerischen Landtagswahl diskutiert. Parallel läuft eine Abschlussarbeit zur pol. Kommunikation mit den Parteien und Spitzenkandidierenden, möglicherweise ergeben sich Vergleichsmöglichkeiten

Der vorgestellte Umfang sprengt möglicherweise eine Masterarbeit, wir entwickeln gemeinsam eine sinnvolle Fragestellung und reduzieren damit den Umfang der Arbeit. Bei Bearbeitung des Themas als Bachelorarbeit reduziert sich der Umfang natürlich noch stärker. Aus meiner eigenen Arbeit zur gibt es diverse Jupyter-Notebooks und Literatursammlungen, auf die bei Bearbeitung zurückgegriffen werden kann.

Erwartete Vorkenntnisse

- Nicht notwendig, aber von Vorteil: Vorwissen aus der Politik-, Kommunikations- oder Medienwissenschaft
- Interesse am interdisziplinären Arbeiten
- Interesse an qualitativen Methoden wie Interviewführung oder Datenspenden
- Python Kenntnisse oder die Motivation sich einzuarbeiten

Weiterführende Quellen

https://wiki.mi.ur.de/arbeiten/nutzung_von_stories_in_social_media_kanaelen_politischer_akteure_waehrend_der_bundestagswahl_2021 Medina Serrano, J. C., Papakyriakopoulos, O., & Hegelich, S. (2020). Dancing to the Partisan Beat: A First Analysis of Political Communication on TikTok. *12th ACM Conference on Web Science*, 257–266. <https://doi.org/10.1145/3394231.3397916> Bast, J. (2021). Politicians, Parties, and Government Representatives on Instagram: A Review of Research Approaches, Usage Patterns, and Effects. *Review of Communication Research*, 9. <https://www.rcommunicationr.org/index.php/rccr/article/view/108> Haßler, J., Kümpel, A. S., & Keller, J. (2021). Instagram and political campaigning in the 2017 German federal election. A quantitative content analysis of German top politicians' and parliamentary parties' posts. *Information*,

Communication and Society, 1–21. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2021.1954974> Bossetta, M., & Schmøkel, R. (2023). Cross-Platform Emotions and Audience Engagement in Social Media Political Campaigning: Comparing Candidates' Facebook and Instagram Images in the 2020 US Election. *Political Communication*, 40(1), 48–68. <https://doi.org/10.1080/10584609.2022.2128949> Towner, T. L., & Muñoz, C. L. (2022). A Long Story Short: An Analysis of Instagram Stories during the 2020 Campaigns. *Journal of Political Marketing*, 1–14. <https://doi.org/10.1080/15377857.2022.2099579>

From:
<https://wiki.mi.ur.de/> - MI Wiki

Permanent link:
https://wiki.mi.ur.de/arbeiten/politischer_kommunikation_der_jugendorganisationen_und_junger_partisanen_im_bayerischen_landtagswahlkampf_2023_auf_instagram

Last update: 04.04.2024 12:23

