

Handbuch Annotation Projekt Mobilisierung

1. Einführung/Motivation

Für meine Masterarbeit zur Analyse des digitalen Landtagswahlkampfes 2023 in Bayern brauche ich Hilfe bei der Annotation. Ziel der Untersuchung ist, Handlungsmuster in Wahlkampfposts zu quantifizieren und verstehen zu können, welche Strategien mit Blick auf die Performance und Reichweite der Posts am besten funktionieren. Dafür brauche ich Annotationen für 1000 Beiträge aus dem vergangenen Herbst, um die Qualität der Maschinellen Klassifikation bewerten zu können. Analysegrundlage sind dabei pro Post immer die Caption und das Bild selbst. Die Kodierungen helfen dabei zu verstehen, wie Wahlkampf in Sozialen Medien verbessert werden kann und was das für demokratische Parteien bedeutet. Analysegrundlage sind dabei pro Post immer die Caption und das Bild selbst.

Die Kodierungen helfen dabei zu verstehen, wie Wahlkampf in Sozialen Medien verbessert werden kann und was das für demokratische Parteien bedeutet.

2. Anleitung

Bei der Annotation sollen die Beiträge in zwölf Kategorien klassifiziert werden. Mehrfachnennung sind hier möglich, ein Post kann mehrere Handlungsmuster abbilden. Der theoretische Unterbau meiner Arbeit geht davon aus, dass Politiker:innen folgende zwölf Motive in Sozialen Medien verfolgen:

1. Politischer Inhalt/Info

Politische Inhalte und Themen werden bearbeitet, oft verknüpft mit Forderungen oder wie man selbst oder die eigene Partei dazu steht. Weit gefasst, auch die Forderung nach einem „gerechterem Bayern“ reicht hier schon aus.

2. Neg. Campaigning

Die politische Konkurrenz wird diskreditiert und/oder vor allem kritisiert. Meist inhaltlich geprägt. Eher streng, es muss der Gegner namentlich genannt werden (Ampel, Staatsregierung, Opposition o.Ä. geht auch)

3. Selbstpräsentation unpolitisch

Die eigene Person wird in unpolitischem Kontext präsentiert. Oft geht es darum, Nähe herzustellen und sich als „normale“ Person zu präsentieren. Oft werden positive Themen wie Ferien, Urlaub, Feiern oder schönes Wetter bedient.

4. Selbstpräsentation politisch

Die eigene Person wird in politischem Kontext präsentiert. Entweder die eigene politische Arbeit in Mandat, Partei, oder der Besuch von Institutionen im politischen Kontext. Auch die Präsentation der eigenen analogen Wahlkampfmethoden (Plakate, Infostand, Haustürbesuche, Podiumsdiskussionen) gehört hier dazu. Auch die Präsentation der eigenen Arbeit im vorpolitischen Raum (Vereine und Organisationen) gehört hier dazu.

5. Parteipräsentation unpolitisch

Die eigene Partei wird in unpolitischem Kontext präsentiert. Oft geht es darum, Nähe herzustellen und sich als normale Person zu präsentieren. Oft werden positive

Themen wie Ferien, Urlaub, Feiern oder schönes Wetter bedient. Im Vergleich zu Kategorie 3 geht es hier um den Partei-Kontext, also ob die Themen und Veranstaltungen gemeinsam besucht/präsentiert werden.

6. Parteipräsentation politisch

Die eigene Partei wird in politischem Kontext präsentiert. Entweder die eigene politische Arbeit in Mandat, Partei, oder der Besuch von Institutionen im politischen Kontext. Typisch ist auch der Besuch eines „Partei-VIPs“. Im Vergleich zu Kategorie 3 geht es hier um den Partei-Kontext, also ob die Themen und Veranstaltungen gemeinsam besucht/präsentiert werden. Zusätzlich zählt hierzu die Präsentation von Umfrageergebnissen.

7. Interaktion

Die sozialen Medien werden genutzt, um mit dem Wahlvolk in Kontakt zu treten. Typisch sind Aufforderungen in die Kommentare zu schreiben oder sich per Direktnachricht zu melden.

8. Neutrale Infos zur Wahl

Es wird neutral über den Ablauf der Wahl informiert, ohne für die eigene Person oder Partei zu werben.

9. Mitgliederinfo

Es wird spezifisch mit den Mitgliedern der eigenen Partei/Organisation kommuniziert, um interne Themen zu bearbeiten.

10. Fundraising

Es wird versucht finanzielle Mittel für Wahlkampf und generell für die politische Arbeit einzutreiben, meistens als Spendenaufruf.

11. Veranstaltungshinweis

Es wird auf eine (Wahlkampf)-Veranstaltung hingewiesen oder eingeladen.

12. Wahlaufufruf direkt

Es wird offen dazu aufgerufen, dass die eigene Partei oder Person gewählt werden soll. Oft verbunden mit Infos zum Ablauf der Wahl. Die reine Nennung auf welchem Listenplatz man steht reicht hier nicht aus.

Bei der Klassifikation bekommst du den Text des Beitrags, das Bild selbst, die Schrift im Bild und die Hashtags zur Verfügung gestellt. Deine Aufgabe ist zu entscheiden, ob die Strategiesäulen 1-12 im Post vorliegen. Wenn ja setzt du ein Kreuz in der jeweiligen Spalte, das folgende Bild zeigt deine Nutzer:innenoberfläche bei der Annotation:

id	Posttext	Text im Bild	url	hashtags	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	99	1. politischer Inhalt/Info 2. Neg. Campaigning 3. Selbstpräsentation unpolitisch 4. Selbstpräsentation politisch 5. Parteipräsentation unpolitisch 6. Parteipräsentation politisch 7. Interaktion 8. neutrale Infos zur Wahl 9. Mitgliederinfo 10. Fundraising 11. Veranstaltungshinweis 12. Direkter Wahlauf Ruf 99. Sonstiges/n.A.
CxH7xetu6u	Sehenwert, das Museum Europäischer Geschichte in #Brüssel #EU Europa		https://www.instagram.com/CxH7xetu6u	Brüssel.EU Europa														x

Allgemeine Hinweise:

- Ganzen Text immer lesen
- Videos nicht anschauen

3. Beispiele mit Erklärung

Live-Stream auf X | FB | YT

So würde eine AfD-Regierung ihre Steuersenkungen gegenfinanzieren

14. September | 20:00

Jurij Kofner - Landtagskandidat (Listenplatz 23)

Mit Sicherheit für Bayern. AfD

ykofner • Folgen
Maxvorstadt München

39 Wo.

Die Mehrheit hat das Thema entschieden: In meinem Livestream morgen Abend, am **Donnerstag, dem 14. September 2023 um 20:00** erkläre ich, wie eine bayerische #AfD-Staatsregierung ihre umfassenden Steuersenkungen gegenfinanzieren würde. Live auf meinen Kanälen auf X (<https://twitter.com/kofner1>), Facebook (<https://www.facebook.com/kofnerafd>) und YouTube (<https://www.youtube.com/@jurijkofner9306/streams>).

Noch keine Kommentare.
Beginne die Unterhaltung.

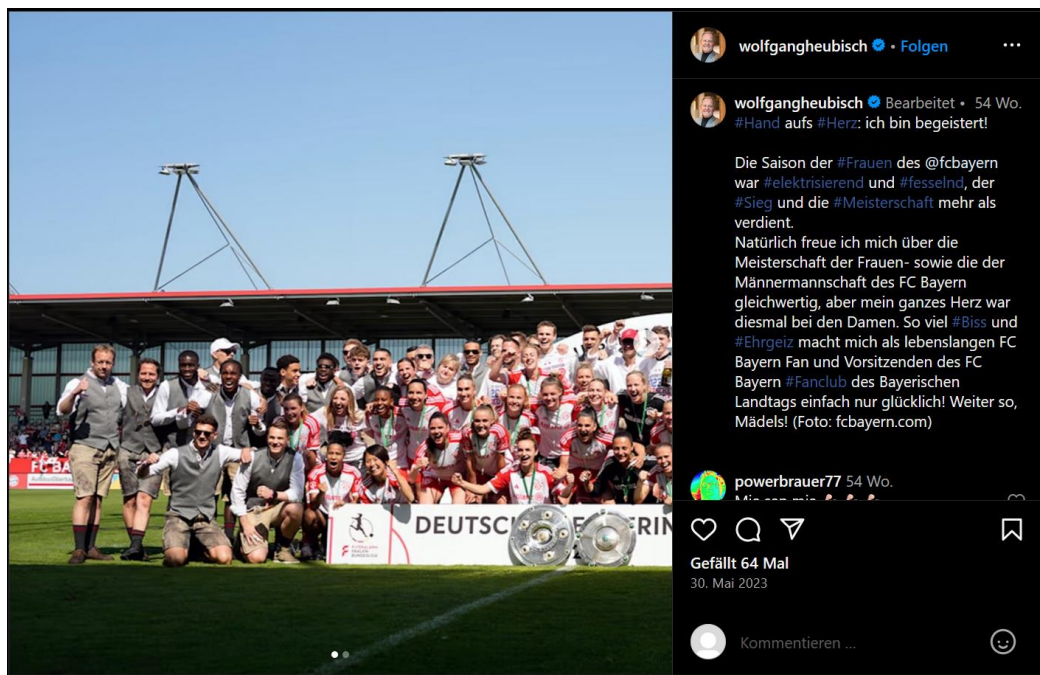
Gefällt 12 Mal
13. September 2023

Komentieren ...

(Juri Kofner., Instagram, 13.09.2023, <https://www.instagram.com/p/CxH7xetu6u>, zuletzt abgerufen am 29.06.2024)

Kategorie 1: politischer Inhalt/Info

Kategorie 11: Veranstaltungshinweis



(Wolfgang Heubisch., Instagram, 30.05.2023, <https://www.instagram.com/p/Cs3xRko7MI>, zuletzt abgerufen am 29.06.2024)

Kategorie 3: Selbstpräsentation unpolitisch



(Juri Kofner., Instagram, 11.09.2023, <https://www.instagram.com/p/CxD91pl0rY/>, zuletzt abgerufen am 29.06.2024)

Kategorie 1: politischer Inhalt

Kategorie 2: negative Campaigning



(Markus Aicher, Instagram, 30.09.2023, <https://www.instagram.com/p/Cx0Lck3t1Js>, zuletzt abgerufen am 29.06.2024)

Kategorie 4: Selbstpräsentation politisch

Kategorie 6: Parteipräsentation politisch



(Thorsten Schwab, Instagram, 07.08.2023, <https://www.instagram.com/p/Cvnuy3go6DN>, zuletzt abgerufen am 29.06.2024)

Kategorie 11: Veranstaltungshinweis



(Martin Stock, Instagram, 02.10.2023, <https://www.instagram.com/p/Cx4yY8SogC8>, zuletzt abgerufen am 29.06.2024)

Kategorie 12: Direkter Wahlaufruf



(Jenny Schack, Instagram, 09.07.2023, <https://www.instagram.com/p/CuezSHaoijv>, zuletzt abgerufen am 29.06.2024)

Kategorie 7: Interaktion

Kategorie 1: pol. Inhalt