

Nutzung von Stories in Social Media Kanälen politischer Akteure während der Bundestagswahl 2021

Thema:

Nutzung von Stories in Social Media Kanälen politischer Akteure während der Bundestagswahl 2021

Art:

BA

BetreuerIn:

Michael Achmann

Status:

in Bearbeitung

Stichworte:

Digital Humanities, Politikwissenschaft, Medienwissenschaft, Qualitative Studie, Social Media, Instagram, Snapchat

angelegt:

2021-03-15

Hintergrund

Vergängliche Formate wie Stories bei Snapchat, Instagram & WhatsApp wurden meiner bisherigen Recherche nach in den wenigsten wissenschaftlichen Disziplinen untersucht. Das Bundestagswahljahr 2021 verspricht einen spannenden Untersuchungsgegenstand für das Phänomen der Stories: Die politischen Akteure (Menschen, Parteien, Medien), die in dieser pandemiegeprägten Zeit vermutlich den bisher digitalsten Wahlkampf veranstalten werden. Während Stories heute fester Bestandteil der großen Social Media Plattformen sind, stellt sich die Frage: Wer konsumiert Stories, Welche Inhalte transportieren Stories und wie unterscheiden sich die Inhalte zwischen den verschiedenen Akteuren.

Zielsetzung der Arbeit

Ziel der Arbeit ist das Sammeln und Auswerten der {Instagram | Snapchat | Facebook} Stories von {Politiker*innen | Parteien | Medien} über einen festgelegten Zeitraum. Zur Sammlung muss ein digitales Tool entwickelt werden, die Auswertung kann z. B. auf Basis einer {politikwissenschaftlichen | feministischen | medienwissenschaftlichen} Theorie erfolgen.

Konkrete Aufgaben

Entwicklung eines Sammel-Tools für Stories

Sie entwickeln ein System, mit dem Stories einer oder mehrerer Plattformen für multiple Accounts

gesammelt werden können. Denkbar wäre ein Crawler oder ein Browser Plugin. Hierfür müssen ethische und rechtliche Grenzen beim Sammeln der Inhalte beachtet werden.

Datensammlung

Je nachdem für welche Entwicklung Sie sich entschieden haben sammeln sie über einen abgesprochenen Zeitraum die Stories.

Auswertung

Zur Auswertung annotieren Sie die Stories, um Texte und Elemente quantifizieren zu können und die Inhalte im Anschluss quantitativ und qualitativ auswerten zu können. Nach der Annotation bewerten Sie die Ergebnisse unter Zuhilfenahme einer {politikwissenschaftlichen | feministischen | medienwissenschaftlichen} Theorie.

Erwartete Vorkenntnisse

Dieses Thema richtet sich insbesondere (aber nicht notwendigerweise) an:

- Studierende, die in ihrem zweiten Bachelorfach oder Nebenfach eine relevante Disziplin wie Medienwissenschaft oder Politikwissenschaft studieren;
- Studierende im Master Digital Humanities, vor allem falls Sie zuvor ein passendes Fach studiert haben.

Weiterführende Quellen

- Amancio, Marina: „Put it in your Story“: Digital Storytelling in Instagram and Snapchat Stories“ 2017, <https://www.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A1111663&dswid=-5700> (abgerufen am 09.03.2021).
- Bainotti, Lucia, Alessandro Caliendo und Alessandro Gandini: „From archive cultures to ephemeral content, and back: Studying Instagram Stories with digital methods“, in: *New Media & Society* (2020), S. 1461444820960071, <https://doi.org/10.1177/1461444820960071>.
- *Feminist media: Participatory spaces, networks and cultural citizenship*, hrsg. v. Elke Zobl und Ricarda Drueke, Walter de Gruyter 2012 (*Critical Studies in Media and Communication* 9).

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

Permanent link:
<https://wiki.mi.ur.de/arbeiten/stories?rev=1616744168>

Last update: **26.03.2021 07:36**

