

Jade Hochschule Wilhelmshaven

Studiengang: Medienwirtschaft und Journalismus

Modul: Seminar Medienforschung

WiSe 2018/19

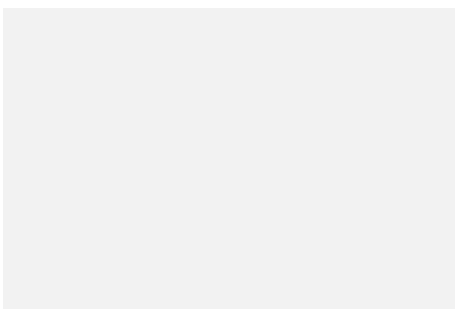


Inhaltsanalyse

Wie unterscheiden sich die Parteien AfD und FDP auf Twitter hinsichtlich ihrer Darstellung parteiinterner und parteiexternen Themen, Personen und Institutionen?

Wilhelmshaven, 19.12.2018

vorgelegt von:



Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	2
Tabellenverzeichnis	4
1 Einleitung.....	5
2 Thema und Vorgehen	6
3 Hypothesen.....	8
4 Schwierigkeiten bei der Erstellung des Codebuchs.....	12
5 Statistikprogramm SPSS.....	16
5.1 Codieranweisungen in SPSS	16
5.2 Protokoll des Pretests.....	19
5.3 Schwierigkeiten beim Kodieren mit SPSS.....	22
5.4 Auswertung	23
5.5 Fazit der Auswertung	86
5.6 Fazit zum Statistikprogramm SPSS	88
6 MAXQDA.....	88
6.1 Arbeiten mit MAXQDA, die Einpflege und Auswertung im System	88
6.1.1 Was ist MAXQDA?	88
6.1.2 Auswertung	91
6.2 Schwierigkeiten beim Kodieren mit MAXQDA	93
6.3 Bewertung von MAXQDA und Vergleich zu SPSS.....	94
6.4 Auswertung	97
6.5 Fazit der Auswertung	118
6.6 Fazit zum Programm MAXQDA	120
7 Gesamtfazit der Auswertung	121
8 Gesamtfazit der Statistikprogramme.....	124
9 Codebuch	125
10 Codebuch vor dem Pretest	142
11 Altes Codebuch	156
12 Literaturverzeichnis.....	176

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Darstellung parteiinterner Akteure in Retweets und Original-Tweets der AfD.....	25
Abbildung 2: Darstellung parteiexterner Akteure in Retweets und Original-Tweets der AfD.....	26
Abbildung 3: Ton des Bildtextes in Retweets und Original-Tweets der AfD.....	26
Abbildung 4: Textton der jeweiligen Themenbezüge in den Tweets der AfD.....	27
Abbildung 5: Darstellung parteiinterner Akteure in Retweets und Original-Tweets der FDP.....	28
Abbildung 6: Darstellung parteiexterner Akteure in Retweets und Original-Tweets der FDP.....	29
Abbildung 7: Ton des Bildtextes in Retweets und Original-Tweets der AfD.....	29
Abbildung 8: Textton der jeweiligen Themenbezüge in den Tweets der FDP.....	30
Abbildung 9: Darstellung parteiinterner Akteure in den Tweets von AfD und FDP.....	31
Abbildung 10: Darstellung parteiexterner Akteure in den Tweets von AfD und FDP.....	31
Abbildung 11: Ton des Bildtextes in den Tweets von AfD und FDP.....	32
Abbildung 12: Die Verteilung der Politikererwähnungen und Retweets bei der AfD.....	33
Abbildung 13: Die Anzahl an Politikern und Politikerinnen aller Parteien in Retweets der AfD.....	34
Abbildung 14: Die Verteilung der Politikererwähnungen und Retweets bei der FDP.....	35
Abbildung 15: Die Anzahl an Politikern und Politikerinnen aller Parteien in Retweets der FDP.....	36
Abbildung 16: Die Anzahl an Politikern und Politikerinnen aller Parteien in Retweets von AfD und FDP.....	36
Abbildung 17: Die Themenbezüge der Original-Tweets und Retweets der AfD.....	38
Abbildung 18: Die Bewertung der Themen durch die Original- und Retweets der AfD.....	39
Abbildung 19: Die Bewertung des jeweiligen Themas durch die AfD.....	39
Abbildung 20: Die Darstellung ausländischer Regierungen in den Tweets der AfD.....	40
Abbildung 21: Die Wertung angesprochener Personengruppen in Original- und Retweets der AfD.....	40
Abbildung 22: Die Themenbezüge der Original-Tweets und Retweets der FDP.....	41
Abbildung 23: Die Bewertung der Themen durch die Original- und Retweets der FDP.....	42
Abbildung 24: Die Bewertung des jeweiligen Themas durch die FDP.....	42
Abbildung 25: Die Darstellung ausländischer Regierungen in den Tweets der FDP.....	43
Abbildung 26: Die Wertung angesprochener Personengruppen in Original- und Retweets der FDP.....	44
Abbildung 27: Die Themenbezüge der Tweets von AfD und FDP.....	44
Abbildung 28: Die Bewertung der Themen durch die Tweets von AfD und FDP.....	45
Abbildung 29: Die Wertung angesprochener Personengruppen in den Tweets von AfD und FDP.....	45
Abbildung 30: Diagramm, wie die AfD andere Parteien wertet.....	48
Abbildung 31: Diagramm, wie die AfD andere Politiker/-innen wertet.....	49
Abbildung 32: Diagramm, wie die AfD andere Parteien kritisiert.....	50
Abbildung 33: Diagramm, wie die AfD andere Politiker/-innen kritisiert.....	51
Abbildung 34: Diagramm, wie die FDP andere Parteien wertet.....	53
Abbildung 35: Diagramm, wie die FDP andere Politiker/-innen bewertet.....	54
Abbildung 36: Diagramm, wie die FDP andere Parteien kritisiert.....	55
Abbildung 37: Diagramm, wie die FDP andere Politiker/-innen kritisiert.....	56

Abbildung 38: Diagramm, wie die AfD und FDP andere Parteien bezogen auf die Gesamtwerte bewerten	57
Abbildung 39: Wertung anderer Politiker/-innen von der AfD und FDP bezogen auf die Gesamtwerte	58
Abbildung 40: Diagramm, wie die AfD und FDP andere Parteien bezogen auf die Gesamtwerte kritisieren	59
Abbildung 41: Kritik anderen Politikern/-innen von der AfD und FDP bezogen auf die Gesamtwerte	60
Abbildung 42: Wertung der Kanzlerin Angela Merkel von der AfD	63
Abbildung 43: Kritik an der Kanzlerin von der AfD.....	64
Abbildung 44: Wertung der Kanzlerin Angela Merkel von der FDP	65
Abbildung 45: Kritik an der Kanzlerin Angela Merkel von der FDP	66
Abbildung 46: Wertung von Angela Merkel von der AfD und FDP	67
Abbildung 47: Kritik an der Kanzlerin Angela Merkel von der AfD und FDP	68
Abbildung 48: Tweetwirkung von der AfD	72
Abbildung 49: Tweetwirkung von der FDP.....	73
Abbildung 50: Hashtagbezug der AfD mit Unterteilung in Retweet und eigene Tweets	79
Abbildung 51: Diagramm zum Hashtagbezug der FDP mit Unterteilung in Retweet und eigene Tweets	80
Abbildung 52: Diagramm zum Hashtagbezug der AfD und FDP bezogen auf die Gesamtwerte	81
Abbildung 53: Diagramm, wie oft die Parteien Beiträge der Presse teilen.....	83
Abbildung 54: Bewertung patriotische Äußerungen von der AfD	85
Abbildung 55: Elemente der MAXQDA-Arbeitsoberfläche	89
Abbildung 56: Darstellung aktivierter Codes (oben) und nicht aktivierter Codes (unten).	90
Abbildung 57: Auswertungsoption „Gruppen vergleichen“	91
Abbildung 58: Mit MAXQDA generierte Kreuztabelle.....	92
Abbildung 59: Auswertung Hypothese 1 Teil 1, relative Zahlen	97
Abbildung 60: Auswertung Hypothese 1 Teil 2, relative Zahlen	99
Abbildung 61: Auswertung Hypothese 2, relative Zahlen.....	101
Abbildung 62: Auswertung Hypothese 3, relative Zahlen.....	103
Abbildung 63: Bild: Ausreißer „Bewertung der Parteien“	108

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Verwendung des eigenen Hashtags in den Tweets der AfD.....	77
Tabelle 2: Hypothese 4 „Anteil von Erwähnungen von Parteien und Politikern“, relative Zahlen	106
Tabelle 3: Hypothese 4 „Wertung der Parteien und der Politiker“, relative Zahlen.....	107
Tabelle 4: Hypothese 4 „Wertung der Kritik der Parteien und der Politiker“, relative Zahlen	109
Tabelle 5: Hypothese 5, relative Zahlen.....	110
Tabelle 6: Hypothese 6, relative Zahlen.....	112
Tabelle 8: Auswertung Hypothese 7, Prozentangaben	113
Tabelle 7: Auswertung Hypothese 7, absolute Zahlen:.....	113
Tabelle 10: Auswertung Hypothese 8, absolute Zahlen.....	115
Tabelle 11: Auswertung Hypothese 8, Prozentangaben	116
Tabelle 12: Auswertung Hypothese 9, Prozentzahlen	117
Tabelle 13: Auswertung Hypothese 9, absolute Zahlen.....	118

1 Einleitung

Diese Kursarbeit ist im Rahmen des Moduls Seminar Medienforschung im Studiengang Medienwirtschaft und Journalismus entstanden. Aufgabe war es, eine medienwissenschaftliche Fragestellung hinsichtlich einer „Publikation“ im wissenschaftlichen Medienforschungsbereich zu operationalisieren und die Auswertung mittels einer inhaltsanalytischen Methode durchzuführen.

Ursprünglich sollte die Analyse zu dem Thema „Agenda Setting des US-amerikanischen Präsidenten Donald J. Trump mittels der Application Software: Instagram und Twitter erfolgen. Diese Vorgabe wurde jedoch gelockert, sodass die Studierenden eigene Ideen entwickeln konnten. Parteien oder Politiker durften beispielsweise selbst gewählt werden. Aus organisatorischen Gründen wurde sich auf die Application Software Twitter konzentriert.

Die vorliegende Inhaltsanalyse befasst sich mit der Kommunikation der beiden Parteien AfD und FDP im sozialen Medium Twitter. Diese Parteien verbindet die Gemeinsamkeit, dass sie nach der Wahl zum 19. Deutschen Bundestag am 24. September 2017 die einzigen Parteien waren, die im Vergleich zur vergangenen Wahl ein Plus von mehr als fünf Prozent vorweisen konnten. Während die FDP nach einer Pause zurückkehrte, zog die AfD zum ersten Mal in den Bundestag ein. Außerdem verfügen beide Parteien über aktive, zentralisierte Twitteraccounts, die inhaltlich auf bundesweiter Ebene agieren.

Im Folgenden wird untersucht, wie die Parteien AfD und FDP parteiinterne und parteiexterne Themen, Personen und Institutionen in ihren Tweets darstellen. Betrachtet wird, ob es Gemeinsamkeiten oder Unterschiede beim Setzen konkreter Themenschwerpunkte gibt. Untersucht wird dabei auch, ob die AfD und die FDP sich hinsichtlich ihrer Darstellung parteiinterner und parteiexterner Personen und Institutionen unterscheiden. Die Forschungsfrage lautet daher: „Wie unterscheiden sich die Parteien AfD und FDP auf Twitter hinsichtlich ihrer Darstellung parteiinterner gegenüber parteiexternen Themen, Personen und Institutionen?“.

Zur Analyse unserer Forschungsfrage wurden die Statistikprogramme MAXQDA und SPSS genutzt. Im Folgenden werden zusätzlich die Unterschiede der beiden Programme untersucht. Betrachtet wird, inwiefern sich die Programme hinsichtlich der Auswertung der zur Forschungsfrage erarbeiteten Hypothesen eignen bzw. unterscheiden.

2 Thema und Vorgehen

Für die beiden offiziellen Twitteraccounts der Parteien FDP und AfD sollen mittels einer Inhaltsanalyse die Unterschiede hinsichtlich ihrer Darstellung parteiinterner gegenüber parteiexternen Themen, Personen und Institutionen herausgestellt werden. Dafür wurden die Tweets beider Accounts in einem Zeitraum von vier Wochen dokumentiert und untersucht.

Die FDP und die AfD sind zwei Parteien, die in dem untersuchten Zeitraum nicht Teil der regierenden Koalition angehören. Sie nehmen daher eine oppositionelle Position in der politischen Lage ein. In dieser Inhaltsanalyse werden die beiden offiziellen Twitteraccounts der beiden Parteien untersucht. Besonders interessant ist die Medienpräsenz dieser beiden Parteien, da sie den größten Zuwachs an Wählerstimmen unter den Parteien in der letzten Bundestagswahl erreichen konnten. Wie sich diese beiden Parteien in den Sozialen Medien präsentieren ist daher von Interesse.

Die Medien und auch insbesondere die Sozialen Medien nehmen eine immer größer werdende Rolle in der aktuellen Politik und Meinungsbildung ein (Schmidt 2018: 61). Ohne Zweifel sind Facebook, Twitter und weitere soziale Netzwerke ein wichtiges Instrument, um Wählerstimmen und politische Meinungen zu beeinflussen. Schließlich verbringen User über die Hälfte der Zeit online in sozialen Netzwerken (Primbs 2016: 9). Besonders bei populistischen Parteien wie der AfD wird ein Großteil des Erfolgs der Präsenz in Medien zugeschrieben (Beyme 2018: 83). Auch wenn zu Anfang populistische Parteien soziale Netzwerke als Kanal nutzten, gebrauchen nun auch etablierte Parteien Twitter und Facebook als Instrument zur Veröffentlichung eigener Informationen im Internet (Beyme 2018: 85). Die Verwendung Sozialer Netzwerke ist schließlich nicht mehr aus dem heutigen politischen Dialog wegzudenken (Schmidt 2018: 62). Für einen guten Internetauftritt sind daher soziale Netzwerke essentiell.

Jedoch unterscheiden sich die sozialen Netzwerke auch untereinander. Facebook zum Beispiel ist ein Netzwerk, welches eher darauf ausgerichtet ist, private Kontakte zu knüpfen, wohingegen Twitter eher ein Medium für Medien, Politik und Journalisten ist (Primbs 2016: 37). Schließlich ist Twitter ein Kanal, um Inhalte in erster Linie öffentlich zu posten. Die Kommunikation mit dem Rezipienten findet immer in einem öffentlichen Rahmen statt. Daher scheinen Politiker und Parteien, Twitter dem Medium Facebook vorzuziehen (Zeh 2016: 157). Diesem Interesse mag zugrunde liegen, dass Politiker in Sozialen Medien eher weniger auf den Dialog

mit ihren Wählern ausgerichtet sind, sondern Twitter nutzen, um Aufmerksamkeit zu generieren und sich zu profilieren (Zeh 2016: 158).

Schon in der Bundestagswahl 2013 nutzen die Parteien vermehrt die Plattform Twitter wie Dusch et al. (2015: 275 ff.) in einer Analyse der Twitterkanäle zu diesem Zeitraum feststellen. Ein größer werdender Anstieg an der Nutzung des Mediums und damit an der Bedeutung für Parteien in der aktuellen Politik wird dabei herausgestellt. In der Bundestagswahl 2017 gehören die AfD und die FDP zu den Parteien mit dem größten Zuwachs an Wählerstimmen. Die Stimmen für die FDP sind von 4,8 % auf 10,7 % gestiegen im Vergleich zu der Bundestagswahl 2013 und bei der AfD ist ein Anstieg von 4,7 % auf 12,6 % zu erkennen gewesen (bpb 2017). Welchen Einfluss die Plattform Twitter zu diesen Erfolgen beigesteuert hat, soll an dieser Stelle jedoch nicht untersucht werden. Der starke Anstieg der Wählerstimmen soll nur als Auswahlkriterium, welche Parteien untersucht werden, der nachfolgende Analyse zugrunde liegen.

Auffällig ist, dass sich die beiden Parteien deutlich in ihrem Erfolg in den sozialen Medien unterscheiden. Laut Statista (2018) gehört die AfD zu der meist abonnierten Partei in den sozialen Netzwerken in Deutschland zum Zeitpunkt Januar 2018. Die FDP liegt dahingegen nur auf Platz neun in dem Ranking. Fraglich ist demnach, worin sich die beiden Parteien in ihrem Auftritt auf den sozialen Netzwerken unterscheiden, wenn beide dennoch erfolgreicher in der letzten Bundestagswahl abgeschnitten hatten. Diese Unterschiede werden in der nachfolgenden Inhaltsanalyse herausgestellt.

Um der Inhaltsanalyse einen geeigneten Stichprobenumfang zu geben, wurden die Tweets von vier Wochen zwischen dem 19. September 2018 und dem 20. Oktober 2018 mittels Screenshots gesammelt. Dabei wurden alle auf den Seiten abgebildeten Tweets erfasst. Zu diesen gehören auch die sogenannten Retweets, welche von anderen Tweetern gepostet wurden, aber unter dem Namen des originalen Tweets wiederholt von einer beliebigen Seite auf deren Startseite veröffentlicht wird. Insgesamt sind 612 Screenshots gemacht und untersucht worden. Da die beiden Seiten einen signifikanten Unterschied in ihrer Anzahl an Postings besitzen, besteht ihr ein deutlicher Unterschied an Screenshots, die untersucht wurden. Der AfD sind 496 Tweets zuzuordnen und der FDP gehören 116 der Tweets an. Da einige der Hypothesen auf aktuelle politische Ereignisse eingehen, ist eine Vergrößerung des Stichprobenumfangs der FDP nicht empfehlenswert, da bestimmte politische Geschehnisse einen Einfluss auf

die Ergebnisse der Analyse haben und dieses verfälschen würden. Daher wurde derselbe Zeitraum ausgewählt und in der Auswertung die Ergebnisse in Relation gesetzt, um einen Vergleich möglich zu machen.

Da eine inhaltliche Auswertung zielführend für diese Arbeit war, wurde die Inhaltsanalyse mittels SPSS ausgewertet. Dieses Programm war vor Beginn der Arbeit bekannt und versprach eine zielführende Auswertungsmethode. Das Programm MAXQDA hingegen war noch unbekannt und demzufolge wurde die Auswertung mittels MAXQDA zwar durchgeführt, aber soll in erster Linie zu den inhaltlichen Ergebnissen auch eine Bewertung der Programme herausstellen. Da der Auswertung von MAXQDA nur eine vergleichende Funktion zugeteilt wurde und das Arbeitsvorgehen anders ablief, ist der Stichprobenumfang geringer und erstreckt sich nur auf den Zeitraum vom 19. September 2018 bis zum 4. Oktober 2018.

Ebenso sind die Hypothesen für beide Auswertungen gekürzt worden. Wie in Abschnitt „11 Altes Codebuch“ zu erkennen ist, wurden zunächst 18 Hypothesen der Inhaltsanalyse zugrunde gelegt. Da jedoch der Umfang für diese Arbeit als zu groß eingeschätzt wurde, ist auch dieser Aspekt gekürzt und an den Arbeitsumfang angepasst worden. Neun Hypothesen wurden an der Stelle herausgenommen, die als besonders interessant und relevant für diese Auswertung betrachtet wurden.

3 Hypothesen

Die Inhaltsanalyse begründet sich auf eine wissenschaftliche und intersubjektive Vorgehensweise - es wird anhand von Regeln analysiert. Das Forschungsziel ist, Rückschlüsse auf die Unterschiede der Darstellung parteiinterner und parteiexterner Themen, Personen und Institutionen von der AfD und FDP zu schließen sowie die beiden Statistik- und Analysesoftwaren anhand dieser Inhaltsanalyse auf die Probe zu stellen und durch eigene Erfahrungen während der Auswertung begründet zum Schluss zu kommen, in welchen Gesichtspunkten sich die Programme unterscheiden. Dazu wurden neun Hypothesen aufgestellt, die sich an der Forschungsfrage »Wie unterscheiden sich die Parteien AfD und FDP auf Twitter hinsichtlich ihrer Darstellung parteiinterner und parteiexterner Themen, Personen und Institutionen?« anlehnen:

1. Wenn Bilder gepostet werden, dann sind sie bei der AfD provokativer und selbstverherrlichender als bei der FDP.
2. Wenn auf den Twitterseiten Politikerinnen oder Politiker gezeigt oder genannt werden beziehungsweise geretweetet, dann lässt sich bei der AfD im Gegensatz zur FDP eine größere Variation erkennen.
3. Wenn politische Themen behandelt werden, dann stellt die AfD die Themen negativer und personen(gruppen)feindlicher dar als die FDP.
4. Wenn Tweets über andere Parteien oder Politiker verfasst werden, dann sind diese bei der AfD negativer und kritischer als bei der FDP.
5. Wenn Angela Merkel in den Tweets angesprochen wird, dann werden ihre Handlungen und Entscheidungen sowie sie als Person von der AfD negativer und kritischer dargestellt als von der FDP.
6. Wenn politische Themen auf Twitter behandelt werden, dann sind sie bei der FDP lösungsorientierter und bei der AfD vorwurfsvoller und unruhestiftender.
7. Wenn die FDP Hashtags benutzt, dann in Bezug auf politischen Inhalt und wenn die AfD Hashtags setzt, dann mit Bezug auf das eigene Hashtag.
8. Wenn Inhalte der öffentlichen Presse geteilt werden, dann finden sich diese eher bei der FDP als bei der AfD.
9. Wenn die Tweets patriotische Äußerungen gegenüber Deutschland beinhalten, dann findet man sie eher bei der AfD als bei der FDP.

Diese neun Hypothesen wurden in fünf verschiedenen Kategorien geteilt, um Übersichtlichkeit zu schaffen und verschiedene Schwerpunkte in der Inhaltsanalyse berücksichtigen und ansprechen zu können.

Manche Kategorien umfassen nur eine Hypothese. Das ist der Kürzung zu verschulden, die anhand der Neukonstellation der Inhaltsanalyse durch die Berücksichtigung beider Statistik- und Analysesoftware zustande kam, die eine zeitliche Einschränkung der Kodierungs- und Auswertungsmöglichkeiten zur Folge hatte (siehe Abschnitt 2 Thema und Vorgehen). Dadurch musste die Hälfte der Hypothesen gestrichen werden.

Die erste Kategorie „Multimedia“ umfasste vor der Kürzung fünf Hypothesen, die in Bezug zu multimedialen Inhalten wie Bildern und Videos standen. Es sollte hauptsächlich untersucht

werden, wie die AfD und FDP mit von Bildern und Videos agieren und ihre Rezipienten ansprechen. In dieser Kategorie wurden vier Hypothesen gestrichen, da sie auf der einen Seite nur zu quantitativen Ergebnissen führten und auf der anderen Seite nicht wirklich qualitativ zur Beantwortung der Forschungsfrage beitragen würden.

Die erste Hypothese im neuen Codebuch (bzw. die fünfte Hypothese im alten Codebuch) soll die Bilder der Twitterseiten untersuchen. Dabei soll geprüft werden, wie provokativ und selbstverherrlichend sich die Parteien auf ihrer eigenen Twitterseite zeigen. Dazu soll betrachtet werden, wie oft parteiinterne und parteiinterne Personen auf den Bildern gezeigt werden, in welcher Relationen diese Zahlen zueinanderstehen und wie der Text auf dem Bild geschrieben ist bzw. welches Thema dieser anspricht. Für die Gesamtauswertung können die Ergebnisse der Hypothese eins für die Unterscheidung der AfD und FDP hinsichtlich parteiinterner und parteiexterner Personen herangezogen werden.

Die zweite Kategorie „Formales“ sollte eher quantitative Inhalte liefern. Hierbei sollen formale Kriterien für Twitter wie Retweets, Gefällt-mir Angaben, Kommentare und Tweetende der einzelnen Twitterseiten erfasst werden. Diese Kategorie bildeten zuvor drei Hypothesen. Jetzt beinhaltet diese Kategorie wie auch die erste Kategorie nur eine Hypothese. Die zweite Hypothese im neuen Codebuch (bzw. die achte Hypothese im alten Codebuch) soll untersuchen wie häufig die Parteien AfD und FDP ihre eigenen Politiker/-innen retweeten und in den Tweets ansprechen. Dabei soll geprüft werden, ob eine große Bandbreite an eigenen Politikern und Politikerinnen auf den Twitterseiten gezeigt wird oder ob es sich auf einige wenige parteiinterne Politiker/-innen beschränkt. Diese Hypothese soll die unterschiedliche Darstellung der parteiinternen und -externen Personen aufzeigen.

Die dritte Kategorie „Thematik“ umfasst alle Elemente in einem Tweet, die sich mit dem Thema im Tweet und den angesprochenen Personen(-gruppen) auseinandersetzen sowie wie die Themen auf Twitter behandelt und dargestellt werden. In dieser Kategorie sind besonders die semantischen Fähigkeiten der Codierer gefragt. Die inhaltlichen Elemente sollen in vier verschiedenen Hypothesen untersucht werden, die wiederum andere Aspekte ansprechen. In Hypothese drei im neuen Codebuch (bzw. Hypothese neun im alten Codebuch) soll auf der einen Seite untersucht werden, welche Themen vorzugsweise von den Parteien auf Twitter angesprochen und wie diese dargestellt werden. Auf der anderen Seite soll geschaut werden

wie die Parteien bei der Darstellung der Themen auf die angesprochene Personengruppe eingeht. Stehen die Parteien der angesprochenen Personengruppe eher feindlich oder freundlich gegenüber. Diese Hypothese wird im alten Codebuch noch anders ausgelegt als im neuen. Im alten Codebuch bezieht sich diese Hypothese nur auf die Flüchtlingspolitik; im neuen Codebuch werden allerdings alle politischen Themen betrachtet. Den Grund für die Veränderung der Hypothese lieferte der Pretest von SPSS (siehe Abschnitt 5.2). Hypothese drei soll Aufschluss über die Unterschiedlichkeit der Darstellung und Wertung der Themen der AfD und FDP liefern sowie die Unterschiedlichkeit hinsichtlich der Wertung der Personengruppe aufzeigen.

Hypothese vier im neuen Codebuch (bzw. Hypothese zehn im alten Codebuch) soll aufzeigen, wie die Parteien AfD und FDP den Politikern und Politikerinnen anderer Parteien sowie den Parteien außer der eigenen gegenüberstehen. Dabei soll auf der einen Seite hinterfragt werden wie die anderen Politiker/-innen und Parteien dargestellt werden und auf der anderen Seite ob und wie diese kritisiert werden. In Bezug auf die Forschungsfrage kann hier der Unterschied der Parteien hinsichtlich parteiexterner Personen und Institutionen betrachtet werden.

In Hypothese fünf im neuen Codebuch (bzw. Hypothese elf im alten Codebuch) soll das gleiche untersucht werden wie in Hypothese vier mit dem Unterschied, dass es sich in Hypothese fünf um eine konkrete Person handelt. Es sollen Tweets betrachtet und bewertet werden, in denen die Bundeskanzlerin von Deutschland „Angela Merkel“ auftaucht. Diese Hypothese soll Rückschlüsse auf die Regierung sowie Ergebnisse für die Forschungsfrage hinsichtlich einer konkreten parteiexternen Person liefern.

In Hypothese sechs im neuen Codebuch (bzw. Hypothese zwölf im alten Codebuch) soll geschaut werden, wie die Parteien AfD und FDP ihre Themen in den Tweets darstellen. Die Darstellung soll anhand der Merkmale lösungsorientiert, vorwurfsvoll und unruhestiftend sowie deren Gegenteile festgemacht werden. Für die Forschungsfrage soll die Hypothese Ergebnisse für die unterschiedliche Darstellung der Themen auf den Twitterseiten der AfD und FDP liefern.

Die vierte Kategorie „Sprache“ umfasst im alten Codebuch zwei Hypothesen, die die Sprache in den Tweets sowie die Hashtagauswahl und deren Adressierung untersuchen sollte. In Hypothese sieben im neuen Codebuch (bzw. Hypothese vierzehn im alten Codebuch) soll geschaut werden, wie die Parteien AfD und FDP ihre Hashtags in den Tweets einsetzen. Dabei

soll besonders darauf geachtet werden, ob die Hashtags in den Tweets in Bezug zu politischen Themen oder der eigenen Partei stehen. Diese Hypothese kann Aufschluss über alle Bereiche der Forschungsfrage geben. Es kommt dabei auf die Ergebnisse der Hypothese an. Hashtags sind ein beliebtes Kommunikationsmittel auf Twitter, weshalb diese miteinbezogen werden sollen.

Die fünfte Kategorie „Inhalt“ beschäftigt sich mit den Tweets auf der inhaltlichen Ebene. Von den drei Hypothesen im alten Codebuch sind nur zwei ins neue Codebuch übernommen worden.

In Hypothese acht im neuen Codebuch (bzw. Hypothese fünfzehn im alten Codebuch) soll untersucht werden, wie und wie oft Inhalte der öffentlichen Presse auf den Twitterseiten geteilt werden. Besonderes Augenmerk liegt dabei auf dem Vorurteil, dass die AfD sehr negativ der öffentlichen Presse gegenübersteht und deshalb auch keine Inhalte der Presse teilen würde. Für die Forschungsfrage soll die Hypothese acht Ergebnisse für die Unterschiede der Darstellung von parteiexternen Institutionen liefern.

In Hypothese neun im neuen Codebuch (bzw. Hypothese siebzehn im alten Codebuch) soll geprüft werden, ob und wie die Parteien AfD und FDP patriotische Äußerungen in ihren Tweets vornehmen. Hierbei geht es um die Unterschiede hinsichtlich der Intensität des Patriotismus.

Auf der Auswertung und damit auf den Ergebnissen der einzelnen Hypothesen soll die Beantwortung der Forschungsfrage aufgebaut werden.

4 Schwierigkeiten bei der Erstellung des Codebuchs

Eine aussagekräftige Inhaltsanalyse muss intersubjektiv nachvollziehbar sein, was bedeutet, dass der Weg und die Ergebnisse der Studie für Außenstehende schlüssig dokumentiert werden müssen. Hierfür muss nicht nur der Leser der Studie verstehen können, nach welchen Kriterien die Forschungsgegenstände untersucht wurden, sondern die Codierer selbst – falls mehrere vorhanden sind – müssen die Objekte nach einheitlichen Kriterien untersuchen und bewerten. Um dies zu gewährleisten wird vor Beginn der Datenauswertung ein sogenanntes Codebuch erstellt. In diesem werden die verschiedenen Merkmale und Variablen, die für die Überprüfung der Hypothesen wichtig sind, erfasst und ein Definitionsbereich für sie festgelegt.

Es ist wichtig sich stetig ins Gedächtnis rufen, dass Forschungen niemals allgemeingültige Aussagen treffen können. Das spielt vor allem in Bezug auf Kommunikation eine wichtige Rolle, denn diese lässt sich nicht in Zahlen zerlegen oder messen, sondern ist auf menschliche Interpretation angewiesen. Und Kommunikation stellt den Ausgangspunkt unserer Studie dar.

Daher mussten beim Erstellen des Codebuchs viele Probleme überwunden werden. Angefangen damit, dass in dieser Forschung mit Begriffen gearbeitet wird, für die es keine allgemeingültigen Definitionen gibt. Beispiele wären etwa die Wörter „Flüchtlingspolitik“, „negativ“ oder „konstruktive Kritik“. Damit nun eine nachvollziehbare Aussage über Hypothesen, die mit solchen Begriffen arbeiten, getroffen werden kann, galt es zunächst, diesen Begriffen eine Definition zuzuweisen, anhand welcher sie im Rahmen der Studie gehandhabt werden. Für die Hypothesen wird nicht der Anspruch auf Allgemeingültigkeit erhoben, dies zu erreichen wäre unmöglich. Die aufgestellten Definitionen entsprechen den subjektiven Empfindungen der Verfasser.

Im Folgenden werden die spezifischen Probleme dokumentiert, welche bei der Erstellung des Codebuchs anfielen.

Zuallererst stellte sich ein allgemeines Problem: Die Forschungsfrage versucht die Kommunikationsweise der Parteien AfD und FDP auf Twitter zu analysieren, die jeweiligen Akteure beschränken sich jedoch nicht nur darauf, eigene Tweets zu erstellen, sondern teilen auch Beiträge anderer Seiten. Die Frage ist, ob diese Inhalte auch erfasst werden sollten oder nicht. Auch, wenn der Autor des geteilten Tweets vielleicht nicht der Partei angehört, so hat die Partei sich dazu entschieden, den Tweet auf ihrer Seite anzuzeigen und auf ihre Agenda zu bringen, also die Rezipienten damit zu konfrontieren. Es lässt sich also darauf schließen, dass der Account die Botschaft des geteilten Beitrages gewillt übermittelt. Der Akteur hat auch die Möglichkeit den Retweet zu kommentieren, was die Botschaft des zitierten Akteurs gegebenenfalls rekontextualisiert. Retweets werden daher ebenfalls in die Analyse mit aufgenommen.

Jedoch ist es wichtig, im Codebuch diese Unterscheidung zu erfassen.

Hinzu kommt, dass das Codebuch aufgestellt wurde, ohne dass die Funktions- und Arbeitsweise von MAXQDA genau bekannt war. Daraus entwickelten sich nicht direkt Probleme, jedoch Schwierigkeiten bei der weiteren Bearbeitung. MAXQDA macht es dem Codierer beispielsweise wesentlich leichter, mehrere Codes derselben Variable zu kodieren. Auch können,

durch die Hervorhebung einzelner Elemente im Tweet, Kodierungen spezifischer dargestellt werden.

Das Codebuch wurde nach einer Arbeitsweise von SPSS erstellt. Dies ließ sich zwar weitestgehend fehlerfrei in MAXQDA übertragen, jedoch wären zwei verschiedene Codebücher für die jeweiligen Programme besser gewesen, um die verschiedenen Möglichkeiten der Programme bestmöglich auszuschöpfen. Durch ein einheitliches Codebuch liegt allerdings auch eine bessere Vergleichbarkeit vor.

Im weiteren Text werden wir einen Blick auf die für bestimmte Hypothesen spezifischen Probleme werfen.

1. Wenn Bilder gepostet werden, dann sind sie bei der AfD provokativer und selbstverherrlichender als bei der FDP.

Um Selbstverherrlichung oder Provokation zu ermitteln, muss festgestellt werden, ob die jeweilige Partei von sich selbst spricht. Es ist zu beobachten, dass Twitterseiten von Parteien oft ihre Spitzenpolitiker und auch die Privataccounts dieser in den Vordergrund stellen. Eine Kodierung ist sinnvoll, welche die Inhalte des Tweets in „parteiintern“ und „parteiextern“ teilt.

Jedoch können in einem Tweet selbstverständlich auch mehrere Personen behandelt werden, parteiinterne und -externe Akteure können sich mischen. Daher müssen für die Akteure die Anzahl festgehalten und gegeneinander abgewogen werden.

Falls in einem Tweet von einer Partei gleichermaßen positiv und negativ gesprochen werden sollte, wurde sich darauf geeinigt die „durchschnittliche Bewertung“ zu kodieren. Das bedeutet, dass, wenn beispielweise in einem Tweet für eine Partei gleichzeitig „eher positive“, wie auch „eher negative“ Bewertungen fallen, stattdessen „neutral“ kodiert wird. Durch diese Maßnahme wird die Kodierung wesentlich übersichtlicher.

2. Wenn auf den Twitterseiten Politikerinnen oder Politiker gezeigt oder genannt werden beziehungsweise geretweetet, dann lässt sich bei der AfD im Gegensatz zur FDP eine größere Variation erkennen.

Um hier eine definitive Aussage treffen zu können, müsste jeder individuelle Akteur einzeln ins Codebuch aufgenommen und kodiert werden. Das wäre zu viel Haarspalterei und würde das Codebuch nur unnötig verlängern. Daher wurde beschlossen, den Mittelweg zu gehen und es wird geprüft, welche Politiker von den jeweiligen Twitterseiten der Parteien besonders oft

genannt bzw. getweetet wurden. Diese Daten wurden dann erfasst. Für den Fall, dass ein unbekannter Politiker genannt wird, wird die Ausprägung „Sonstige“ kodiert.

3. Wenn das Thema Flüchtlingspolitik behandelt wird, dann stellt die AfD das Thema negativer/ ausländerfeindlicher dar als die FDP.

Eine arbeitstaugliche Definition des Themas Flüchtlingspolitik gestaltete sich als schwierig. Ein weiteres Problem war, dass die AfD nicht alle möglichen Ausländer behandelt, sondern eine bestimmte Gruppe. Diese Gruppe zu definieren war nicht möglich, obwohl eine Unterscheidung zwischen verschiedenen Ausländertypen sinnvoll gewesen wäre. Die Erfassung, gegen welche Ausländer speziell sich die Politik der AfD richtet, würde eine eigene Forschungsarbeit darstellen. Jedoch ist hier zu erwähnen, dass diese Hypothese so nur im alten Codebuch zu finden ist und dort dieses Problem aufgetreten ist. Im neuen Codebuch ist diese Hypothese geändert worden (siehe Abschnitt 3 Hypothesen).

4. Wenn Tweets über andere Parteien oder Politiker verfasst werden, dann sind diese bei der AfD negativer und kritischer als bei der FDP.

Eine Definition der Begriffe „negativ“ und „kritisch“ erwies sich als schwer. So wurde für die Bewertung des Begriffs der Kritik eine Skala von „konstruktiv“ bis „destruktiv“ erstellt.

5. Wenn Angela Merkel in den Tweets angesprochen wird, dann werden ihre Handlungen und Entscheidungen von der AfD negativer dargestellt.

Es musste für jeden Tweet erkannt werden, ob von Angela Merkel gesprochen wird, auch wenn sie nicht namentlich erwähnt wird. Diese semantische Leistung muss von den Codierern erbracht werden, ist jedoch anfällig für Fehler.

6. Wenn politische Themen auf Twitter behandelt werden, dann sind sie bei der FDP lösungsorientierter und bei der AfD vorwurfsvoller und unruhestiftender.

Hier ergab sich die Problematik der Definition eines politischen Themas. Aus dem richtigen Blickwinkel kann prinzipiell alles ein politisches Thema sein. Eine Unterscheidung zwischen aktuellem und allgemeinem politischem Inhalt wurde vorgenommen. Der genaue Inhalt wird ferner in anderen Hypothesen erfasst.

7. Wenn die FDP Hashtags benutzt, dann in Bezug auf politischen Inhalt und wenn die AfD Hashtags setzt, dann mit Bezug auf das eigene Hashtag.

Es können mehrere Hashtags in einem Tweet vorkommen, die sich außerdem auf unterschiedliche Dinge beziehen können. Die Frage ist, wie diese Hashtags möglichst effektiv im Codebuch

erfassen werden können. Bei MAXQDA war das kein Problem, da hier die entsprechenden Hashtags einfach markiert werden konnten.

9. Wenn die Tweets patriotische Äußerungen gegenüber Deutschland beinhalten, dann findet man sie eher bei der AfD als bei der FDP.

In dieser Hypothese soll nicht nur die bloße Anzahl, sondern auch die Qualität der Äußerungen erfasst werden. Nur wie soll „Patriotismus“ skaliert werden? Es wurde sich für eine Unterteilung von „harmlos“ über „radikal“, bis hin zu „extremistisch“ entschieden.

5 Statistikprogramm SPSS

SPSS ist eine Statistiksoftware, mit deren Hilfe sich Inhalte kodieren und die Ergebnisse anzeigen sowie auf verschiedene Arten analysieren lassen. Das Programm ähnelt in seiner Form einer Tabellenkalkulation und ist grundlegend in zwei Bereiche gegliedert. Zuerst werden bei der Kodierung in der Variablenansicht die verschiedenen Variablen erstellt. In einer zweiten Maske, der Datenansicht, können dann die Inhalte anhand der eingestellten Variablen kodiert werden. Sind alle Daten in SPSS eingetragen, bietet das Programm verschiedene Möglichkeiten zu deren Ausgabe und Analyse. Ein hilfreiches Werkzeug zur Erfassung von Korrelationen sind dabei unter anderem Kreuztabellen, bei denen zwei Variablen miteinander gekreuzt werden.

5.1 Codieranweisungen in SPSS

Bevor kodiert werden kann, muss das Codebuch in das Statistikprogramm SPSS eingepflegt werden. Alle Variablen der Hypothesen müssen in SPSS eingefügt werden. Diese Variablen müssen genauer definiert werden:

Es wird damit begonnen, den Variablen einen Namen zu geben. Den Variablen werden Datentypen zugeordnet. Numerische Datentypen enthalten Zahlenwerte mit denen gewöhnlich Berechnungen durchgeführt werden sollen. Der Datentyp Zeichenfolge kann beliebige Zeichen enthalten. Die Breite der Spalten bezieht sich auf die Spalten, in die Variablen eingetragen werden. Eine Anzahl von Dezimalstellen der Variablen wird festgelegt. Mit einer Beschriftung werden Variablen oder Variablenwerte beschrieben. Es werden Werte eingetragen, sogenannte Ausprägungen, die eine Variable annehmen kann. Das Messniveau kann nominal, ordinal oder metrisch sein. Nominale Messniveaus werden gewählt, wenn es sich um keine Rangfolge handelt. Die Reihenfolge spielt keine Rolle. Weitere Berechnungen werden mit den

Daten nicht durchgeführt, sie dienen der Identifikation. Ordinale Messniveaus drücken die Rangfolge einer Variable aus. Die Differenz zwischen zwei Werten spielt keine weitere Rolle. Metrische Messniveaus drücken eine Rangfolge der Variablen aus. Die Divergenz der Ausprägungen einer Variable sind von Bedeutung. Es lassen sich Mittelwerte definieren. Fehlende Werte können im Vorfeld definiert werden, um zu bestimmen, warum einzelne Felder nicht ausgefüllt worden sind.

Nachdem die Variablen eingetragen worden sind, müssen gewisse Codierungsanweisungen befolgt werden:

Als Erstes werden die Variablen „Datei“, „Twitteraccount“, „Codierer“ und „Codewoche“ ausgefüllt. Diese Variablen gelten für jede Hypothese und müssen in jedem Datensatz eingetragen werden. Die Variablen „Parteiinterne“, „Darstellung Interner“, „Parteiexterne“, „Darstellung Externer“, „Text auf Bild“, „Textton“ und „Textbezug“ beziehen sich auf Hypothese 1: „Wenn Bilder gepostet werden, dann sind sie bei der AfD provokativer und selbstverherrlicher als bei der FDP“. Diese Variablen werden nur ausgefüllt, wenn sich auf dem Tweet ein Bild befindet. Also wenn in der Variable Erwährungsart die Ausprägung „Bild+Text“ zutrifft. Hypothese 2 „Wenn auf den Twitterseiten Politikerinnen oder Politiker gezeigt oder genannt werden beziehungsweise getweetet, dann lässt sich bei der AfD im Gegensatz eine größere Variation erkennen“ bezieht sich auf die Variablen „Politiker AfD“, „Politiker AfD 2“, „Politiker FDP“, „Politiker FDP 2“, „Retweet“ und „Politikererwählung Retweet“. Diese Variablen werden ausgefüllt, wenn es sich um einen Retweet handelt. In diesem Retweet müssen Politiker/innen genannt werden oder zu sehen sein. Zu Hypothese 3 „Wenn politische Themen behandelt werden, dann stellt die AfD die Themen negativer und personen(gruppen)feindlicher dar als die FDP“ gehören die Variablen „Tweetinhalt“, „Inhaltsbewertung“, „Regierung anderer Länder“ und „Wertung der Personengruppe“. Die Variable „Regierung anderer Länder“ wird nur ausgefüllt, wenn solche im Tweet erwähnt werden. Die Variable „Wertung der Personengruppe“ wird nur ausgefüllt, wenn sich der Tweet auf eine Personengruppe wie zum Beispiel Flüchtlinge bezieht. Hypothese 4 „Wenn Tweets über andere Parteien oder Politiker verfasst werden, dann sind diese bei der AfD negativer und kritischer als bei der FDP“ bezieht sich auf die Variablen „Parteierwählung Externe“, „Wertung Externe Partei“, „Kritik Externe Partei“, „Wertung Kritik Externe Partei“, „Politikererwählung Externe“, „Wertung Externe Po-

litiker“, „Kritik Externe Politiker“ und „Wertung Kritik Externe Politiker“. Die Variablen „Wertung Externe Partei“, „Kritik Externe Partei“ und „Wertung Kritik Externe Partei“ werden nur ausgefüllt, wenn eine oder mehrere externe Parteien im Tweet erwähnt werden, wenn also die Variable „Parteierwähnung Externe“ mit „werden erwähnt“ ausgefüllt werden konnte. Die Variable „Wertung der Kritik“ wird nur ausgefüllt, wenn in der Variablen „Kritik Externe Parteien“ die Ausprägung „kritisiert“ ausgewählt wurde.

Die Variablen „Wertung Externe Politiker“, „Kritik Externe Politiker“ und „Wertung Kritik Externe Politiker“ werden nur ausgefüllt, wenn im Tweet Politiker oder Politikerinnen anderer Parteien erwähnt worden sind, also wenn die Variable „Politikererwähnung Externe“ mit „werden erwähnt“ ausgefüllt werden konnte. Die Variable „Wertung der Kritik“ wird nur ausgefüllt, wenn in der Variablen „Kritik Externe Politiker“ die Ausprägung „kritisiert“ ausgewählt wurde. Hypothese 5 „Wenn Angela Merkel in den Tweets angesprochen wird, dann werden ihre Handlungen und Entscheidungen von der AfD negativer dargestellt“ bezieht sich auf die Variablen „Angela Merkel“, „Darstellung Angela Merkel“ und „Kritik Kanzlerin“. In anderen Variablen, in denen es um externe Politiker geht, wird Angela Merkel nicht kodiert. Wenn Angela Merkel in einem Tweet auftaucht, gibt es in der Variablen „Angela Merkel“ drei Ausprägungen zur Auswahl: „wird nicht erwähnt“, „wird direkt adressiert“ und „wird erwähnt, ohne Relevanz“. Nur wenn „wird direkt adressiert“ ausgewählt wurde, werden die Variablen „Kritik Kanzlerin“ und „Darstellung Angela Merkel“ ausgefüllt.

Zu Hypothese 6 „Wenn politische Themen auf Twitter behandelt werden, dann sind sie bei der FDP lösungsorientierter und bei der AfD vorwurfsvoller und unruhestiftender“ gehören die Variablen „Politisches Thema“, „Umgang Politisches Thema“, „Themenauslage“ und „Tweetwirkung“. Die Variablen „Umgang Politisches Thema“, „Themenauslage“ und „Tweetwirkung“ werden nur ausgefüllt, wenn in der Variablen „Politisches Thema“ die Ausprägung „konkretes politisches Thema“ oder „allgemeines politisches Thema“ ausgewählt wurde.

Zu Hypothese 7 „Wenn die FDP Hashtags benutzt, dann in Bezug auf politischen Inhalt und wenn die AfD Hashtags setzt, dann mit Bezug auf das eigene Hashtag“ gehören die Variablen „Hashtagbezug“, „Hashtagvorkommen“, „Hashtagbezug 1“, „Hashtagbezug 2“, „Hashtag AfD“ und „Hashtag FDP“. Die Variablen „Hashtagbezug“, „Hashtagbezug 1“, „Hashtagbezug 2“,

„Hashtag AFD“ und „Hashtag FDP“ werden nur ausgefüllt, wenn in der Variablen „Hashtagvorkommen“ mindestens ein Hashtag eingetragen werden konnte, also nur, wenn im Tweet Hashtags enthalten sind.

Zu Hypothese 8 „Wenn Inhalte der öffentlichen Presse geteilt werden, dann finden sich diese eher bei der FDP als bei der AfD“ gehört die Variable „Presse“.

Zu Hypothese 9 „Wenn die Tweets patriotische Äußerungen gegenüber Deutschland beinhalten, dann findet man sie eher bei der AfD als bei der FDP“ gehören die Variablen „Patriotische Äußerung“ und „Bewertung patriotische Äußerung“. Die Variable „Bewertung patriotische Äußerung“ wird nur ausgefüllt, wenn in der Variablen „Patriotische Äußerung“ die Ausprägung „Ja“ ausgewählt worden ist.

5.2 Protokoll des Pretests

Bevor die eigentliche Erhebung bzw. das Kodieren stattfinden, wird das Codebuch mit Hilfe eines Pretests in SPSS überprüft, damit mögliche Ungereimtheiten ausgemerzt und alle Ausprägungen berücksichtigt werden. Dazu wurden neun Tweets der AfD vom 1. Oktober und drei Tweets der FDP vom 1. Oktober 2018 kodiert. Der Pretest führte zu folgenden Auffälligkeiten und Änderungen im Codebuch:

In der Hypothese 1 musste noch im Codebuch verankert werden, dass als Parteiinterne und Parteiexterne alle Personen kodiert werden, die im Bild oder im Text auf dem Bild vorkommen bzw. erwähnt werden. Bei der Variablen „Parteiinterne“ und „Parteiexterne“ fehlte außerdem die Ausprägung, was bei mehr als vier Politikern oder Politikerinnen passiert. Deshalb wurde die Ausprägung „fünf oder mehr“ hinzugefügt. Gleichzeitig wurde bei der Wertung der Parteiinternen und Parteiexternen festgelegt, dass beim Auftauchen von mehr als einer Person die Durchschnittswertung der Politiker/-innen gezogen wird. Im weiteren Verlauf sollte der Text auf dem Bild mit den Variablen „Ton des Textes“ und „Bezug des Textes“ kodiert werden. Dazu fehlte jedoch der Vermerk im Codebuch, ob Text auf dem Bild vorhanden ist, da nur dann die Variablen kodiert werden können. Die Variable „Text auf Bild“ wurde mit den Ausprägungen ja und nein hinzugefügt. Bei dem Textbezug taucht öfter der Fall auf, dass der Text auf dem Bild nicht den bestehenden Ausprägungen zugeordnet werden konnte. Aufgrund dessen wurden die Ausprägungen Politik und Sonstiges hinzugefügt. Die Ausprägung Konzept wurde in

die Ausprägung Programm umgeändert, da dies dem politischen Vokabular entspricht. Die Ausprägung Partei wurde in die Ausprägungen „andere Partei“ und „eigene Partei“ unterteilt, um genauere Ergebnisse zu erzielen.

Bei der Hypothese 2 wurden bei der Variablen „Art der Erwähnung“ die Ausprägung Retweet entfernt und als eine neue Variable definiert. Die neue Variable „Retweet“ hat die Ausprägungen Retweet und Original. Original steht dabei für die eigenen Inhalte. Bei den Variablen Politiker und Politikerinnen zu AfD und FDP wurde eine Ausprägung „Parteiinterne Seiten“ für die verwandten AfD-Seiten wie AfD Bayern oder AfD Hessen eingefügt. Die Politiker und Politikerinnen zu AfD und zu FDP werden als Mehrfachvariable behandelt und daher jeweils zwei Mal in SPSS als Variable eingetragen. Die Erwähnung anderer Politiker wurde im Codebuch über Ausprägungen definiert, im Pretest wurde getestet, ob auch das Eintippen der Anzahl an Politikern/-innen ein respektables Ergebnis bringt. Dies war der Fall, weshalb im Codebuch vermerkt wurde, dass diese Variable ausgezählt wird und der Wert per Hand in SPSS eingetragen wird.

In der Hypothese 3 musste im Codebuch noch verankert werden, dass sich die inhaltliche Bewertung auf den Tweettext und auf den Text im Bild bezieht. Die Variable „Inhalt des Tweets“ wurde komplett neu aufgerollt. Diese bezieht sich jetzt nicht nur auf die Flüchtlingspolitik, sondern auf verschiedene politische Themen, die in Überkategorien als Ausprägungen ins Codebuch eingetragen wurden. Die Ausprägungen Flüchtlinge und Ausländer, Soziales, Europäische Union, Regierung anderer Länder, deutsche Politik, Wirtschaft, Bildung und Gesellschaft wurden hinzugefügt. Durch den neuen Themenbereich Regierung anderer Länder musste eine neue Variable definiert werden, welche die unterschiedlichen Länder aufzählt. Die Variable „Regierung anderer Länder“ mit den Ausprägungen Türkei, Russland, USA, Österreich, Frankreich, Großbritannien und Sonstige wurde ins Codebuch aufgenommen. Die „Variable Wertung der Ausländer“ wurde durch die Verallgemeinerung in „Wertung der angesprochenen Personengruppe“ umgeändert. Die Ausprägungen blieben bestehen. Lediglich die Definitionen der äußerst freundlichen und feindlichen Ausprägung hat sich geändert.

In der Hypothese 4 werden jetzt nicht mehr die Parteien und Politiker/-innen zusammen bewertet und kritisiert, sondern sie bekommen zwei abgetrennte Bereiche. Auf der einen Seite steht jetzt die Erwähnung der Parteien, bei denen bei der Erwähnung die Variablen „Wertung“ und „Kritik vorhanden“ ausgefüllt werden. Ist eine Kritik vorhanden, muss das Feld der Art der

Kritik ausgefüllt werden. Auf der anderen Seite steht die Erwähnung der Politiker/-innen, bei denen bei der Erwähnung die Variablen „Wertung“ und „Kritik vorhanden“ ausgefüllt werden. Ist eine Kritik vorhanden, muss das Feld der Art der Kritik ausgefüllt werden. Diese Vorgehensweise ist jetzt neu im Codebuch verankert. Bei der Erwähnung der Politiker/-innen wurde nochmal zusätzlich im Codebuch darauf hingewiesen, dass Angela Merkel hier nicht berücksichtigt wird, da diese separat in Hypothese 5 behandelt wird.

Dafür ist in der Hypothese 5 die Variable „Kritik an der Kanzlerin“ neu ins Codebuch integriert worden, da Angela Merkel nicht in Hypothese 4 behandelt wird, aber trotzdem die Kritik bei ihr auch eine Rolle spielt. Die Ausprägungen sind die gleichen wie bei der Kritik in Hypothese vier.

In Hypothese 6 fiel es schwer die Variable „politisches Thema“ nur in anderes Thema und politisches Thema einzuteilen, da politische Themen sehr umfangreich sind und daher differenzierter betrachtet werden müssen. Deshalb wurde für die Ausprägung politisches Thema die zwei neuen Ausprägungen konkretes politisches Thema und allgemeines politisches Thema eingefügt und definiert. Auch bei den anderen Variablen „Umgang mit politischem Thema“, „Auslage des Themas“ und „Wirkung des Tweets“ fehlte eine Differenzierungsvariante und zwar die neutrale Komponente. Deshalb wurde in allen Variablen die Ausprägung neutral hinzugefügt.

Bei der Hypothese 7 wurde die Variable „Bezug der Hashtags“ in ihren Ausprägungen geändert. Die Variable wurde wieder als Mehrfachvariable behandelt, weshalb sie drei Mal ins SPSS als Variable eingetragen wurde. So konnte auf die Mehrfachnennung in einer Ausprägung verzichtet werden und mehr Ausprägungen angeführt werden. Es fiel schwer die Hashtags nur auf die drei unterschiedlichen Ausprägungen aufzuteilen, deshalb wurden die Ausprägungen andere Partei/Politiker und Politik ergänzt. Außerdem sollten die eigenen Hashtags der AfD und FDP ausgezählt werden. Dafür wurde im Codebuch für SPSS vor dem Pretest noch keine Lösung gefunden. Da im Pretest herauskam, dass Zahlenwerte, die beim Kodieren eingetippt werden, genauso gut ausgewertet werden, konnten die eigenen Hashtags einfach als eine Variable stehen, ausgezählt werden und dort als Zahl eingetragen werden.

Bei der Hypothese 8 fiel auf, dass die Hypothese nicht nur als schwarz und weiß betrachtet werden kann. Die öffentliche Presse kann sich nämlich sowohl als Retweet als auch als Erwähnung in Form eines Links oder im Text finden. Deshalb wurde die Ausprägung Öffentliche

Presse in die zwei Ausprägungen Retweet öffentliche Presse und Erwähnung öffentliche Presse geändert. Die Ausprägung Sonstige wurde in keine öffentliche Presse umbenannt.

Bei der Hypothese 9 konnte alles so belassen werden.

5.3 Schwierigkeiten beim Kodieren mit SPSS

Durch seinen Aufbau, der stark an ein Tabellenkalkulationsprogramm wie Excel erinnert, ist das Erstellen der Variablen und anschließend die Eingabe der Inhalte verhältnismäßig einfach und ohne Lernaufwand möglich. Pro Zelle wird einfach die passende Option ausgewählt, in manchen Fällen wird die Zelle freigelassen. Diese Schlichtheit führt allerdings auch dazu, dass bei der Kodierung Ungenauigkeiten entstehen. Werden zum Beispiel mehrere Politiker und Politikerinnen auf einem Bild abgebildet, ist es nur sehr umständlich möglich, deren individuelle Bewertungen einzutragen, weshalb in diesen Fällen auf die durchschnittliche Bewertung zurückgegriffen werden muss. Das gleiche gilt, wenn mehrere Personengruppen angesprochen werden. Da pro Zelle nur eine Option ausgewählt werden kann, ist es außerdem nicht möglich, einen Tweet mehreren Themen zuzuordnen. Stattdessen wird nur das jeweils dominierende Thema eingetragen. Häufig sind auch Generalisierungen von Nöten, wenn innerhalb eines Tweets verschiedene Themen unterschiedlich bewertet wurden. Außerdem ist zum Beispiel in Posts, die einen Artikel der öffentlichen Presse teilten, der ein Thema positiv darstellt, der aber selbst dieses Thema negativ darstellt, nicht immer eindeutig, wie zu kodieren ist. Dieses Problem kommt auch bei getweeteten Inhalten vor, die ein Thema anders bewerteten, als der Kommentar des Retweetenden. Bei der Kodierung von erwähnten Politikern oder ausländischer Regierungen gibt es zudem keine Möglichkeit, eine Option nachzutragen, die bei der Erstellung der Variablen nicht berücksichtigt wurde. Bei einer Veränderung der Variablen während des Kodierungsprozesses besteht die Gefahr, die bereits erfassten Werte unbrauchbar zu machen.

Schwächen zeigt SPSS auch im Umgang mit Bildern. In die SPSS-Dateien selbst können keine Bilddateien eingefügt werden, weshalb man bei der Kodierung stets mit zwei separaten Dateien arbeiten muss. Eine Integration der Bilder in die SPSS-Datei würde ein höheres Maß an

Übersichtlichkeit schaffen. Außerdem ist es nicht möglich anzugeben, wo genau auf den Bildern was zu sehen ist, welcher Teil eines Bildes sich einem Thema widmet und welcher womöglich einem anderen. Der Bezug zwischen Bild und Kode bleibt dadurch recht unpräzise.

SPSS bietet keine Hilfsautomatismen, die den Kodierungsprozess unterstützen. Das Programm kann Inhalte nicht selbst analysieren, etwa nach gewissen Worten durchsuchen. Daher ist es nötig, viele händische Eintragungen zu machen und zum Beispiel die Anzahl der verwendeten Hashtags für jeden Tweet auszuzählen, anstatt automatisch von der Software erfassen zu lassen, wie viele Hashtags der Tweet aufweist.

SPSS stellt dem Anwender eine Vielzahl an Auswertungsmethoden zur Verfügung. Bis sich genau der Befehl findet, der die gewünschte Tabelle generiert, benötigt es allerdings manchmal einigen Trial-Error-Aufwand. Die Kodierung mit SPSS funktioniert nicht nur wegen der - manchmal frustrierenden - Einfachheit der Auswahlmöglichkeiten vergleichsweise schnell, sondern auch, weil verschiedene Codierer parallel arbeiten und ihre Ergebnisse anschließend in einer Datei zusammenfügen können. SPSS läuft zudem auch über den virtuellen Desktop flüssig.

5.4 Auswertung

Die in SPSS eingetragenen Werte wurden zu Auswertungszwecken in Microsoft Excel transformiert und in Relation zueinander gesetzt. Die Ergebnisse sollen nun im Vergleich zu den vorangestellten Hypothesen einzeln ausgewertet werden.

Unter originalen Tweets wird in der folgenden Auswertung immer dann gesprochen, wenn es sich um die eigenen veröffentlichten Inhalte der Parteien AfD und FDP auf deren Twitterseiten handelt.

Hypothese 1

In Hypothese 1 werden die Bilder behandelt, die AfD und FDP auf ihren Twitter-Accounts posten. Untersucht wird dabei, wie sowohl parteiinterne als auch parteiexterne Akteure dargestellt werden und, falls Text auf den Bildern vorhanden ist, worauf er sich bezieht und welchen Ton er hat. Die Ursprungshypothese geht davon aus, dass die Bilder der AfD provokanter und selbstverherrlichender sind als die der FDP.

Kodiert wurden die Bilder mit der Variable „Anzahl parteiinterner Akteure“ und „Anzahl parteiexterner Akteure“, die kardinal die Anzahl der parteiinternen sowie –externen Politiker und Politikerinnen angibt, die auf dem Bild abgebildet oder genannt werden. Da dieser Wert meist recht niedrig ist, können „keine“, „eine“, „zwei“, „drei“, „vier“ und „fünf oder mehr“ Personen ausgewählt werden. Zudem wurde erfasst, wie parteiinterne und –externe Akteure dargestellt werden. Ordinal waren Abstufungen von „äußerst positiv“ über „eher positiv“, „neutral“, „eher negativ“ bis zu „äußerst negativ“ möglich. Bei mehr als einer Person wurde die durchschnittliche Wertung der Politiker und Politikerinnen herangezogen. Dadurch lässt sich bestimmen, in welches Licht die jeweilige Partei ihre Mitglieder und die Mitglieder anderer Parteien rückt. Zudem wurde, falls vorhanden, der Text auf dem Bild kodiert. Dazu wurde der Textton ordinal in „sachlich“, „neutral“ und „unsachlich“, sowie der Textbezug nominal in die Themenbereiche „Person“, „Personengruppe“, „andere Partei“, „Programm“, „Politik“, „eigene Partei“ und „Sonstiges“ kodiert. Das lässt Rückschlüsse darauf zu, bei welchen Themenbezügen eine Partei möglicherweise besonders provokant oder besonders sachlich vorgeht.

Die Ergebnisse werden nach der Variable „Twitteraccount“ und, eine Ebene tiefer, nach der Variable „Retweet“ aufgeschlüsselt, um festzustellen, ob sich bei Selbstverherrlichung und Provokationsgrad der Bilder ein Trend feststellen lässt, also zum Beispiel retweetete Bilder einen extremeren Ton anschlagen.

[Alternative für Deutschland \(AfD\)](#)

Während des Beobachtungszeitraums hat die AfD 496 Tweets gepostet, von denen 337 bebildert sind. Auf fast der Hälfte dieser Bilder ist eine parteiinterne Person abgebildet, auf 43 % keine einzige. Auf jeweils 1,79 % sind 2, 4 und 5 oder mehr Personen abgebildet, auf 2,39 % genau 3 Personen. Parteiexterne Akteure sind deutlich seltener abgebildet. Auf 77 % der Bilder wird gar keine, auf 19 % eine und auf 2,45 % werden zwei parteifremde Personen gezeigt. Mehr als vier werden jedoch auf keinem der Bilder dargestellt.

Auch in ihrer Bewertung unterscheiden sich die parteiinternen Personen stark von den parteiexternen. Mehr als drei Viertel der abgebildeten AfDler und AfDlerinnen werden neutral dargestellt, dazu 21 % eher positiv und 2 % sehr positiv. Nur auf einem Prozent der untersuchten Bilder werden ein oder mehrere parteiinterne Akteure eher negativ dargestellt, äußerst negative Darstellungen kommen nicht vor. Bei den Retweets lässt sich eine höhere Variation in der

Darstellung der abgebildeten internen Akteure erkennen, gleichzeitig werden sie hier etwas negativer bewertet: Eher und äußerst positiv kommen nur auf 22 %. Bei Original-Tweets findet sich zwar keine äußerst positive Bewertung, dafür aber 32 % eher positive. Bei Retweets ist dadurch der Anteil an neutralen Darstellungen mit 77 %, verglichen zu 68 % bei den Original-Tweets, höher, auch die einzigen beiden eher negativen Erwähnungen finden sich unter den Retweets.

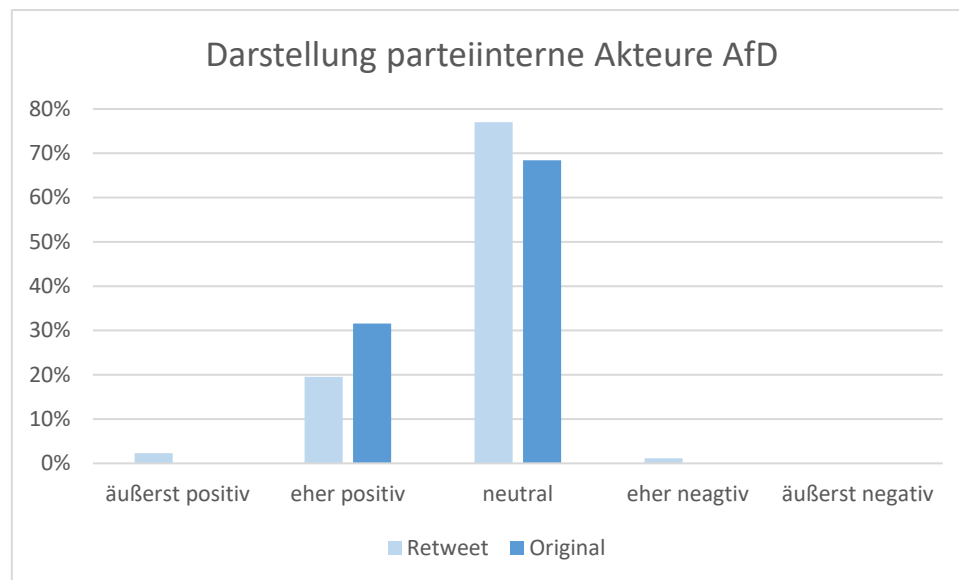


Abbildung 1: Darstellung parteiinterner Akteure in Retweets und Original-Tweets der AfD.

Parteiexterne Akteure werden deutlich negativer bewertet. Nur auf einem einzigen Bild findet sich eine äußerst positive Erwähnung, auf 5 % eine eher positive und auf 15 % eine neutrale. Demgegenüber stehen 36 % eher negative und 42 % äußerst negative Darstellungen. Partei-fremde werden in Retweets weniger negativ dargestellt, hier finden sich die einzigen positiven Erwähnungen. Auch der Anteil an neutralen Darstellungen ist im Vergleich zu Originalen um gut 3 Prozentpunkte höher. Bei Original-Tweets werden im Gegensatz dazu etwas mehr eher negative (37,50 % zu 36,21 %) und mit 50 % zu knapp 40 % auch deutlich mehr äußerst negative Personenbewertungen vorgenommen.

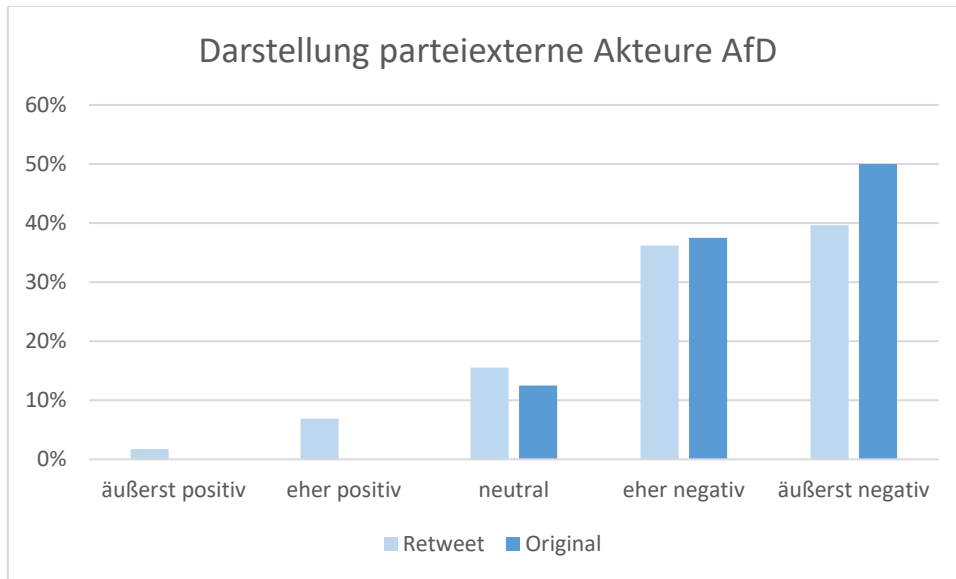


Abbildung 2: Darstellung parteiexterner Akteure in Retweets und Original-Tweets der AfD.

91 % der von der AfD geposteten Bilder sind mit Text versehen, bei Original-Posts sogar 100 %. Insgesamt sind ähnlich viele Bildtexte in unsachlichem (38,64 %) und neutralem (37,01 %) Ton gehalten, mit gut 24 % sind deutlich weniger sachlich. Original-Tweets polarisieren bei dieser Betrachtung stärker, hier sind nur knapp 22 % neutral, dafür 34 % sachlich und 44 % unsachlich. Die Retweet-Bildtexte sind mit 44 % eher in einem neutralen Ton verfasst, weisen mit 36 % aber weiter einen hohen Anteil an unsachlichen Äußerungen auf.

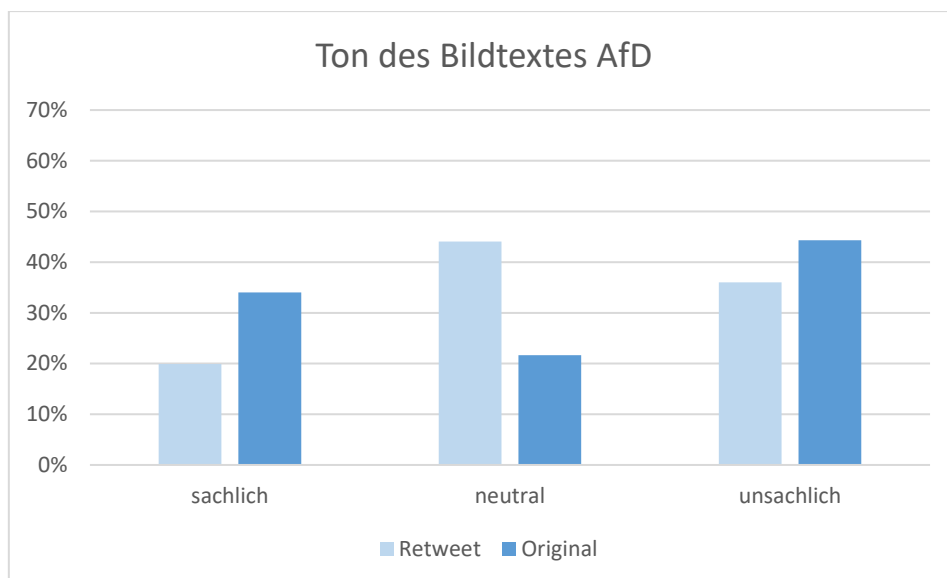


Abbildung 3: Ton des Bildtextes in Retweets und Original-Tweets der AfD.

Die Bildtexte der AfD beziehen sich recht gleichmäßig auf die verschiedenen Themen. Mit 22 % steht „Politik“ an der Spitze, dahinter folgen mit knapp 18 % „Personen“, mit 15 % „Programm“, mit jeweils 14 % „Personengruppen“ und „eigene Partei“ und schließlich „andere Parteien“ mit 10 %. Betrachtet man den Ton des Textes in Zusammenhang mit dem Textbezug, fällt auf, dass die AfD bei „Personen“ am unsachlichsten vorgeht. Hier sind fast 69 % der Bildtexte unsachlich und lediglich knapp 6 % sachlich. Bei den Original-Tweets der AfD sind bei diesem Textbezug sogar 80 % unsachlich. Auch über Personengruppen mit 52 % und andere Parteien mit 48 % wird sehr unsachlich gesprochen. Am niedrigsten ist dieser Wert bei Bildtexten, die sich auf die eigene Partei beziehen. Hier sind nur knapp 10 % der Texte unsachlich, demgegenüber stehen 38 % sachlicher Texte. Nur über „Programmbezug“ wird noch etwas sachlicher berichtet. Auch „Politik“ wird mit 37 % recht nüchtern behandelt, bei Original-Tweets sogar in 74 % der Fälle. Am entgegengesetzten Ende des Spektrums stehen die bereits genannten Themenbezüge „Person“, zudem „andere Parteien“ mit 10 % und „Personengruppen“ mit 17 % sachlichen Bildtexten.

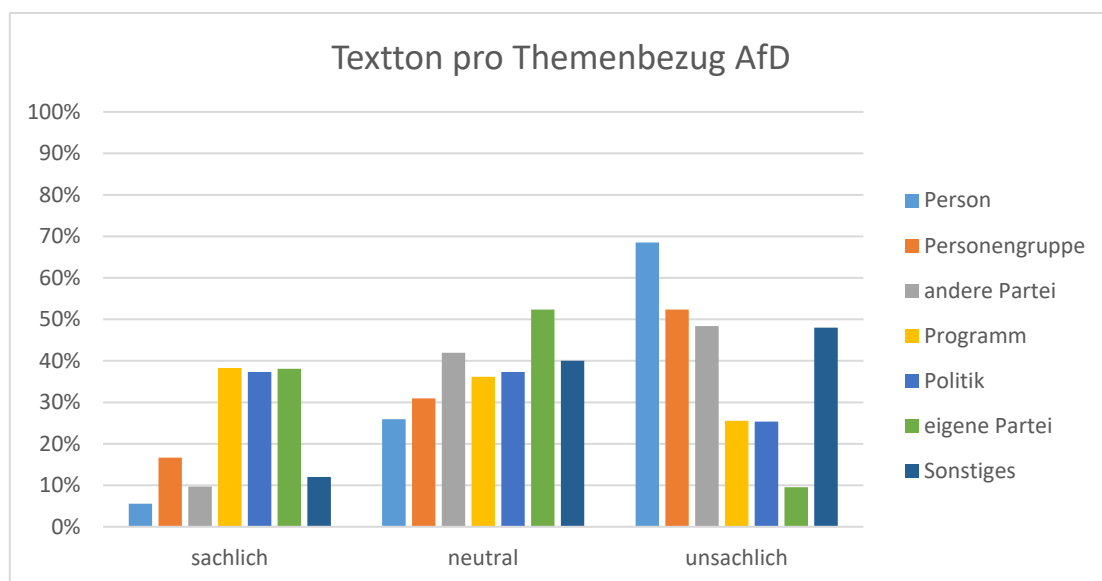


Abbildung 4: Textton der jeweiligen Themenbezüge in den Tweets der AfD.

Freie Demokratische Partei (FDP)

Von den 116 Tweets, die die FDP im Beobachtungszeitraum gepostet hat, beinhalten 61 ein Bild. Auf genau der Hälfte der Bilder ist eine parteiinterne Person abgebildet, auf 37 % gar keine. Zwei Personen kommen auf 8 %, drei Personen auf 3 % der Bilder vor. Vier parteiinterne Akteure auf einem Bild kommen nicht vor, während fünf oder mehr genau auf einem Bild abgebildet sind. Ähnlich wie bei der AfD sind auch bei der FDP deutlich weniger Parteexterne

Personen abgebildet: Auf 88 % der Bilder keine einzige, auf 10 % eine und auf einem Bild vier. Genau zwei oder drei parteifremde Akteure werden auf keinem Bild erwähnt.

Die Darstellung der parteiinternen Akteure ist bei der FDP mit 66 % überwiegend neutral, der gesamte Rest eher positiv. Die Aufgliederung in Original-Tweets und Retweets ergibt ein gegenteiliges Bild zur AfD. Bei der FDP werden Parteinterne in Retweets besser dargestellt: 46 % werden eher positiv bewertet, während es bei Original-Tweets lediglich 28 % sind.

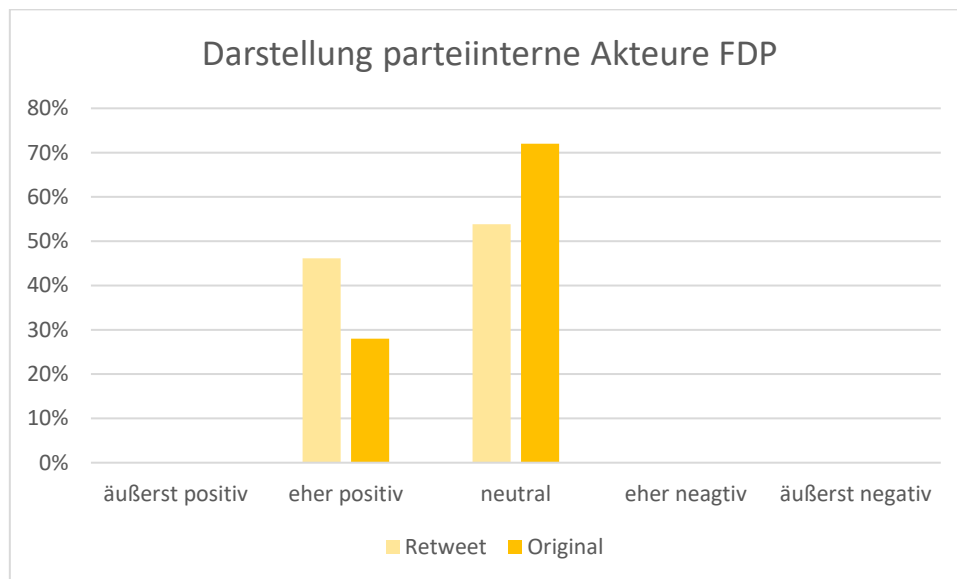


Abbildung 5: Darstellung parteiinterner Akteure in Retweets und Original-Tweets der FDP.

Zur Darstellung Parteifremder auf den Bildern der FDP ist anzumerken, dass nur in sechs Fällen überhaupt parteiextern Akteure erfasst wurden. Die Ergebnisse der Auswertung sind bei einem so geringen Stichprobenumfang nicht repräsentativ und lassen nur sehr bedingt Rückschlüsse auf die Darstellung parteifremder Personen auf Bildern der FDP zu. Trotzdem lassen sich aus den berechneten Ergebnissen Tendenzen ableiten. Keiner der externen Akteure wurde äußerst positiv dargestellt, 17 % eher positiv, ein Drittel neutral, ebenfalls 17 % eher negativ und wiederum ein Drittel äußerst negativ. Die Bewertung Parteifremder ist also auch hier klar negativ, wenn auch weniger vernichtend als bei der AfD. Betrachtet man Original-Tweets und Retweets, erkennt man ein ähnliches Muster wie bei der AfD. Auch hier werden externe Akteure bei Original-Tweets negativer bewertet. Sie sind zu einem Viertel neutral, zu einem Viertel eher negativ und zur Hälfte äußerst negativ, während Retweets zur einen Hälfte eher positiv und zur anderen neutral sind.

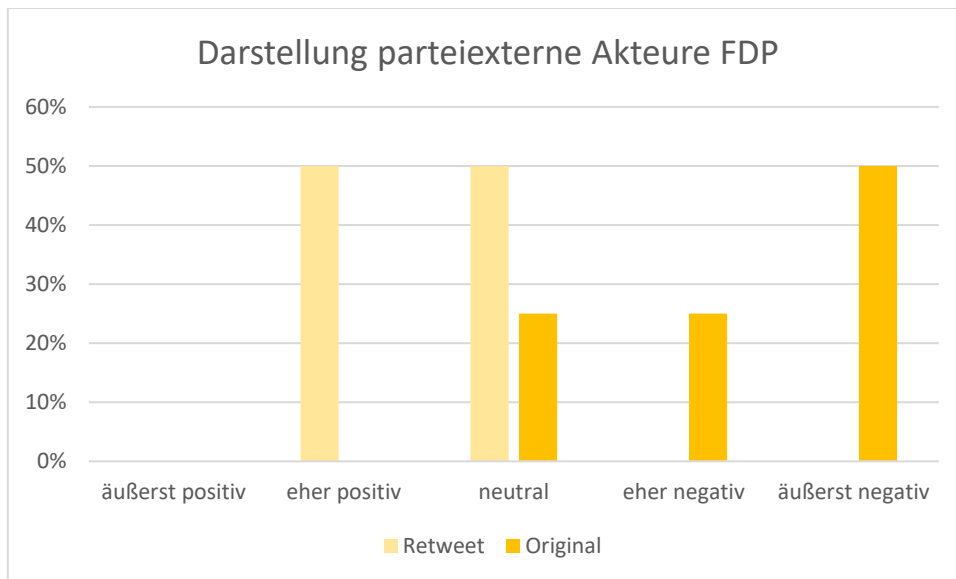


Abbildung 6: Darstellung parteiexterner Akteure in Retweets und Original-Tweets der FDP.

Bei der FDP befinden sich auf 82 % der Bilder Texte. Ähnlich wie schon bei der AfD ist auch hier dieser Anteil bei Original-Tweets mit 93 % deutlich höher. Der Ton des Bildtextes ist bei der FDP alles in allem deutlich sachlicher. Nur 2 % sind unsachlich, bei den Retweets kein einziger. 42 % der Texte sind in einem neutralen, 56 % in einem sachlichen Ton verfasst. Die Unterscheidung in Original-Tweets und Retweets zeigt, dass die Mehrheit der Retweets mit knapp 55 % neutral und die Mehrheit der Original-Tweets mit 59 % sachlich gehalten ist.

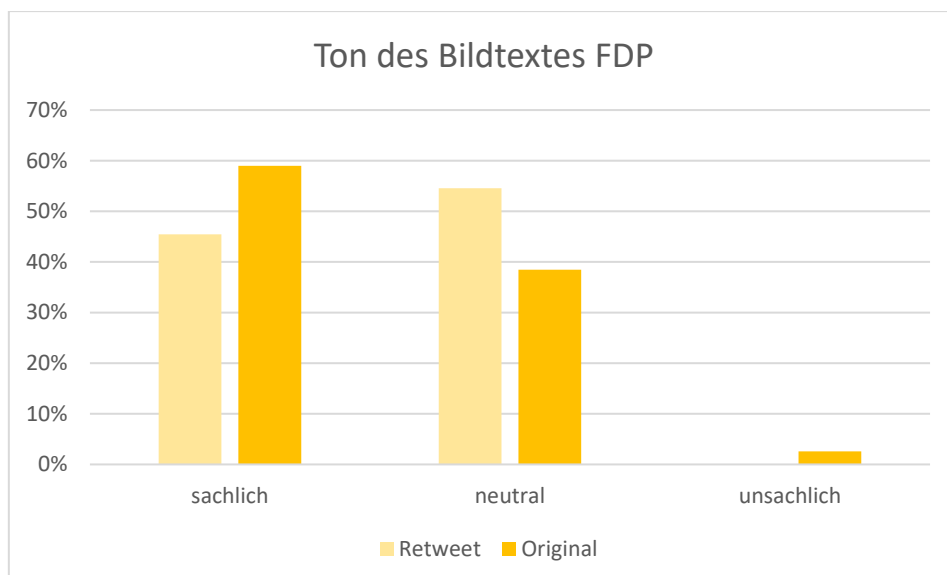


Abbildung 7: Ton des Bildtextes in Retweets und Original-Tweets der AfD

Auch bei der Untersuchung, bei welchen Themen die FDP die sachlichsten und bei welchen die unsachlichsten Bildtexte schreibt, lässt sich durch die geringe Anzahl an erfassten Bildern

keine Repräsentativität erreichen. Für die Themenbezüge „Person“, „Personengruppe“, „andere Partei“, „eigene Partei“ und „Sonstiges“ konnten jeweils weniger als fünf Bildtexte ausgewertet werden. Daher ist es hier nicht sinnvoll, die Ergebnisse zusätzlich in Original-Tweets und Retweets aufzugliedern. Wie bereits angedeutet geht es eher darum, Trends aufzuzeigen. Die meisten Bildtexte beziehen sich mit jeweils 36 % auf „Politik“ und „Programm“. Mit deutlichem Abstand folgen „Personen“ mit 8 %, „eigene Partei“ mit 6 %, „Personengruppen“ mit 4 % und „andere Parteien“ mit 2 %. Bei der FDP fällt auf, dass nur bei personenbezogenen Bildtexten, hier in einem Viertel der Fälle, überhaupt unsachliche Bildtexte erfasst wurden. Die sachlichsten Texte finden sich beim Themenbezug „eigene Partei“, wo alle drei und beim Themenbezug „andere Parteien“, wo der einzige betreffende Bildtext sachlich ist. Auch bei „Programm“ überwiegen mit 78 % die sachlichen, bei „Politik“ und „Person“ mit 61 % beziehungsweise 50 % die neutralen Bildtexte. Bei „Personengruppen“ wurde einer der beiden erfassten Bildtexte sachlich formuliert, der andere neutral. Bei „Personengruppen“ wurde einer der beiden erfassten Bildtexte sachlich formuliert, der andere neutral.

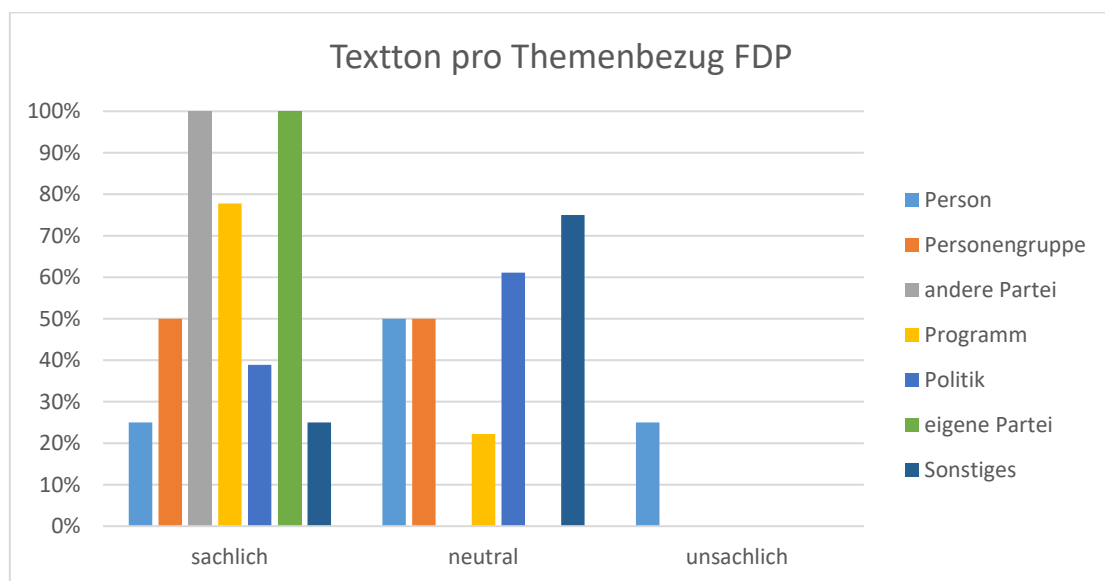


Abbildung 8: Textton der jeweiligen Themenbezüge in den Tweets der FDP.

Zusammenfassung

Die Auswertung zeigt, dass die AfD ihre eigenen Parteiakteure nicht unbedingt positiver darstellt, als die FDP ihre. Zwar stellt sie als einzige der beiden Parteien ihre Akteure äußerst positiv dar, dafür aber auch öfter negativ, öfter neutral und seltener eher positiv.

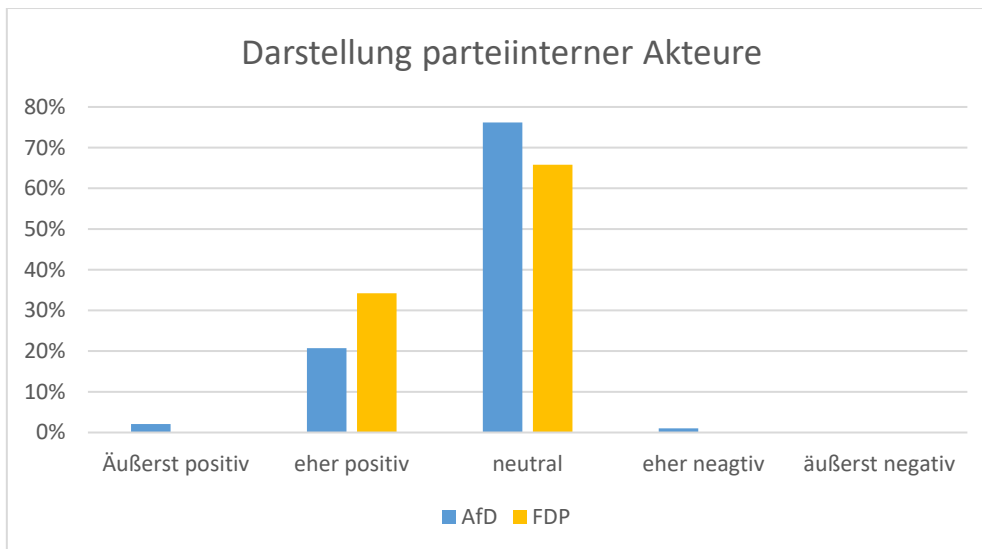


Abbildung 9: Darstellung parteiinterner Akteure in den Tweets von AfD und FDP.

Ein eindeutigeres Bild ergibt sich bei der Darstellung parteiexterner Akteure. Diese stellt die AfD deutlich seltener neutral und eher positiv und stattdessen häufiger eher und äußerst negativ dar.

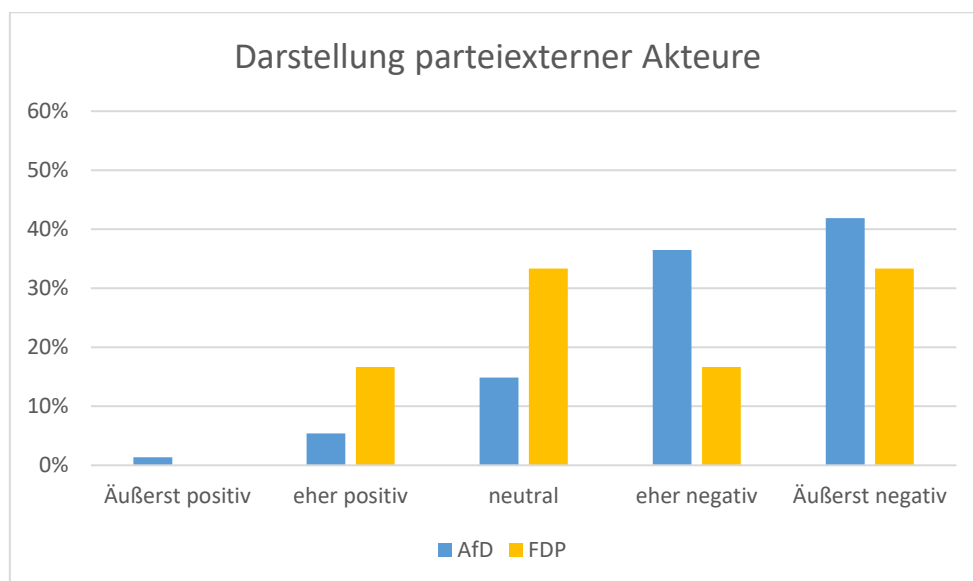


Abbildung 10: Darstellung parteiexterner Akteure in den Tweets von AfD und FDP.

Der deutlichste Unterschied in der Bildkommunikation der beiden Parteien auf Twitter ist aber beim Ton des Bildtextes zu erkennen. Während bei der AfD die Werte von sachlich bis unsachlich steigen, ist bei der FDP das genaue Gegenteil der Fall.

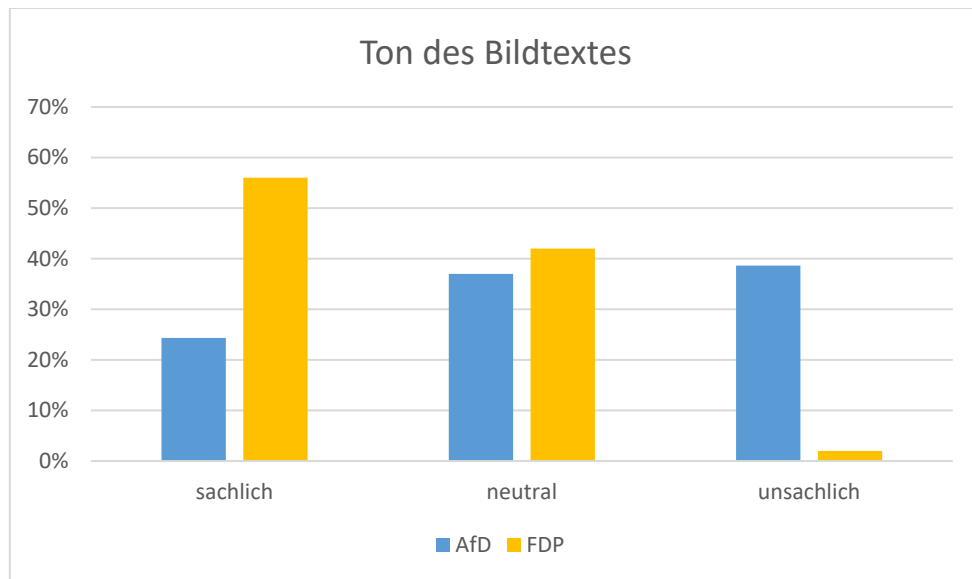


Abbildung 11: Ton des Bildtextes in den Tweets von AfD und FDP.

Die Hypothese, dass Bilder, die von der AfD gepostet werden, provokativer und selbstverherrlichender sind, als solche, die von der FDP gepostet werden, lässt sich durch die Ergebnisse mit Einschränkungen belegen. Zwar rücken sowohl AfD als auch FDP ihre eigene Partei und deren Akteure durch die geposteten Bilder in ein positives Licht, die AfD geht aber deutlich härter mit parteiexternen Akteuren ins Gericht. Zudem sind die Texte auf den Bildern der AfD deutlich unsachlicher und provokativer, gerade was Personen, Personengruppen und andere Parteien angeht.

Hypothese 2

In Hypothese 2 wird betrachtet, welche Politiker und Politikerinnen auf den Twitter-Profilen von AfD und FDP genannt und getweetet werden. Die Grundannahme lautet, dass die AfD verglichen mit der FDP eine größere Variation erkennen lässt, dass also nicht einige wenige Politiker und Politikerinnen erwähnt und getweetet werden, sondern eine große Bandbreite.

Dazu werden für AfD-Tweets die retweeteten und erwähnten AfD-Politiker und -Politikerinnen und für FDP-Tweets die FDP-Politiker und -Politikerinnen in einer nominalen Variablen erfasst. Für jede Partei sind fünf prominente Mitglieder aufgeführt: Bei der AfD Alice Weidel, Georg Pazderski, Beatrix von Storch, Jörg Meuthen und Leif-Erik Holm, bei der FDP Christian

Lindner, Nicola Beer, Marco Buschmann, Katja Suding und Alexander Lambsdorff. Diese Mitglieder wirken als Funktionäre in ihrer jeweiligen Partei und sind auf Twitter aktiv. Diese Namen werden jeweils durch die Auswahloptionen „Sonstige“ und „Parteiinterne Seite“ ergänzt, falls etwa der offizielle Partei-Account den Post eines Landesverbandes retweetet. Wertet man die Ergebnisse anteilig aus, lässt sich erkennen, ob eher eine oder sehr wenige Personen erwähnt und retweetet werden, oder ob sich die Werte gleichmäßig auf verschiedene Personen verteilen. Zudem wird kardinal kodiert, wie viele Politiker insgesamt in den Retweets erwähnt werden. Dabei wird auf alle Politiker, nicht nur die der eigenen Partei, geachtet.

Alternative für Deutschland (AfD)

Im Fall der AfD sind Alice Weidel mit 10 % und Jörg Meuthen mit 9 % die meisterwähnten und retweeteten Politiker und Politikerinnen. Georg Pazderski steht mit über 7 % an dritter Stelle, dahinter folgen Leif-Erik Holm mit 2,54 % und Beatrix von Storch mit 2,11 %. Auffällig ist der mit über 37 % enorm hohe Anteil an sonstigen Erwähnungen. Das lässt darauf schließen, dass neben den fünf konkret benannten noch eine Vielzahl weiterer AfD-Politiker und -Politikerinnen retweetet und erwähnt wurden. Mit fast 32 % finden auch parteiinterne Seiten sehr häufig Erwähnung oder werden retweetet. Die geringen Ergebnisse für die konkreten Namen und die hohen Anteile an sonstigen Politikern und Politikerinnen sowie parteiinternen Seiten bestätigen die Vermutung, dass der AfD-Twitteraccount sich nicht nur auf einige wenige Personen fixiert, sondern bei Erwähnungen und Retweets von Persönlichkeiten der eigenen Partei einen hohen Variantenreichtum zulässt.

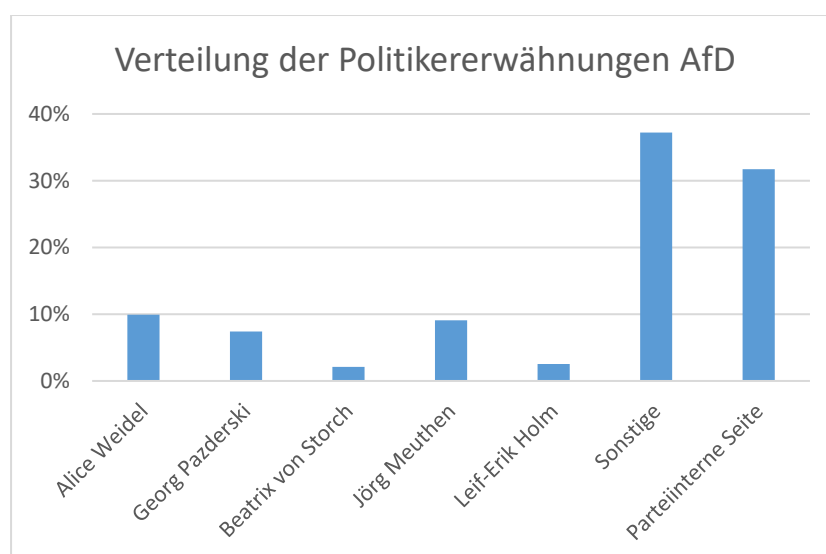


Abbildung 12: Die Verteilung der Politikererwähnungen und Retweets bei der AfD.

Hinsichtlich der Retweets werden in 40 % der kodierten Fälle keine weiteren Politiker und Politikerinnen erwähnt. Bei 36 % wird eine Person erwähnt, bei knapp 14 % zwei, bei fast 6 % drei, und bei 3 % vier. In einem Prozent werden fünf Politiker und Politikerinnen erwähnt, sechs und sieben Personen kommen auf 0,53 % und 0,27 %. Der Befund, dass mit zunehmender Anzahl an abgebildeten Personen die Werte niedriger werden, entspricht den Erwartungen.

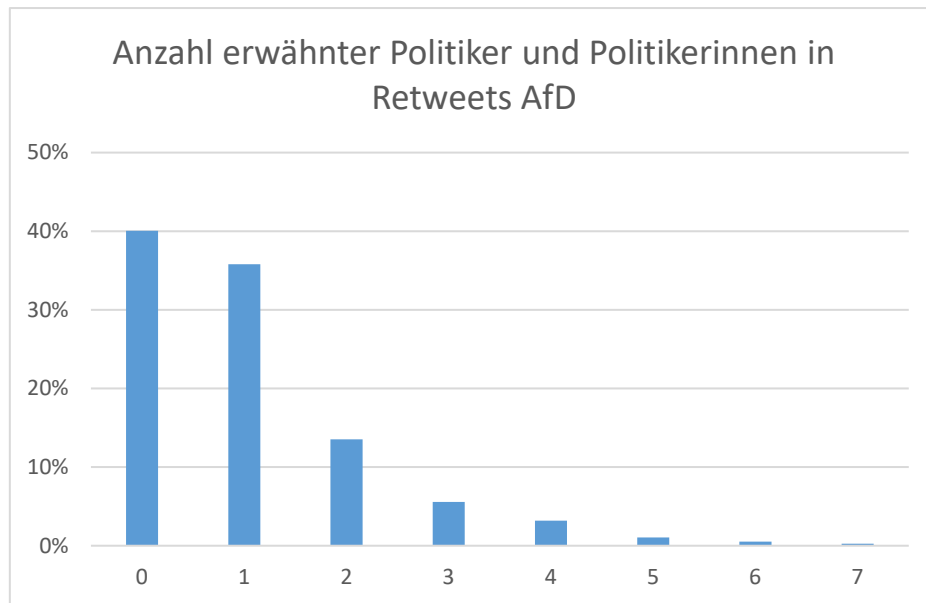


Abbildung 13: Die Anzahl an Politikern und Politikerinnen aller Parteien in Retweets der AfD.

Freie Demokratische Partei (FDP)

Bei der FDP ergibt sich ein anderes Bild. 40 % der Erwähnungen und Retweets parteiinterner Politiker und Politikerinnen entfallen allein auf deren Bundesvorsitzenden Christian Lindner. Dahinter folgen mit 14 % Nicola Beer, mit 4 % Marco Buschmann und mit jeweils 3 % Katja Suding und Alexander Lambsdorf. Sonstige Parteipolitiker und -politikerinnen sind mit 28 % vertreten, das sind etwa neun Prozentpunkte weniger als bei der AfD. Deutlich seltener als bei der AfD werden auch parteiinterne Seiten erwähnt und retweetet, nämlich in lediglich 7 % der Fälle. Nicola Beer wurde am 24. September, also innerhalb des Beobachtungszeitraums, als FDP-Spitzenkandidatin für die Europawahl vorgestellt. Geht man davon aus, dass die dadurch entstandene Aufmerksamkeit nicht von Dauer ist, kristallisiert sich Christian Lindner umso mehr als derjenige heraus, auf den der FDP-Account seinen Fokus setzt. Das führt dazu, dass die Erwähnungen und Retweets auf Seiten der FDP weniger variantenreich sind.

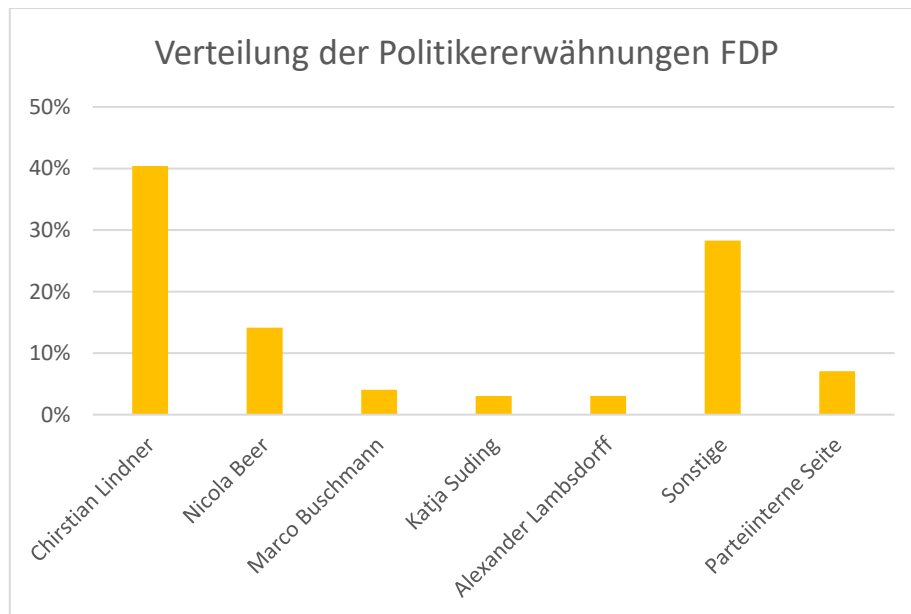


Abbildung 14: Die Verteilung der Politikererwähnungen und Retweets bei der FDP.

Die Auswertung der Anzahl erwähnter Politiker und Politikerinnen in Retweets aller Parteien zeigt, dass bei der FDP öfter, nämlich in fast 48 %, gar keine Person aufgeführt wird. Bei 41 % wird eine Person, bei 5 % werden zwei und bei 6,65 % drei Personen erwähnt. Dass öfter drei als zwei Personen erwähnt werden unterscheidet sich nicht nur von den AfD-Werten, sondern auch vom Trend der FDP-Werte. Möglicherweise liegt dies jedoch an der vergleichsweise geringen Anzahl an Retweets, die die FDP im Beobachtungszeitraum gepostet hat. Zwei Politiker oder Politikerinnen wurden in drei Retweets, drei Personen in vier Retweets festgestellt. Es ist nicht unwahrscheinlich, dass auch die FDP-Werte bei einem größeren Stichprobenumfang dem Trend folgen, dass mehr erwähnte Personen seltener vorkommen. Da die Anteile an Retweets mit vier, fünf, sechs oder sieben Erwähnungen auch bei der AfD recht gering waren, ist es außerdem nicht ungewöhnlich, dass bei der FDP im Beobachtungszeitraum schlichtweg kein Retweet mit der entsprechenden Anzahl an erwähnten Personen erfasst wurde.

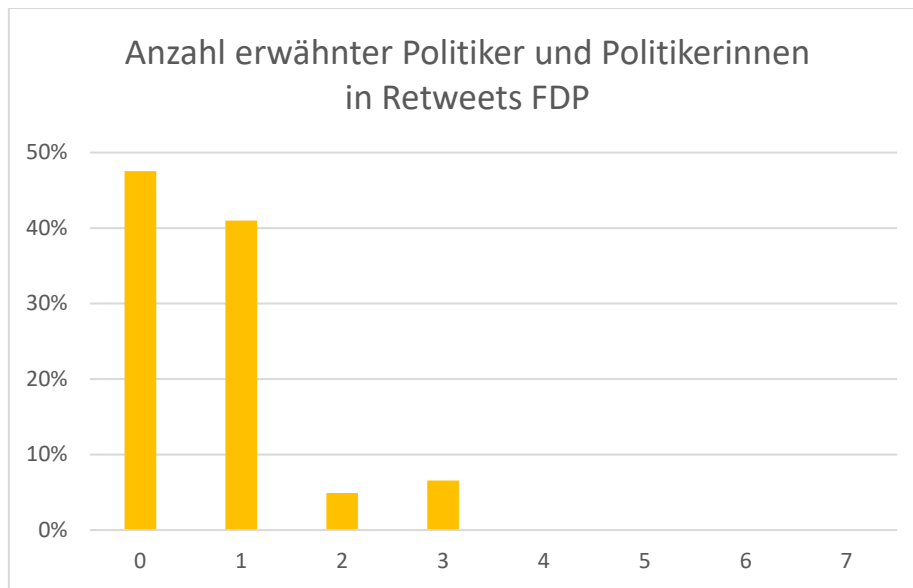


Abbildung 15: Die Anzahl an Politikern und Politikerinnen aller Parteien in Retweets der FDP.

Zusammenfassung

Die Ergebnisse bestätigen Hypothese 2. Bei der AfD kommt es seltener vor, dass in Retweets gar keine Politiker oder Politikerinnen erwähnt werden. Zudem kommt es seltener vor, dass dort genau eine Person erwähnt wird. Im Gegensatz zur FDP besteht also eine leichte Tendenz, in einem Retweet mehr Politiker und Politikerinnen zu erwähnen.

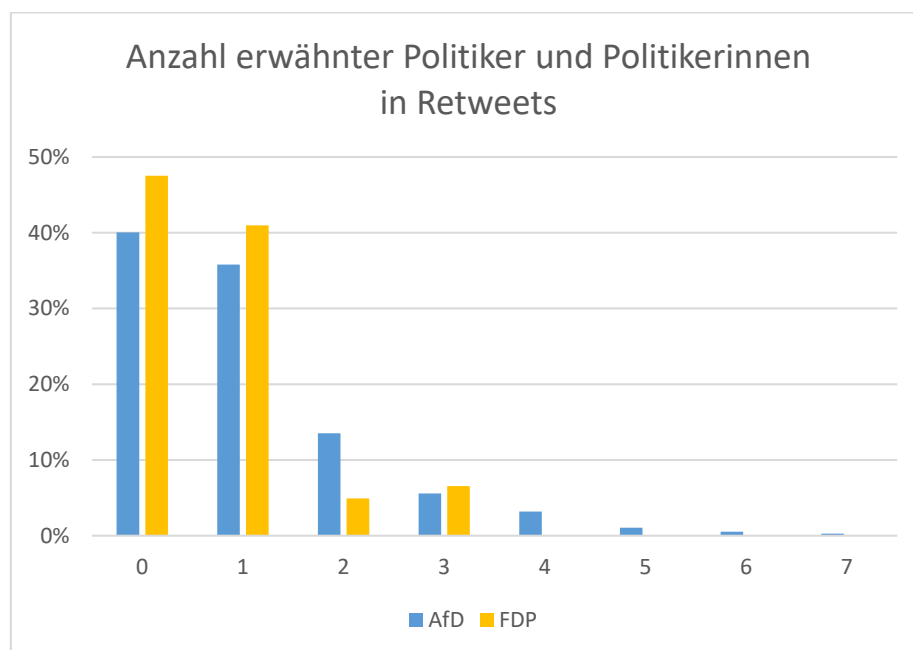


Abbildung 16: Die Anzahl an Politikern und Politikerinnen aller Parteien in Retweets von AfD und FDP.

Hinsichtlich der Verteilung von Erwähnungen und Retweets auf die einzelnen Politiker und Politikerinnen ist außerdem deutlich erkennbar, dass der FDP-Account sehr stark darauf bedacht ist, Christian Lindner möglichst häufig zu platzieren. Auch bei der AfD gibt es Schwankungen zwischen den Anteilen der einzelnen Personen, diese sind jedoch nicht so eklatant wie die zwischen Christian Lindner und den übrigen FDP-Prominenten. Auch die bei der AfD höhere Wert für „Sonstige“ und „Parteiinterne Seite“ zeigen, dass die AfD ihre Politiker abwechslungsreicher einbindet als die FDP.

Hypothese 3

In der dritten Hypothese wird die Darstellung politischer Themen und der Ton gegenüber Personengruppen untersucht. Angenommen wird, dass die AfD politische Themen negativer behandelt und Personengruppen gegenüber feindlicher auftritt, als die FDP. Die Hypothese bezieht sich auf den Text im Tweet und, falls vorhanden, auf dem Bild.

Um die Hypothese überprüfen zu können, wird zuerst der Inhalt der Tweets nominal in „Flüchtlinge und Ausländer“, „Soziales“, „Europäische Union“, „Regierung anderer Länder“, „deutsche Politik“, „Wirtschaft“, „Bildung“, „Gesellschaft“ und „anderes Thema“ kodiert. Anschließend wird mit einer ordinalen Variablen abgefragt, ob der Inhalt „äußerst positiv“, „eher positiv“, „neutral“, „eher negativ“ oder „äußerst negativ“ dargestellt wird. Kombiniert man diese beiden Variablen, lässt sich nicht nur erkennen, ob eine der Parteien generell negativer über politische Themen berichtet, sondern auch, über welche. Bezieht sich der Tweet auf eine ausländische Regierung, so wird auch diese nominal erfasst. Dafür lassen sich die Regierungen von „Türkei“, „Russland“, „USA“, „Österreich“, „Frankreich“, „Großbritannien“ auswählen, alle anderen fallen unter die Kategorie „Sonstige“. Außerdem wird, falls der Tweet eine Personengruppe behandelt, die Wertung der Personengruppe ordinal von „äußerst freundlich“ über „eher freundlich“, „neutral“ und „eher feindlich“ bis „äußerst feindlich“ festgestellt. Dadurch lässt sich die Haltung des Kommunikators gegenüber der Personengruppe erkennen.

Um einen Eindruck davon zu bekommen, ob sich Original-Tweets in den erwähnten Punkten von Retweets unterscheiden, wird zusätzlich zur Variablen „Twitteraccount“ auch eine Aufgliederung in die Variable „Retweet“ vorgenommen.

Alternative für Deutschland (AfD)

Die Tweets der AfD beziehen sich mit fast 34 % zu einem großen Teil auf allgemeine Themen der deutschen Politik. Mit 19 % wird auch das Thema Flüchtlinge und Ausländer häufig behandelt, zudem andere Themen mit 25 %. Soziales (6,25 %), Gesellschaft (4,64 %) Wirtschaft (3,83 %), Europäische Union (3,02 %), Regierungen anderer Länder (2,22 %) und Bildung (2,02 %) kommen hingegen seltener vor. Bei der Unterscheidung in Original-Tweets und Retweets fällt auf, dass Flüchtlinge und Ausländer lediglich in 16 % aller Retweets das Thema sind, dafür aber in fast 29 % aller Original-Tweets.

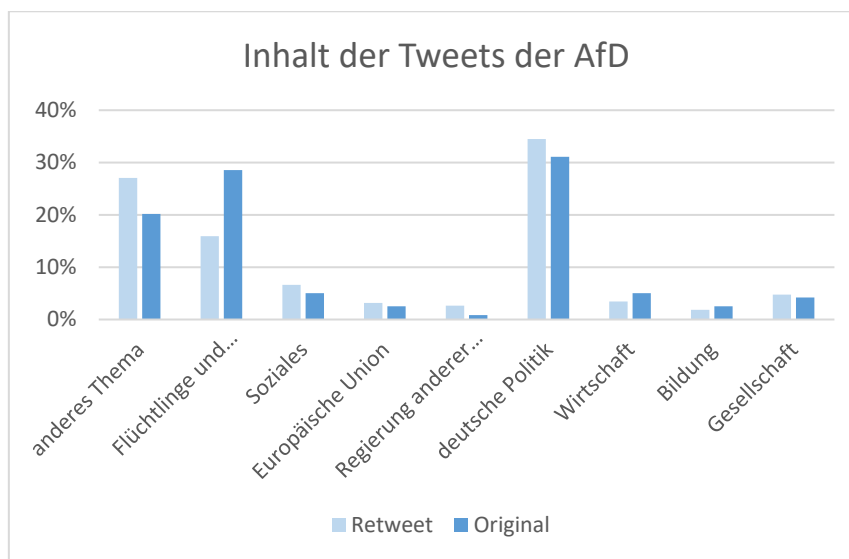


Abbildung 17: Die Themenbezüge der Original-Tweets und Retweets der AfD.

Auch bei der Darstellung der Tweetinhalte unterscheiden sich Original-Tweets und Retweets. Zwar sind auch Retweets insgesamt eher negativ gefärbt, mit 37 % wird das Thema jedoch auch sehr häufig neutral behandelt. Bei den Original-Tweets hingegen gibt es ähnlich viele eher positive (19 %) und eher negative (20 %) Bewertungen, wie neutrale (20 %). Bei Originalen werden die behandelten Themen mit 30 % häufiger in ein äußerst negatives Licht gestellt. Auf alle AfD-Posts gerechnet überwiegt mit 33 % dennoch der Anteil neutraler Tweets. Häufig werden Themen auch eher negativ (25 %) und äußerst negativ (22 %) dargestellt, eher selten eher positiv (15 %) und äußerst positiv (5 %).

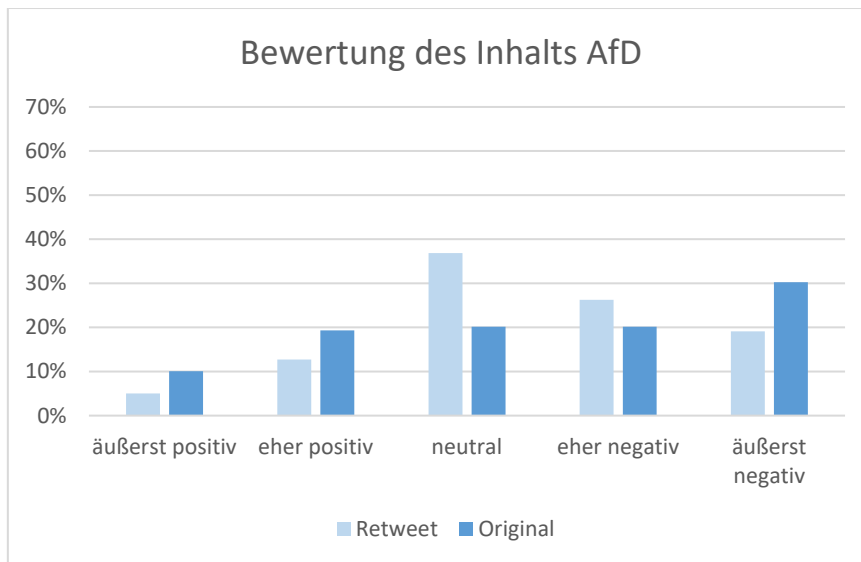


Abbildung 18: Die Bewertung der Themen durch die Original- und Retweets der AfD.

Betrachtet man die Inhaltsbewertung in Bezug auf die jeweiligen Themen, stechen die Regierungen anderer Länder mit knapp 55 %, die Europäische Union mit fast 47 % sowie Flüchtlinge und Ausländer mit knapp 43 % als die am negativsten dargestellten Themen heraus. Bei den Original-Tweets ist das Thema Flüchtlinge und Ausländer sogar mit 56 % äußerst negativ bewertet.

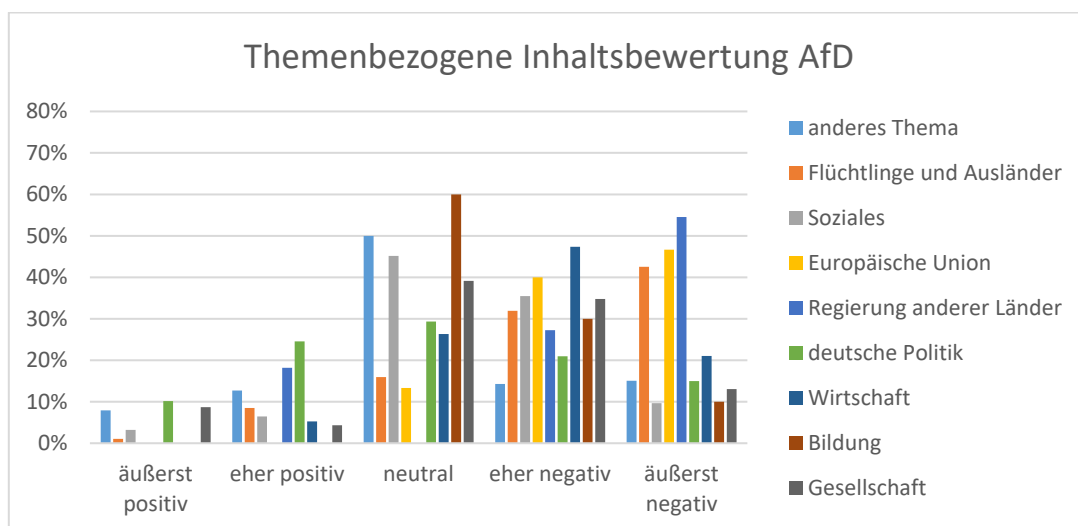


Abbildung 19: Die Bewertung des jeweiligen Themas durch die AfD.

Unter den ausländischen Regierungen werden von der AfD vor allem die türkische und die französische negativ dargestellt. Die türkische wird in zwei Drittel der Fälle äußerst negativ bewertet, die französische zu gleichen Teilen eher negativ und äußerst negativ. Die österreichische Regierung hingegen wird neutral bis positiv abgebildet.

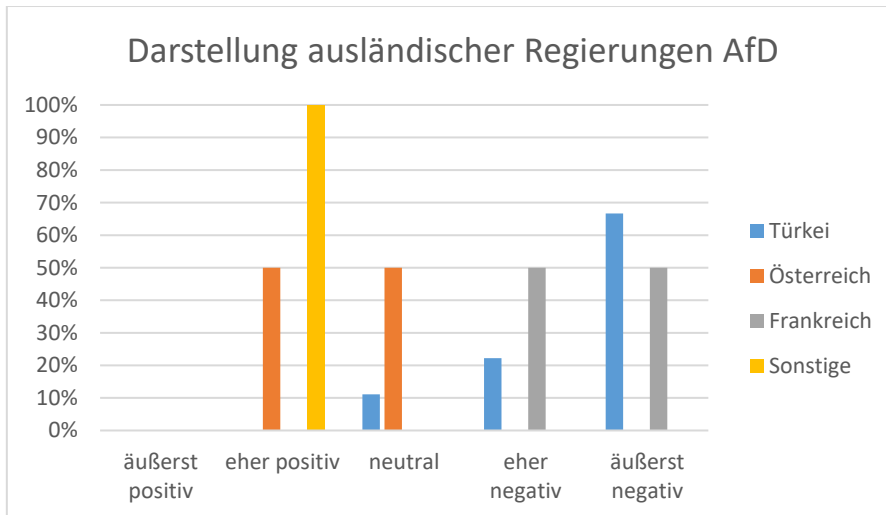


Abbildung 20: Die Darstellung ausländischer Regierungen in den Tweets der AfD.

Wenn die AfD auf ihrem Twitteraccount über Personengruppen spricht, dann tut sie das nie äußerst freundlich und nur in 2 % eher freundlich. In 24 % der Fälle ist ihre Haltung neutral, in 52 % eher feindlich und in 22 % äußerst feindlich. Auch hier lässt sich ein Unterschied zwischen Original-Tweets und Retweets ausmachen. Bei der AfD haben Original-Tweets nicht nur, siehe oben, häufiger Flüchtlinge und Ausländer zum Thema, sie legen auch eine personengruppenfeindlichere Einstellung an den Tag, als die entsprechenden Retweets. Bei eher feindlichen Beiträgen übertreffen Original-Tweets Retweets um fünfeinhalb Prozentpunkte, bei äußerst feindlichen sogar um elf.

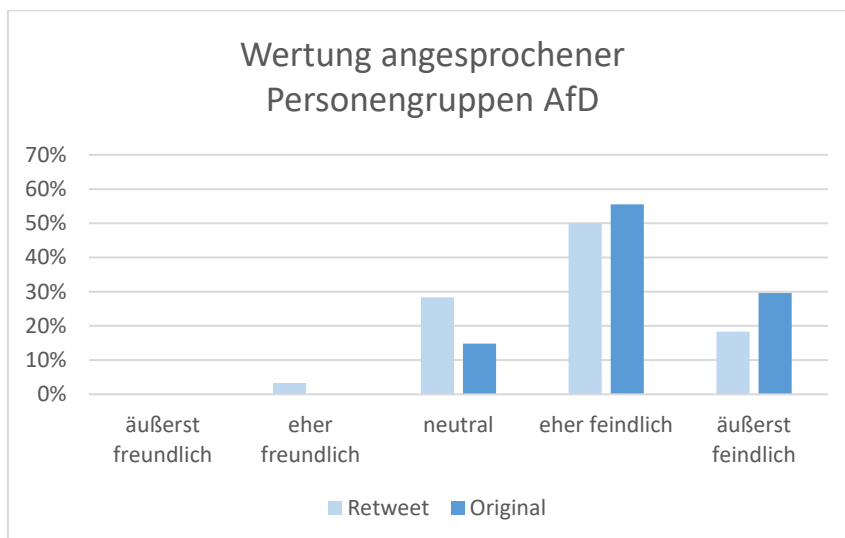


Abbildung 21: Die Wertung angesprochener Personengruppen in Original- und Retweets der AfD.

Freie Demokratische Partei (FDP)

Auch bei den Tweets der FDP zählen allgemeine deutsche Politik mit 27 % und andere Themen mit 26 % zu den meistbehandelten Themen. Allerdings wird das Thema Flüchtlinge und Ausländer, anders als bei der AfD, nur in 8 % der Beiträge angesprochen. Stattdessen finden Soziales mit 11 %, Wirtschaft mit knapp 9 %, Bildung mit 8 % sowie Europäische Union und Regierungen anderer Länder mit jeweils 5 % mehr Beachtung. Original-Tweets befassen sich seltener mit deutscher Politik im Allgemeinen und stärker mit konkreten Themen wie Flüchtlingen und Ausländern, Soziales, Europäische Union, Wirtschaft oder Bildung.

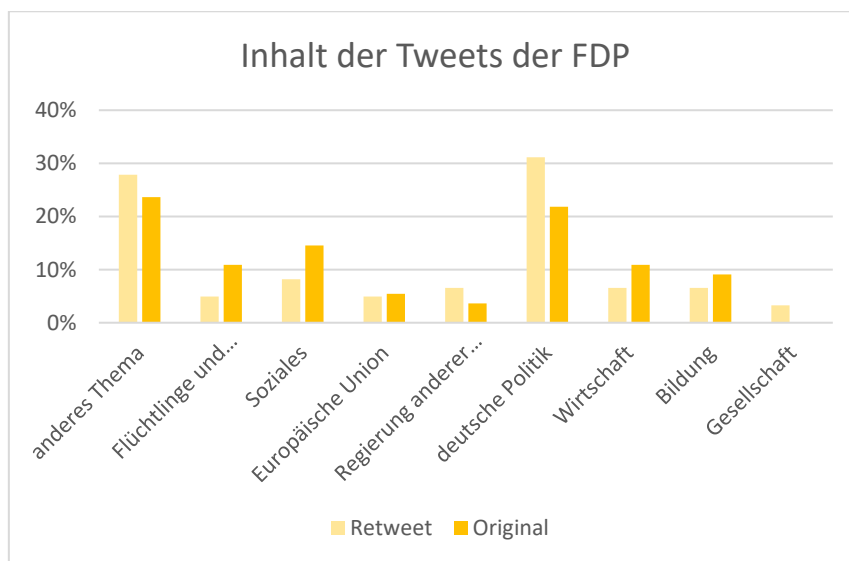


Abbildung 22: Die Themenbezüge der Original-Tweets und Retweets der FDP.

Die FDP bewertet ihre Inhalte weniger extrem als die AfD. 55 % der Beiträge sind neutral, bei den Original-Tweets sogar 65 %. Äußerst positiv sind 5 % der untersuchten Posts, eher positiv 15 %, eher negativ 19 % und äußerst negativ 6 %. Dabei lassen Retweets, im Gegensatz zu den recht neutralen Original-Tweets, häufiger Ausschläge zu beiden Seiten der Skala zu.

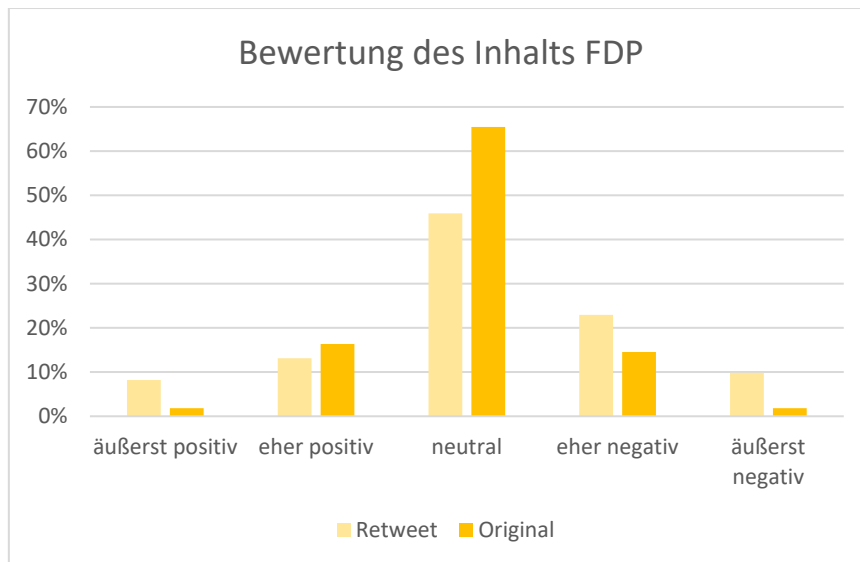


Abbildung 23: Die Bewertung der Themen durch die Original- und Retweets der FDP.

Lediglich bei den Themen Regierung anderer Länder mit 33 %, deutsche Politik mit 13 % und Soziales mit 8 % veröffentlicht die FDP äußerst negative Beiträge. Wenn es um die Europäische Union geht sind jeweils ein Drittel der Beiträge eher positiv, neutral und eher negativ, die Darstellung des Themas Flüchtlinge und Ausländer ist im Unterschied zur AfD sehr neutral mit Tendenz zu eher positiv.

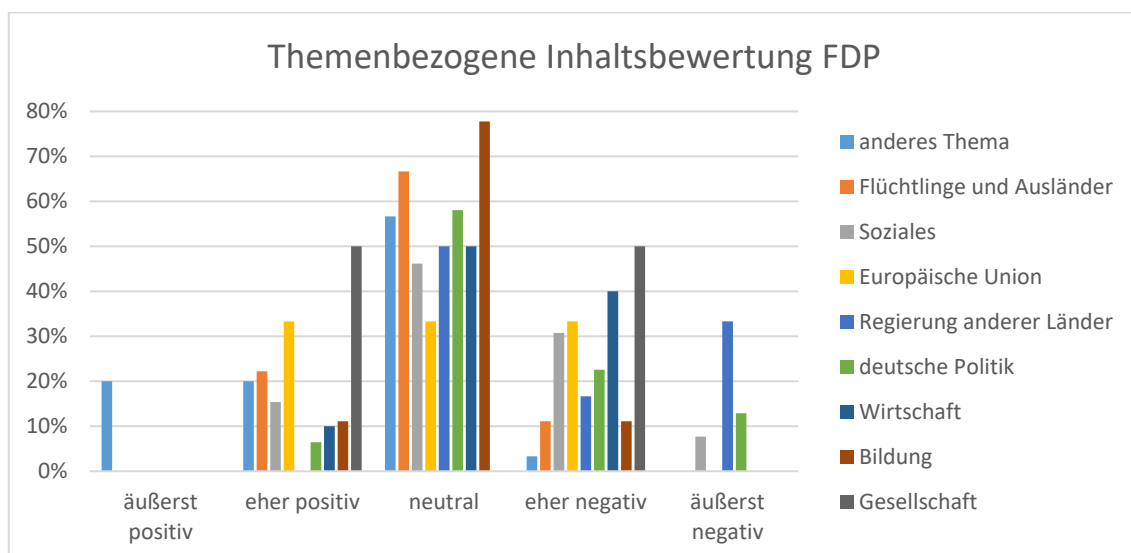


Abbildung 24: Die Bewertung des jeweiligen Themas durch die FDP.

Auch bei der FDP ist die türkische Regierung diejenige, welche am negativsten bewertet wird. Mit zwei äußerst negativen und jeweils einer eher negativen und neutralen Darstellung sind

diese Werte jedoch, trotz der geringen Repräsentativität eines so kleinen Stichprobenumfangs, etwas weniger negativ als die der AfD. Eine Bewertung für die britische sowie zwei weitere für sonstige Regierungen fallen neutral aus.

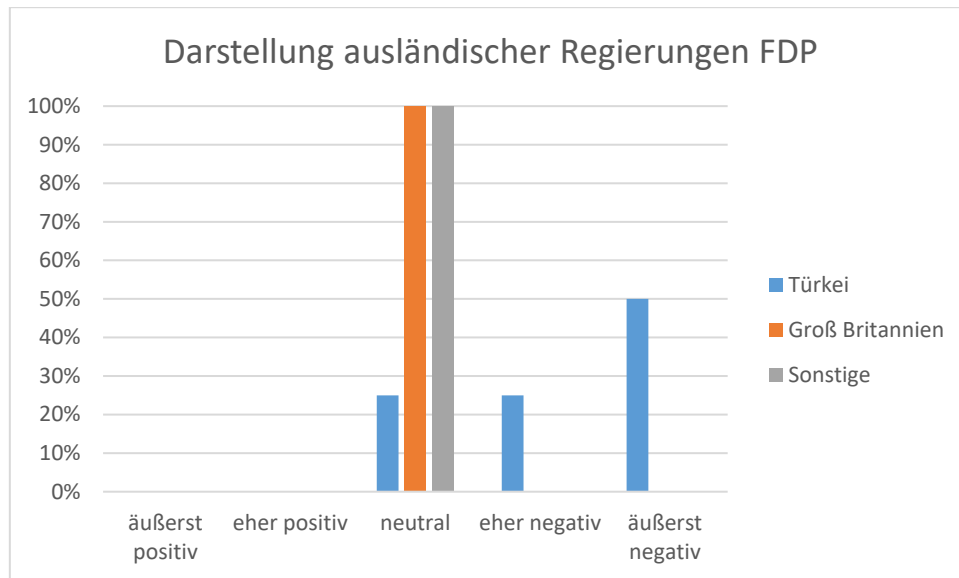


Abbildung 25: Die Darstellung ausländischer Regierungen in den Tweets der FDP.

Die Wertung angesprochener Personengruppen ist bei der FDP deutlich weniger feindlich als bei der AfD. Eine äußerst feindliche Haltung ist in keinem Tweet zu erkennen, eine eher feindliche in 11 %, eine neutrale in 67 % und eine eher freundliche in 22 %. Bei den Original-Tweets halten sich die Wertungen für eher feindlich und eher freundlich mit jeweils 17 % die Waage, bei den Retweets entfallen zwei auf neutral und einer auf eher freundlich. Da für die FDP nur drei Personengruppenwertungen aus Retweets und sechs aus Original-Tweets kodiert wurden, muss das aber nicht zwingend bedeuten, dass Original-Tweets allgemein personengruppenfeindlicher sind.

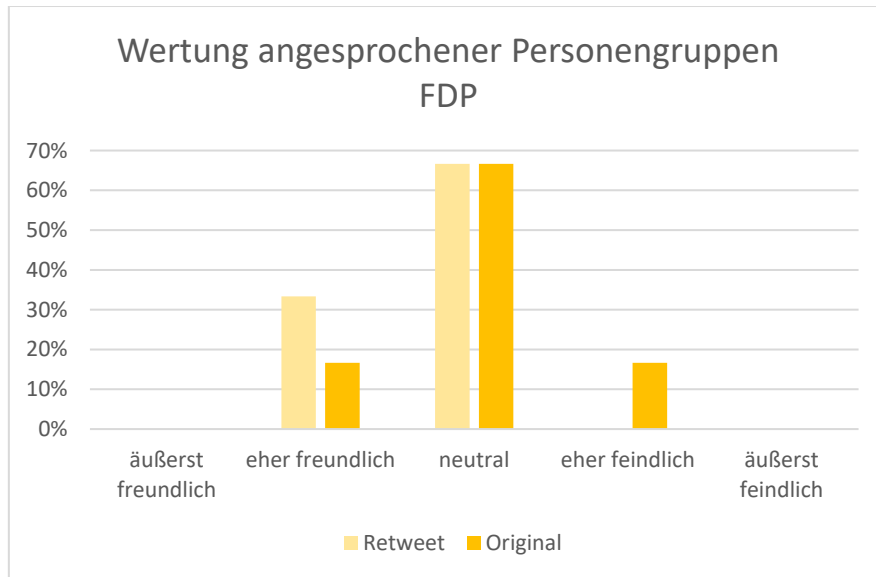


Abbildung 26: Die Wertung angesprochener Personengruppen in Original- und Retweets der FDP

Zusammenfassung

Bereits bei der Betrachtung der angesprochenen Themen fällt auf, dass sich die AfD deutlich häufiger mit dem Thema Flüchtlinge und Migration auseinandersetzt, die FDP hingegen eher mit Soziales, Europäische Union, Regierungen anderer Länder, Wirtschaft und Bildung.

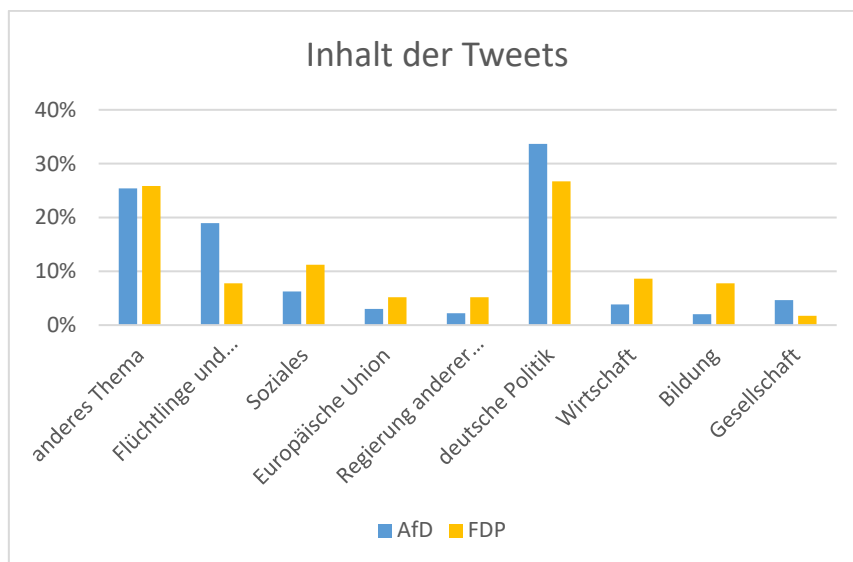


Abbildung 27: Die Themenbezüge der Tweets von AfD und FDP.

Bei der Bewertung des Inhalts schlägt die FDP eher einen neutralen Ton an, während die AfD die Themen vergleichsweise häufig auch eher negativ und äußerst negativ darstellt. Betrachtet man die Bewertungen der jeweiligen Themen, stellen sowohl AfD als auch FDP ausländische Regierungen sehr häufig äußerst negativ dar, wobei der AfD-Wert deutlich höher liegt.

Die Themen Europäische Union sowie Flüchtlinge und Ausländer, die bei der AfD mit jeweils über 40 % äußerst negativ bewertet werden, werden in den Tweets der FDP jedoch deutlich neutraler dargestellt.

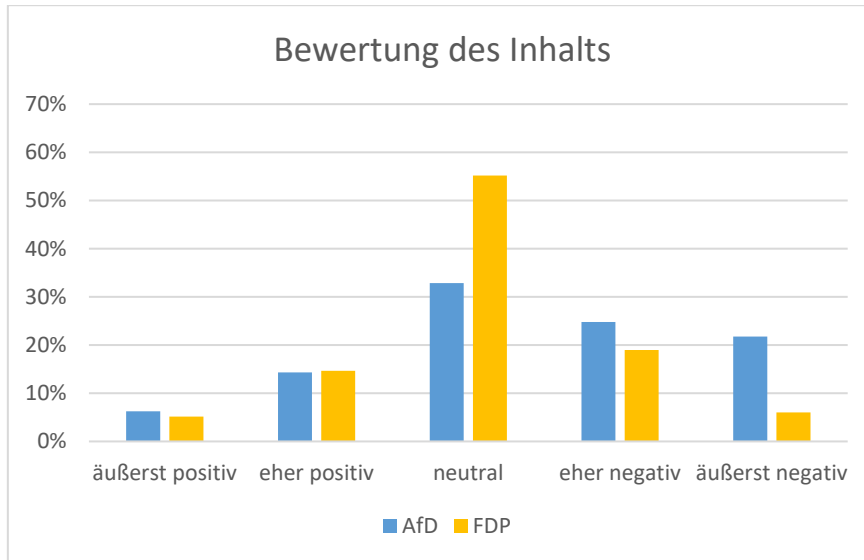


Abbildung 28: Die Bewertung der Themen durch die Tweets von AfD und FDP.

Zudem findet sich ein deutlicher Unterschied in der Haltung, die die Tweets der beiden Parteien gegenüber Personengruppen erkennen lassen. Sie ist bei der AfD in mehr als der Hälfte der Fälle eher feindlich, während die FDP sich meistens neutral und ansonsten mit einer höheren Wahrscheinlichkeit eher freundlich verhält.

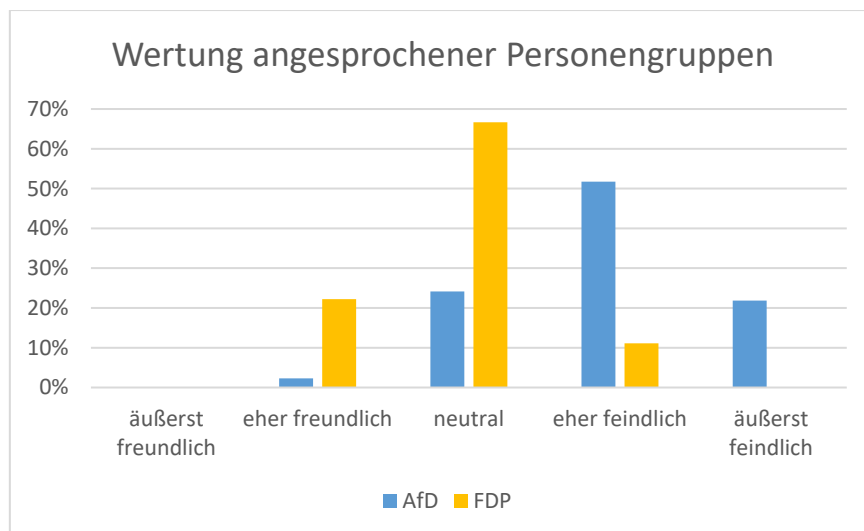


Abbildung 29: Die Wertung angesprochener Personengruppen in den Tweets von AfD und FDP.

Zusammenfassend lässt sich also sagen, dass die Ergebnisse Hypothese 3 belegen. Die AfD stellt politische Themen negativer dar und steht auch Personengruppen deutlich feindlicher gegenüber als die FDP.

Hypothese 4

Bei der Hypothese 4 soll untersucht werden, wie die AfD und FDP zu anderen Parteien und Politikern stehen. Es wurde betrachtet, wie die AfD und FDP andere Politiker und Parteien in ihren Tweets darstellen, um dessen Beziehung zu den politischen "Gegnern" zu untersuchen sowie die Handlungsweisen der eigenen Partei gegenüber den anderen Parteien und Politikern/-innen aufzuzeigen. Die Ursprungshypothese besagt, dass die AfD in ihren Tweets andere Parteien und Politiker/-innen negativer und kritischer darstellt als die FDP.

Um dieser Annahme auf den Grund zu gehen, wurde die Hypothese in zwei Stränge aufgeteilt. Auf der einen Seite wurden die angesprochenen Parteien mithilfe der Variablen "Erwähnung von anderen Parteien" und auf der anderen Seite die angesprochenen Politiker und Politikerinnen "Erwähnung anderer Politiker" untersucht. Zu beachten ist, dass die Bundeskanzlerin Angela Merkel unter dieser Hypothese nicht als Politikerin erfasst wird, da sie gesondert in Hypothese 5 (siehe Seite 61) betrachtet wird. Wurde eine Partei oder Politiker/-in angesprochen, wurde mithilfe von zwei Darstellungsformen "Wertung und Kritik" die zwei Stränge separat kodiert.

Bei der ersten Darstellungsform geht es darum, wie die Parteien und Politiker/-innen in den Tweets dargestellt werden. Die Wertung der Darstellung der Parteien und Politiker/-innen wird anhand von fünf Ausprägungen vollzogen. Angefangen mit äußerst positiv und eher positiv über neutral bis hin zu eher negativ und äußerst negativ. Diese ordinale Skala soll die Beziehung zu den anderen Parteien und Politikern aufzeigen sowie die Handlungsweise der AfD und FDP zeigen. Als positiv wird das Loben von politischen Handlungen der Politiker/-innen und Parteien bezeichnet; während als negativ politische Handlungen von Politikern/-innen und Parteien bezeichnet werden, die als fehlerhaft, voreilig handelnd und/ oder uneinsichtig dargestellt werden.

Bei der zweiten Darstellungsform wird geschaut ob und inwieweit die Parteien und Politiker/-innen kritisiert werden. In der ersten Variablen "Kritik an Parteien bzw. Politikern" wird anhand der Ausprägungen kritisiert und kritisiert nicht kodiert, ob eine Kritik an der Partei bzw. den Politikern oder Politikerinnen vorliegt. Ist dies der Fall wird die nächste Variable "Wertung der Kritik" ausgefüllt. Anhand von drei Ausprägungen soll abgefragt werden, wie die AfD und FDP die anderen Parteien und Politiker/-innen anspricht, in welcher Weise sie mit den Sachverhalten umgehen, ob sie Verbesserungsvorschläge anbringen oder nur wahllos mit Kritik um sich werfen. Es kann zwischen den Ausprägungen konstruktiv, neutral und destruktiv ausgewählt werden, um den Tweet richtig einzuordnen. Als konstruktiv wird Kritik bezeichnet, die den Sachverhalt darstellt, auf Fehler hinweist und Verbesserungsvorschläge anbringt. Als destruktiv wird im Codebuch Kritik definiert, die auf Fehler in einer gehässigen Sprache und Spott hinweist. Dabei kann es oftmals passieren, dass die Kritiker den Rahmen des Sachverhalts sprengen und mitunter die Personen oder Parteien selbst angreifen.

Bei der Variablen "Erwähnung andere Parteien bzw. Politikern" wird die Ausprägung „werden nicht erwähnt“ bei beiden Variablen aus der Auswertung ausgeschlossen, da diese nicht relevant ist und bei der Wertung nur zu Nullwerten führen würde, da die Felder der Wertung und Kritik nicht ausgefüllt werden durften, wenn keine Partei oder Politiker angesprochen bzw. erwähnt wurde.

Alternative für Deutschland (AfD)

Wertung anderer Parteien

In den 496 Tweets der AfD wurden in 104 Fällen andere Parteien angesprochen. In 78 Fällen wurden die Parteien in den Retweets und in 26 Fällen in den eigenen Inhalten genannt. Zu beachten ist, dass in einem Tweet auch mehrere Parteien angesprochen werden könnten. Diese werden jedoch nur zusammen in einer Variablen kodiert und bei der Wertung der Durchschnitt gebildet.

In Retweets wurde bei der Kumulierung der Ausprägungen „eher positiv“ und „äußerst positiv“ in 1,28 % der Fälle positiv über andere Parteien gesprochen. Werden die Ausprägungen „eher negativ“ und „äußerst negativ“ kumuliert, wurden in ca. 73 % der Tweets, in denen Parteien angesprochen wurden, im Durchschnitt negativ über mindestens eine Partei berichtet. Auf die gesamte Tweetzahl bezogen, wurden in 11,5 % der Tweets geretweetet und negativ über andere Parteien gesprochen oder berichtet.

In den eigenen Inhalten auf der Twitterseite der AfD wurde nicht einmal positiv über andere Parteien berichtet. In 46,16 % der originalen Tweets, in denen Parteien angesprochen wurden, wird negativ über andere Parteien geschrieben. Der größte Teil der Wertung anderer Parteien mit fast 54 % fiel auf die Ausprägung „neutral“. Dies kann dadurch zustande kommen, dass in den Tweets andere Parteien nicht auf- oder abgewertet wurden oder dass mehrere andere Parteien mit unterschiedlichen Wertungen angesprochen wurden und der Durchschnitt neutral ergab. Auf die komplette Tweetzahl bezogen tauchen in 2,42 % der Tweets originale Inhalte mit einer negativen Wertung für andere Parteien auf.

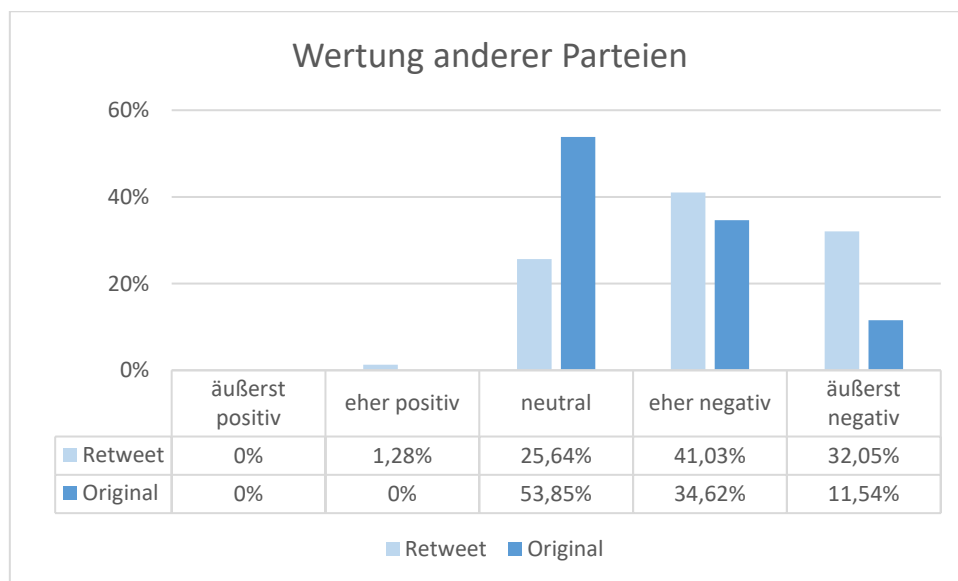


Abbildung 30: Diagramm, wie die AfD andere Parteien wertet

Wertung anderer Politiker/-innen

Die AfD hat in ihren 496 Tweets in 108 Tweets andere Politiker oder Politikerinnen angesprochen. Von den 108 Tweets tauchten die anderen Politiker/-innen in 86 Fällen in Retweets und in 22 Fällen in den eigenen Tweets der AfD auf. Wie bei den Parteien ist auch hier zu beachten, dass der Durchschnitt gebildet wird, wenn in einem Tweet mehrere Politiker oder Politikerinnen anderer Parteien oder Nationen angesprochen werden.

In den Retweets wurden in über 9 % der Tweets, in denen andere Politiker oder Politikerinnen angesprochen wurden, positiv über diese gesprochen, wenn die zwei positiven Ausprägungen „eher positiv“ und „äußerst positiv“ kumuliert werden. Werden die negativen Ausprägungen „eher negativ“ und „äußerst negativ“ kumuliert, wird in fast 70 % der Retweets, in denen andere Politiker und Politikerinnen angesprochen werden, negativ über diese berichtet. Werden

diese Ergebnisse in Relation zu der gesamten Tweetzahl gesetzt, wird in über 12 % der Tweets der AfD getweetet und negativ über andere Politiker oder Politikerinnen gesprochen.

Auf der Twitterseite der AfD wurden in über 9 % der eigenen Tweets, die andere Politiker und Politikerinnen ansprechen, positiv über diese geschrieben. Mit einer Differenz von 0,2 % wurden die anderen Politiker/-innen in den Retweets positiver bewertet. In 59 % der eigenen Tweets, die Politiker und Politikerinnen anderer Parteien und Nationen ansprechen, wird auch negativ über diese gesprochen. Das entspricht einer Differenz von über 10 %. Mit über 10 % werden die anderen Politiker und Politikerinnen in den Retweets negativer dargestellt. Bei der Differenzbildung ist zu beachten, dass mit unterschiedlichen hohen Fällen in den Retweets und eigenen Inhalten gerechnet wird. Die Fallzahl der Retweets ist fast viermal so hoch wie die der eigenen Tweets, die andere Politiker/-innen ansprechen. Da aber mit relativen Werten mit der Bezugsgröße „Fallzahl“ gerechnet wird, ist der hohe Unterschied der Fallzahl der Retweets und eigenen Tweets irrelevant.

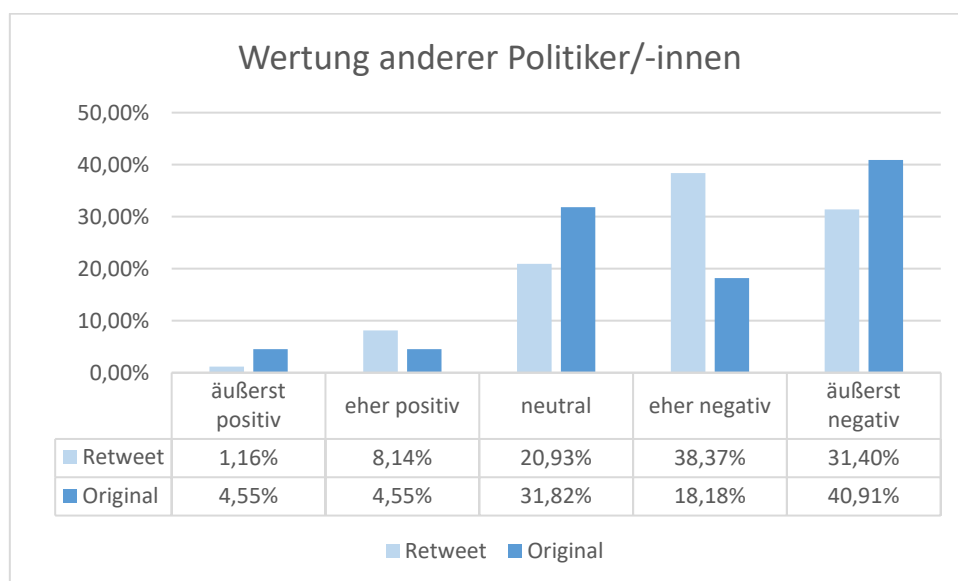


Abbildung 31: Diagramm, wie die AfD andere Politiker/-innen wertet

Kritik an anderer Parteien

Bei der AfD wurden von den 104 Tweets, in denen andere Parteien erwähnt wurden, in 45 Tweets auch Kritik an den Parteien ausgeübt. Das entspricht 43,27 %. Die 45 Tweets teilen sich in 40 Retweets und 5 eigene Tweets auf.

Die Kritik gegenüber anderen Parteien, die in den Retweets ausgeführt wurde, ist zu 50 % neutral ausgefallen. Die Ausprägung neutral kommt durch die Durchschnittsbildung der Kritik

von mehreren Parteien in einem Tweet zustande sowie durch keine richtig zuzuweisende Kritik. In den anderen Fällen, in denen die Kritik zugewiesen werden konnte, fiel diese zu 17,5 % konstruktiv und zu 32,5 % destruktiv aus. Das bedeutet, dass die AfD in vielen Fällen keine Verbesserungsvorschläge macht, sondern den Sachverhalt, die Partei oder ähnliches dem Zusammenhang entsprechendes kritisiert. Destruktive Kritik bedeutet auch, dass die Sprache, in dem die Kritik geschrieben wird ausfällig werden könnte. Diese Komponente wurde hier jedoch nicht untersucht.

In den eigenen Tweets wurden Parteien zu 40 % neutral kritisiert. Bei Fällen, in denen die Art der Kritik klar zuzuweisen war, fiel diese zu 40 % destruktiv und zu 20 % konstruktiv aus. Zu beachten ist jedoch, dass bei den eigenen Tweets wenig Kritik geäußert wurde, da nur 5 Tweets von den 496 gesamten Tweets eigener Inhalt ist, der Parteien kritisiert. Bei einer Fallzahl von fünf kann die Zuweisung der Kritik sehr stark schwanken, sodass diese Werte kein repräsentables Ergebnis liefern.

Das bedeutet, dass die AfD in vielen Fällen keine Verbesserungsvorschläge macht, sondern den Sachverhalt, die Partei oder ähnliches dem Zusammenhang entsprechendes kritisiert. Destruktive Kritik bedeutet auch, dass die Sprache, in dem die Kritik geschrieben wird ausfällig werden könnte. Diese Komponente wurde hier jedoch nicht untersucht.

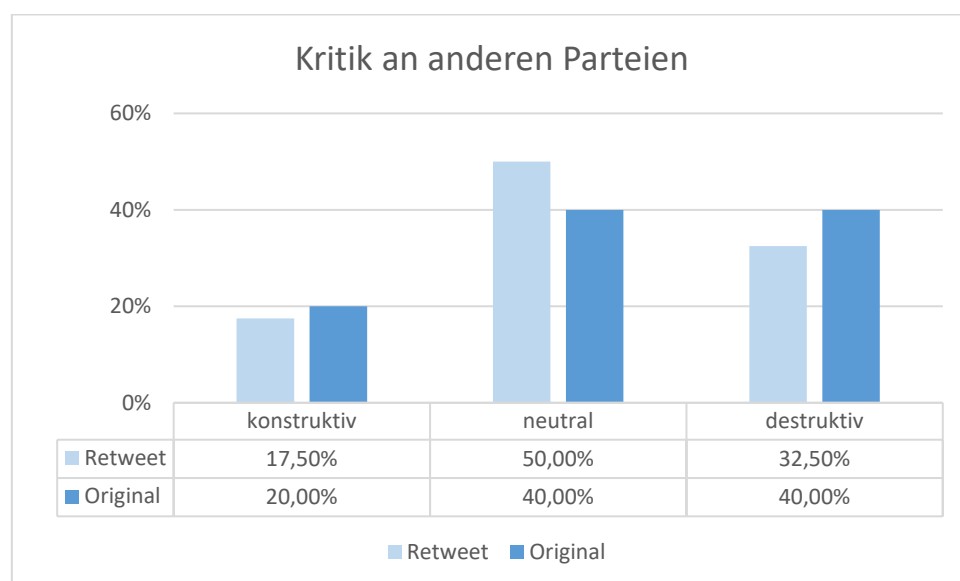


Abbildung 32: Diagramm, wie die AfD andere Parteien kritisiert

Kritik an anderen Politikern und Politikerinnen

Bei der AfD wurden von den 108 Tweets, in denen andere Politiker und Politikerinnen erwähnt wurden, in 52 Tweets auch Kritik an den Politikern/-innen ausgeübt. Das entspricht 48,15 %. Die 52 Tweets teilen sich in 40 Retweets und 12 eigene Tweets auf.

In den Retweets ist die Kritik gegenüber anderen Politikern und Politikerinnen in 45 % der Tweets, in denen sie erwähnt wurden, neutral ausgefallen. In den Fällen, in denen die Art der Kritik zuweisbar war, wurde die Politiker und Politikerinnen in 10 % konstruktiv und in 45 % destruktiv kritisiert. Der hohe Anteil an destruktiver Kritik in den Retweets deutet darauf hin, dass vorzugsweise Parteiinterne der AfD und verwandte Twitterseiten der AfD wahllos mit Kritik um sich werfen, anstatt Verbesserungsvorschläge für einen bestimmten Sachverhalt anzuführen. In den eigenen Tweets wurde keine konstruktive Kritik gegenüber anderen Politikern und Politikerinnen angeführt. Zu 38,46 % fiel die Kritik neutral aus und zu 61,54 % fiel die Kritik destruktiv aus. Nicht nur wie oben beschrieben, werfen Parteiinterne der AfD und verwandte Twitterseiten der AfD mit Kritik um sich, sondern auch die Partei selbst, führt mit einem sehr hohen Anteil destruktive Kritik auf ihrer Twitterseite selbst an. Nach der Definition vom Codebuch deutet destruktive Kritik auf die Fehler der Politiker/-innen in einer gehässigen Sprache hin und oftmals bleibt es nicht nur beim Sachverhalt, sondern Politiker/-innen werden persönlich in den Tweets angegriffen. Inwieweit die Politiker und Politikerinnen anderer Parteien und Nationen persönlich von der AfD angegriffen wurden, ist nicht Gegenstand dieser Untersuchung.

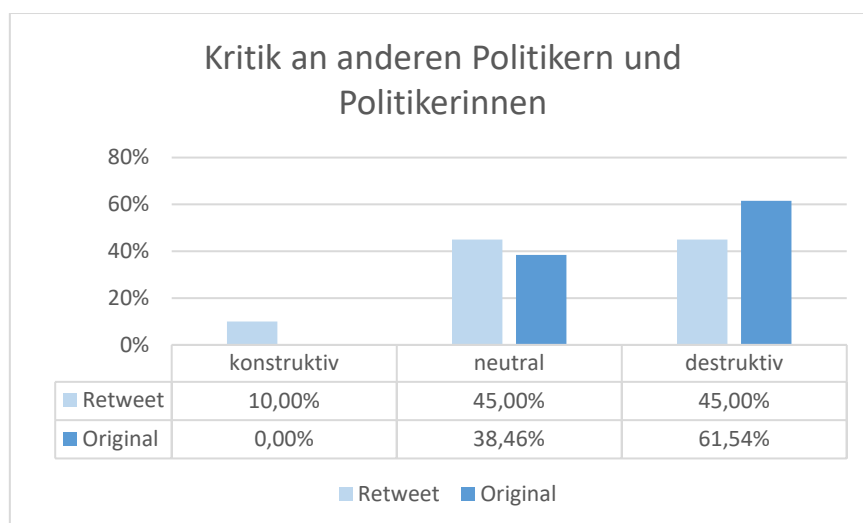


Abbildung 33: Diagramm, wie die AfD andere Politiker/-innen kritisiert

Freie Demokraten (FDP)

Wertung anderer Parteien

In den 116 Fällen der FDP wurden in 18 Fällen andere Parteien angesprochen. Davon wurden die anderen Parteien in 12 Fällen in Retweets und in 6 Fällen in eigenen Inhalten von der FDP erwähnt. Zu beachten ist, dass in einem Tweet auch mehrere Parteien angesprochen werden könnten. Diese werden jedoch nur zusammen in einer Variablen kodiert und bei der Wertung der Durchschnitt gebildet.

In Retweets wurde bei der Kumulierung der Ausprägungen „eher positiv“ und „äußerst positiv“ in 8,33 % der Fälle positiv über andere Parteien gesprochen. Werden die Ausprägungen „eher negativ“ und „äußerst negativ“ kumuliert, wurden in ca. 58 % der Tweets, in denen Parteien angesprochen wurden, im Durchschnitt negativ über mindestens eine Partei berichtet. Auf die gesamte Tweetzahl bezogen, wurden in ungefähr 6 % der Tweets getweetet und negativ über andere Parteien gesprochen oder berichtet.

In den eigenen Inhalten auf der Twitterseite der FDP wurde nicht einmal positiv über andere Parteien berichtet. In 33,33 % der originalen Tweets, in denen Parteien angesprochen wurden, wird negativ über andere Parteien geschrieben. Aber die extremen Ausprägungen „äußerst positiv und negativ“ tauchen nicht auf. Der größte Teil der Wertung anderer Parteien mit fast 67 % fiel auf die Ausprägung „neutral“. Dies kann dadurch zustande kommen, dass in den Tweets andere Parteien nicht auf- oder abgewertet wurden oder dass mehrere andere Parteien mit unterschiedlichen Wertungen angesprochen wurden und der Durchschnitt neutral ergab. Auf die komplette Tweetzahl bezogen tauchen in 1,72 % der Tweets originale Inhalte mit einer negativen Wertung für andere Parteien auf.

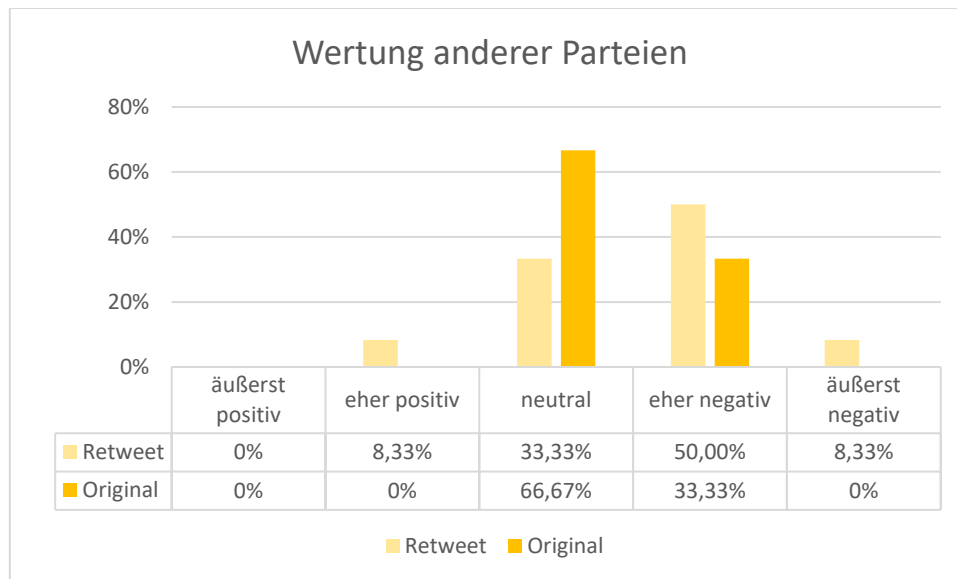


Abbildung 34: Diagramm, wie die FDP andere Parteien wertet

Wertung anderer Politiker/-innen

Die FDP hat in ihren 116 Tweets in 14 Tweets andere Politiker oder Politikerinnen angesprochen. Von den 14 Tweets tauchten die anderen Politiker/ -innen in 12 Fällen in Retweets und in 2 Fällen in den eigenen Tweets der FDP auf. Wie bei den Parteien ist auch hier zu beachten, dass der Durchschnitt gebildet wird, wenn in einem Tweet der FDP mehrere Politiker oder Politikerinnen anderer Parteien oder Nationen angesprochen werden.

In den Retweets wurden in 25 % der Tweets, in denen andere Politiker oder Politikerinnen angesprochen wurden, positiv über diese gesprochen, wenn die zwei positiven Ausprägungen „eher positiv“ und „äußerst positiv“ kumuliert werden. Werden die negativen Ausprägungen „eher negativ“ und „äußerst negativ“ kumuliert, wird in über 33 % der Retweets, in denen andere Politiker und Politikerinnen angesprochen werden, negativ über diese berichtet. Werden diese Ergebnisse in Relation zu der gesamten Tweetzahl gesetzt, wird in über 3 % der Tweets der FDP geretweetet und negativ über andere Politiker oder Politikerinnen gesprochen. Auffällig ist, dass die Zahlen der negativen und positiven Darstellung nur eine Differenz von ungefähr 8 % aufweisen.

Auf Seiten der eigenen Tweets taucht ein ganz anderes Bild der Wertung anderer Politiker und Politikerinnen auf. Durch die geringe Fallzahl ist das Ergebnis der Wertung anderer Politiker/-innen in den eigenen Inhalten der FDP so nicht zu gebrauchen, da es nicht repräsentabel wäre. In einer Stichprobe von 116 Tweets tauchen nur 2 Fälle auf, in denen in den eigenen Tweets

Politiker und Politikerinnen anderer Parteien und Nationen angesprochen werden. In den zwei Fällen, in denen andere Politiker/-innen in den eigenen Tweets angesprochen werden, bewertet die FDP diese entweder nicht oder es ist der Durchschnitt von der Wertung mehrerer Politiker/-innen gezogen worden.

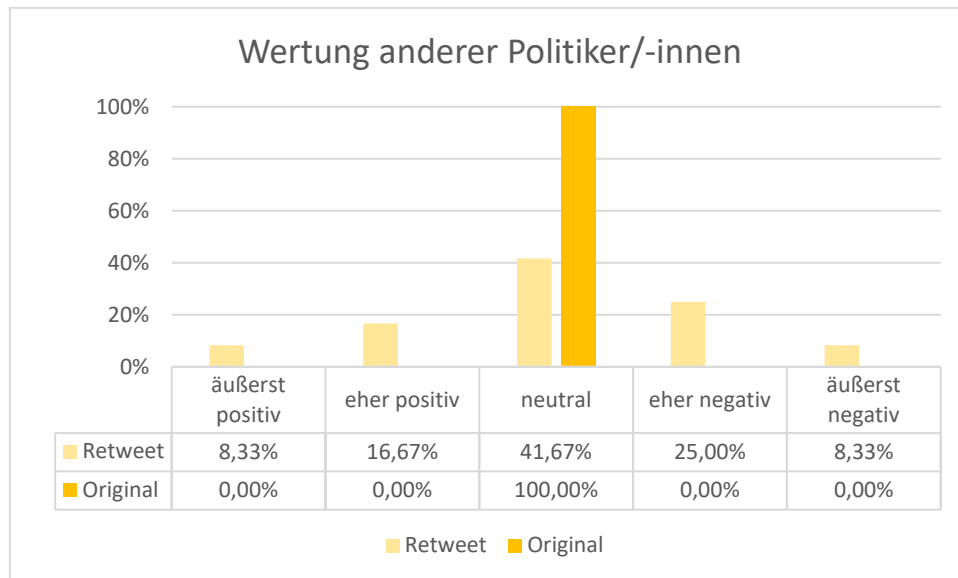


Abbildung 35: Diagramm, wie die FDP andere Politiker/-innen bewertet

Kritik an anderen Parteien

Bei der FDP wurden von den 18 Fällen, in denen andere Parteien erwähnt wurden, in 6 Tweets andere Parteien kritisiert. Das entspricht einem Drittel. Die 6 Tweets teilen sich in 3 Retweets und 3 eigene Tweets auf.

Bei den Retweets und eigenen Tweets führte die Einteilung der jeweils drei Fälle zu dem gleichen Ergebnis. In einem Drittel der Fälle werden die anderen Parteien konstruktiv kritisiert. Die anderen zwei Drittel der Kritik beschränken sich auf die Ausprägung neutral. Die Ausprägung neutral kommt durch die Durchschnittsbildung der Kritik von mehreren Parteien in einem Tweet zustande sowie durch keine richtig zuzuweisende Kritik. In keinem Tweet der FDP wird eine andere Partei destruktiv kritisiert.

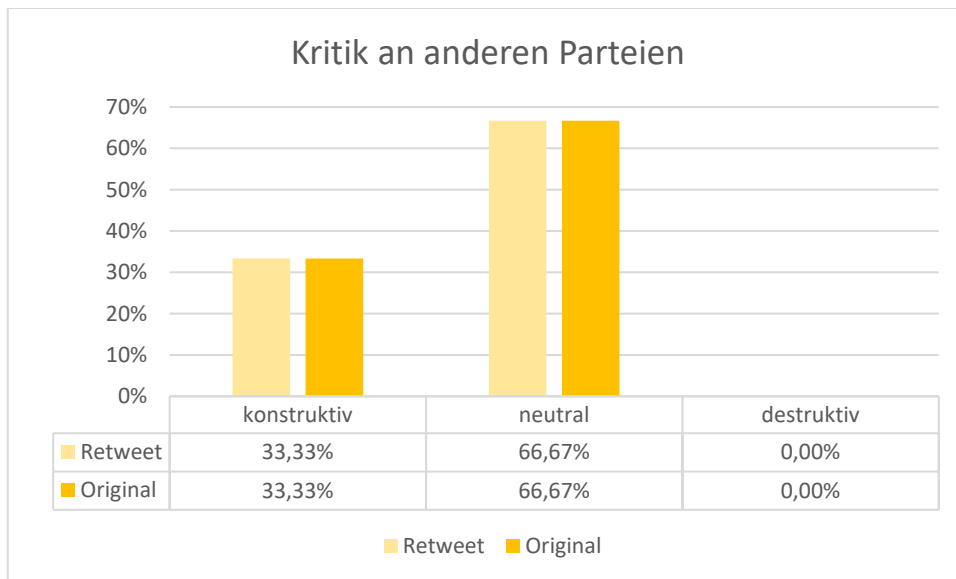


Abbildung 36: Diagramm, wie die FDP andere Parteien kritisiert

Kritik an anderen Politikern und Politikerinnen

Bei der FDP wurden von den 14 Fällen, in denen andere Politiker/-innen erwähnt wurden, in 3 Tweets andere Politiker und Politikerinnen kritisiert. Das entspricht 21,43 %. Die drei Tweets, in denen andere Politiker/-innen kritisiert wurden, sind ausschließlich Retweets. Das bedeutet, dass in keinem eigenen Tweet ein anderer Politiker oder eine andere Politikerin kritisiert wurde.

In den Retweets wurde in allen drei Retweets der Politiker oder die Politikerin neutral kritisiert. Die Ausprägung neutral kommt durch die Durchschnittsbildung der Kritik von mehreren Politikern und Politikerinnen in einem Tweet zustande sowie durch keine richtig zuzuweisende Kritik. In keinem Retweet der FDP wird ein anderer Politiker oder eine andere Politikerin konstruktiv oder destruktiv kritisiert.

Es ist erstaunlich, dass in nur drei Fällen der 116 Tweets der FDP Kritik gegenüber anderen Politikern und Politikerinnen geäußert wird. Aufgrund der geringen Fallzahl bei dieser Variablen lässt sich kein repräsentables Ergebnis erbringen. In Bezug zu der Gesamtzahl jedoch schon: In 2,59 % der gesamten Tweets wird Kritik an Politikern oder Politikerinnen geäußert.

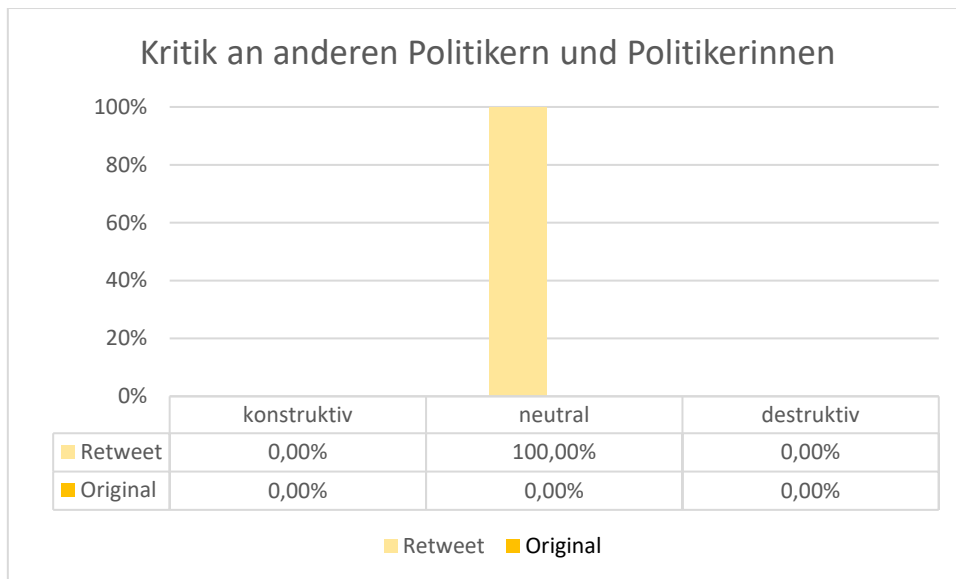


Abbildung 37: Diagramm, wie die FDP andere Politiker/-innen kritisiert

Zusammenfassung

Wertung anderer Parteien

In knapp 21 % der Tweets der AfD wird über andere Parteien gesprochen. In 13,91 % der 496 gesamten Tweets wird sogar negativ über sie berichtet. Werden die Ausprägungen „eher negativ“ und „äußerst negativ“ der Tweets der AfD kumuliert, wird in über 66 % der Tweets, in denen Parteien angesprochen werden auch negativ über sie berichtet.

Bei der FDP werden insgesamt in fast 16% der Tweets mindestens eine andere Partei angesprochen. In den 116 gesamten Tweets der FDP wird in 19 Fällen und damit in 7,76 % der Tweets negativ über andere Parteien geschrieben. Werden die negativen Ausprägungen kumuliert, enthält man den Wert 50 %. Das bedeutet in 50 % der Tweets, in denen andere Parteien auftauchen, wird auch negativ über sie berichtet.

Werden die Werte der AfD und FDP verglichen, wird deutlich, dass die Alternative für Deutschland sowohl mehr Tweets über andere Parteien verfasst, aber gleichzeitig auch negativer über diese berichtet als die Freien Demokraten.

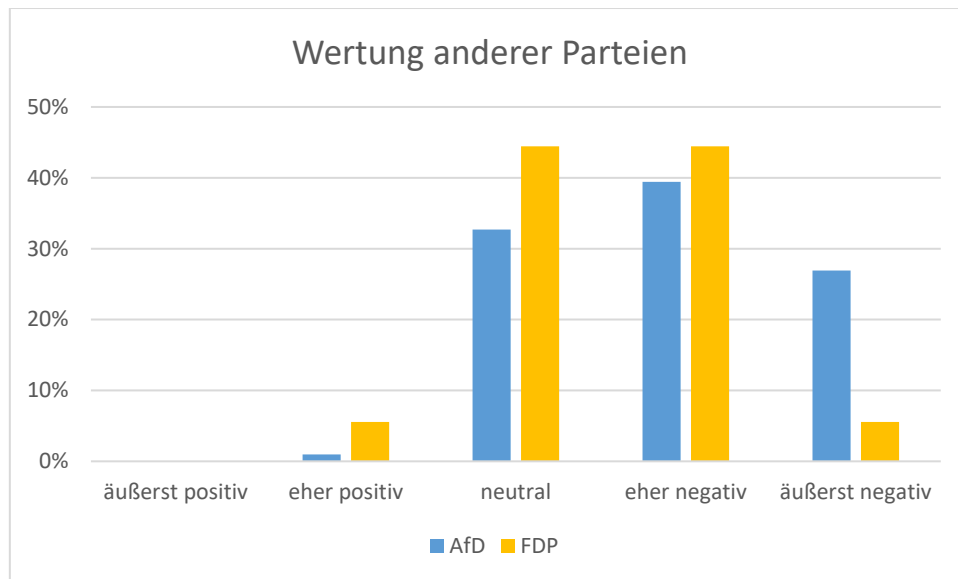


Abbildung 38: Diagramm, wie die AfD und FDP andere Parteien bezogen auf die Gesamtwerte bewerten

Wertung anderer Politiker/-innen

In fast 22 % der Tweets der AfD wird über andere Politiker/-innen gesprochen. Von den 496 Tweets werden die Politiker und Politikerinnen anderer Parteien und Nationen in fast 15 % der Tweets negativ dargestellt oder angegriffen. Bei der Kumulierung der Ausprägungen „eher negativ“ und „äußerst negativ“ werden in 67,59 % der Tweets, in denen andere Politiker/-innen angesprochen werden, auch negativ über diese geschrieben.

Bei der FDP werden in über 12 % der Fälle Politiker und Politikerinnen anderer Parteien und Nationen angesprochen. In der Gesamtzahl von 116 Tweets wird in 14 Fällen mindestens ein anderer Politiker oder eine andere Politikerin erwähnt. In 3,45 % der gesamten Tweets werden die anderen Politiker/-innen negativ dargestellt oder negativ über sie berichtet. Speziell ist jedoch, dass diese 3,45 % ausschließlich Retweets sind. Werden die negativen Ausprägungen kumuliert, wird in 28,57 % der Tweets, in denen die anderen Politiker und Politikerinnen angesprochen werden, negativ über sie berichtet. Da hier die Fallzahl bei der FDP so klein ist, kann das Ergebnis schnell verfälscht werden. Bei den eigenen Inhalten ist die Fallzahl nur 2 mit der 100 prozentigen Ausprägung „neutral“. Werden die Ergebnisse der Retweets und eigenen Inhalte zusammengerechnet verändert sich das Diagramm komplett, da nur die Retweets Ausprägungen nach oben und unten enthalten. Daher ist das Gesamtergebnis bei den Freien Demokraten mit Vorsicht zu betrachten.

Werden die Werte der AfD und FDP verglichen, fällt auf, dass die AfD Politiker und Politikerinnen anderer Parteien und Nationen negativer darstellt als die FDP. Dies ist auch der Fall, wenn nur die Retweets der beiden zu vergleichenden Parteien betrachtet werden.

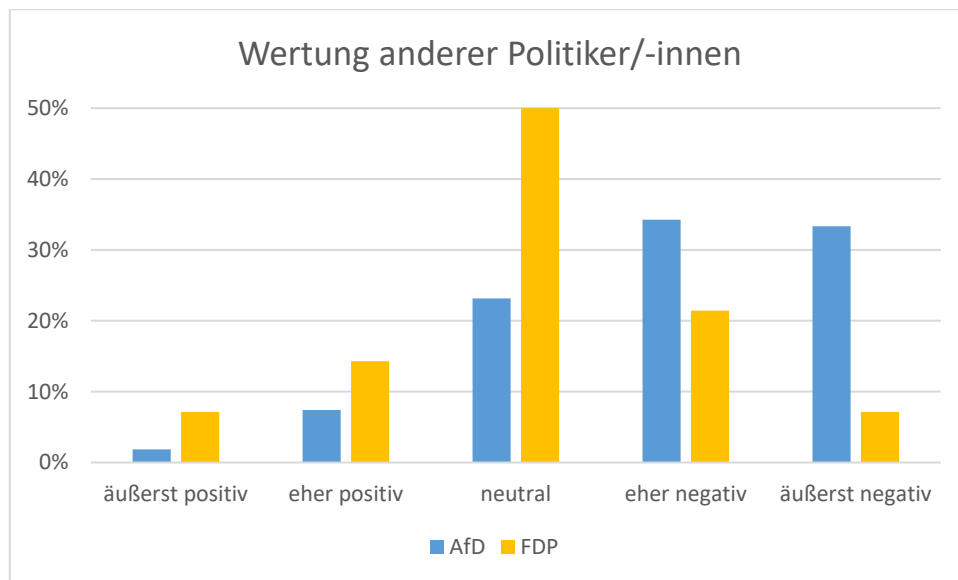


Abbildung 39: Wertung anderer Politiker/-innen von der AfD und FDP bezogen auf die Gesamtwerte

Kritik an anderen Parteien

Bei der AfD wurden von den 104 Tweets, in denen andere Parteien erwähnt wurden, in 45 Tweets auch Kritik an den Parteien ausgeübt. Das entspricht 43,27 %. Im Kontext der gesamten Tweets der AfD wird in über 9 % der Tweets Kritik an anderen Parteien ausgeübt.

Die AfD ist in allen Arten der Kritik vertreten. Am meisten kritisiert sie neutral, jedoch fällt ein Drittel der Kritik destruktiv aus. Nach der Definition vom Codebuch deutet destruktive Kritik auf die Fehler der Partei in einer gehässigen Sprache hin und oftmals bleibt es nicht nur beim Sachverhalt.

Bei der FDP wurden von den 18 Fällen, in denen andere Parteien erwähnt wurden, in 6 Tweets andere Parteien kritisiert. Das entspricht einem Drittel. Bezogen auf die Gesamttweetzahl kritisiert die FDP in 5,17 % der Fälle.

Die FDP kritisiert in ein Drittel der Fälle konstruktiv und in zwei Drittel der Fälle konstruktiv. Das bedeutet, dass die FDP den Sachverhalt neutral darstellt und Verbesserungsvorschläge für das Problem, alternative Lösungsmöglichkeiten anbringt, die zu dem Parteiprogramm der FDP passen. So stellt die FDP ihre Inhalte den Tweepetern vor und versucht sich bei den anderen Parteien ein Gehör zu verschaffen.

Zusammengefasst lässt sich sagen, dass die AfD gegenüber der FDP mehr kritisiert. Die Kritik fällt bei der AfD jedoch häufig eher destruktiv aus; während die Kritik bei der FDP eher von konstruktivem Ursprung ist.

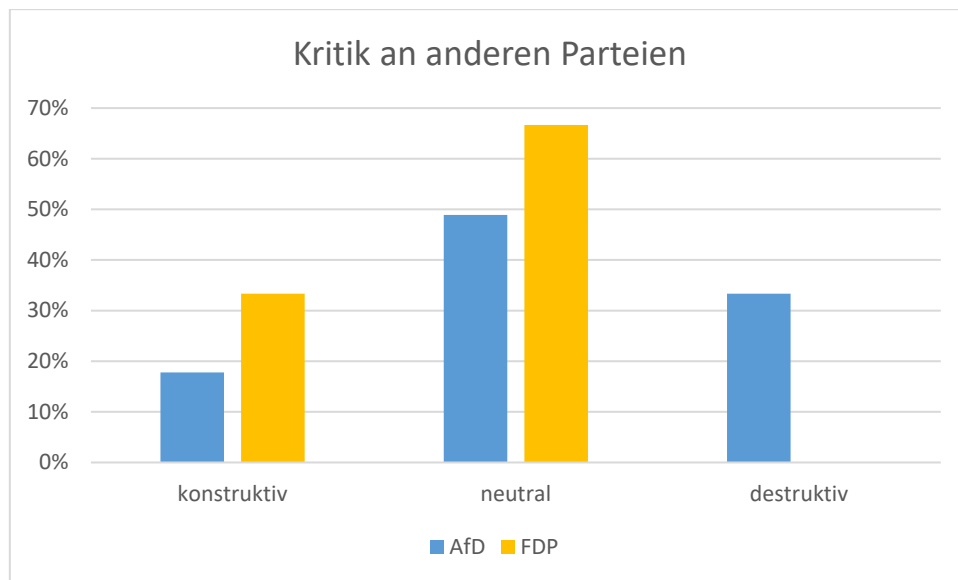


Abbildung 40: Diagramm, wie die AfD und FDP andere Parteien bezogen auf die Gesamtwerte kritisieren

Kritik an anderen Politikern und Politikerinnen

Bei der AfD wurden von den 108 Tweets, in denen andere Politiker und Politikerinnen erwähnt wurden, in 52 Tweets auch Kritik an den Politikern/-innen ausgeübt. Das entspricht 48,15 %. In Bezug auf die gesamte Tweetzahl führt die AfD in circa 10,5 % der Tweets Politikern und Politikerinnen an und kritisiert diese. Dabei fällt die Kritik am Häufigsten destruktiv aus. In über 49 % der Tweets, in denen Politiker und Politikerinnen angesprochen werden, werden diese destruktiv kritisiert. Nach der Definition vom Codebuch deutet destruktive Kritik auf die Fehler der Politiker/-innen in einer gehässigen Sprache hin und oftmals bleibt es nicht nur beim Sachverhalt, sondern Politiker/-innen werden persönlich in den Tweets angegriffen.

Bei der FDP wurden von den 14 Fällen, in denen andere Politiker/-innen erwähnt wurden, in 3 Tweets andere Politiker und Politikerinnen kritisiert. Das entspricht 21,43 %. Auf den gesamten Tweetkontext bezogen, werden die Politiker und Politikerinnen in 2,59% der Tweets angesprochen und kritisiert. Bei der FDP fällt die Kritik an anderen Politikern und Politikerinnen neutral aus. Die Ausprägung neutral kommt durch die Durchschnittsbildung der Kritik von mehreren Parteien in einem Tweet zustande sowie durch keine richtig zuzuweisende Kritik.

Außerdem ist zu erwähnen, dass in den eigenen Inhalten der FDP keine Kritik gegenüber anderen Politikern und Politikerinnen ausgeübt wurde.

Zusammengefasst lässt sich sagen, dass die AfD mit 7,9 % mehr Kritik an Politikern und Politikerinnen anderer Parteien und Nationen in ihren Tweets ausübt als die FDP. Gleichzeitig ist zu betonen, dass die AfD in ihren Tweets, in denen die anderen Politiker/-innen angesprochen werden, in fast der Hälfte der Fälle diese destruktiv kritisiert; während die FDP sich keine richtige Kritik über die Politikerinnen und Politiker erlaubt.

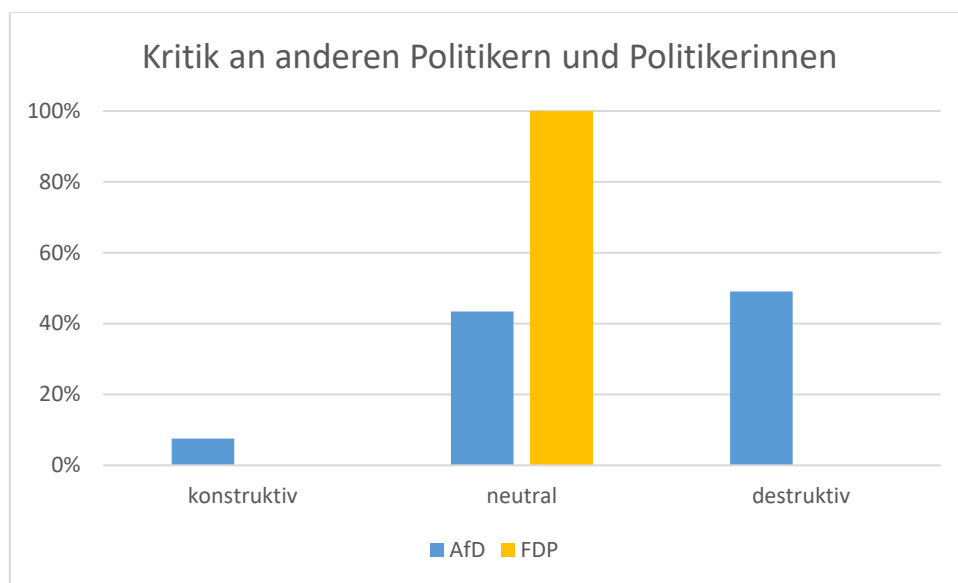


Abbildung 41: Kritik anderen Politikern/-innen von der AfD und FDP bezogen auf die Gesamtwerte

Werden die Variablen „Wertung anderer Parteien“ und „Wertung anderer Politiker“ zusammen betrachtet, fällt auf, dass die AfD die Politiker und Politikerinnen anderer Nationen und Parteien sowie andere Parteien negativer darstellt und negativer über sie berichtet als die FDP.

Wird die Kritik an Parteien und Politikern im Zeitraum vom 19. September bis 20. Oktober 2018 zusammengefasst betrachtet, fällt auf, dass die AfD sowohl bei der Kritik an den Parteien als auch bei der Kritik an den Politikern/-innen eher destruktiv kritisiert. Die FDP setzt bei Kritik eher auf den konstruktiven Pfad. Gleichzeitig übt die AfD in mehr Tweets Kritik an den Parteien und Politikern/-innen aus als die FDP.

Die vorangenommene Annahme, dass die AfD negativer und kritischer gegenüber anderen Parteien und Politikern/-innen ist als die FDP, ist damit wahr. Die Hypothese 4 ist bestätigt.

Hypothese 5

Mit der Hypothese 5 soll untersucht werden, wie Angela Merkel von der AfD und FDP in den jeweiligen Tweets angesprochen wird, welche Einstellung die Parteien gegenüber der Kanzlerin haben und wie sie ihre Entscheidungen und Handlungen bewerten. Möglicherweise können mit Hilfe der Person Angela Merkel als Bundeskanzlerin Rückschlüsse auf die Regierung geschlossen werden. Es wird die Annahme getroffen, dass die AfD die Bundeskanzlerin negativer und kritischer darstellt als die FDP.

Um dieser Annahme auf den Grund zu gehen, wird die Hypothese in die drei Variablen „Erwähnung von Handlungen und Entscheidungen der Person Angela Merkel“, „Darstellung/Wertung der Kanzlerin“ und „Kritik an der Kanzlerin“ unterteilt.

In der ersten Variablen wird festgelegt, ob die Person Angela Merkel in den Tweets auftaucht. Anhand von drei Ausprägungen soll die Erwähnung der Kanzlerin eingeordnet werden. Entweder sie wird erwähnt, sie wird direkt angesprochen oder sie wird erwähnt, aber ohne Relevanz. Nur wenn die Kanzlerin im Tweet direkt angesprochen wird, werden die nächsten zwei Variablen zu Wertung und Kritik kodiert.

Bei der Wertung und Darstellung von Angela Merkel wird geschaut, wie die Beziehung vom Tweeter zur Bundeskanzlerin ist und wie sie dargestellt wird. Die Wertung der Darstellung der Kanzlerin wird anhand von fünf Ausprägungen vollzogen. Angefangen mit äußerst positiv und eher positiv über neutral bis hin zu eher negativ und äußerst negativ. Diese Rangskala soll aufzeigen, wie die Parteien AfD und FDP zu Angela Merkel stehen. Als positiv wird das Loben der Kanzlerin bezeichnet und als negativ wird definiert, dass die Kanzlerin fehlerhaft und voreilig handelt oder uneinsichtig ist.

Bei der Kritik an der Kanzlerin wird geschaut, wie die Parteien AfD und FDP ihre Handlungsweisen und Entscheidungen sowie sie selbst als Person finden. Die Einordnung soll anhand von drei Ausprägungen geschehen: Konstruktiv, neutral und destruktiv. Als konstruktiv wird Kritik bezeichnet, die den Sachverhalt darstellt, auf Fehler hinweist und Verbesserungsvorschläge anbringt. Als destruktiv wird im Codebuch Kritik definiert, die auf Fehler in einer gehässigen Sprache und Spott hinweist. Dabei kann es oftmals passieren, dass die Kritiker den Rahmen des Sachverhalts sprengen und mitunter die Person selbst angreifen.

Bei der Variablen Erwähnung der Kanzlerin wird die Ausprägung „werden nicht erwähnt“ und „wird erwähnt, aber nicht von Relevanz“ aus der Auswertung ausgeschlossen, da diese nicht relevant ist und bei der Auswertung nur zu Nullwerten führen würde, da die Felder der Wertung und Kritik nicht ausgefüllt werden durften, wenn die Kanzlerin nicht angesprochen bzw. erwähnt wurde.

Alternative für Deutschland (AfD)

Wertung der Kanzlerin

In 48 Fällen der 496 Gesamttweets der AfD wird Angela Merkel direkt adressiert und in acht Fällen wird sie erwähnt, aber nicht von Relevanz, weshalb diese Werte auch nicht mit in die Auswertung einbezogen werden. Die 48 Fälle teilen sich in 45 Retweets und 3 eigene Tweets auf.

Werden die Ausprägungen „eher negativ und „äußerst negativ“ kumuliert, wird Angela Merkel in 95,56 % der Retweets, in denen sie direkt erwähnt wird, negativ dargestellt. Die restlichen 4,44 % wird sie neutral gewertet. Das bedeutet, dass die Parteimitglieder der AfD und die verwandten Twitterseiten der AfD keine gute Beziehung zu Angela Merkel haben, da sie sie sonst nicht so negativ darstellen würden. Die Beziehung kann sowohl zur Person als auch zu ihrer Handlungsweise und Entscheidungen begründet sein. Obwohl es in der Politik eigentlich eher um die Handlungsweise und die Entscheidung geht, von denen sie als Bundeskanzlerin sehr viel Entscheidungsbefugnis hat. Gleichzeitig werden Regierungsentscheidungen oftmals an ihr festgemacht und geschaut, wie das vorgesezte Ziel und Programm der Regierungsparteien umgesetzt wird. Oftmals ist sie das Aushängeschild der Regierung.

In den eigenen Tweets taucht nur eine Ausprägung auf. In den drei eigenen Tweets der AfD, in denen sie direkt adressiert wird, wird sie ausschließlich äußerst negativ bewertet. Das heißt, dass die AfD eine negative Einstellung gegenüber Angela Merkel und ihren Handlungsweisen und Entscheidungen hat. Ein Grund dafür ist, dass sie in einer sehr hohen Machtposition ist und gleichzeitig das Aushängeschild der Regierung ist, wohingegen die AfD mit zur Opposition gehört. Oder dass sich ihre Ansichten und Programm als Partei nicht mit den Zielen von Angela Merkel sowie dem Programm der CDU decken.

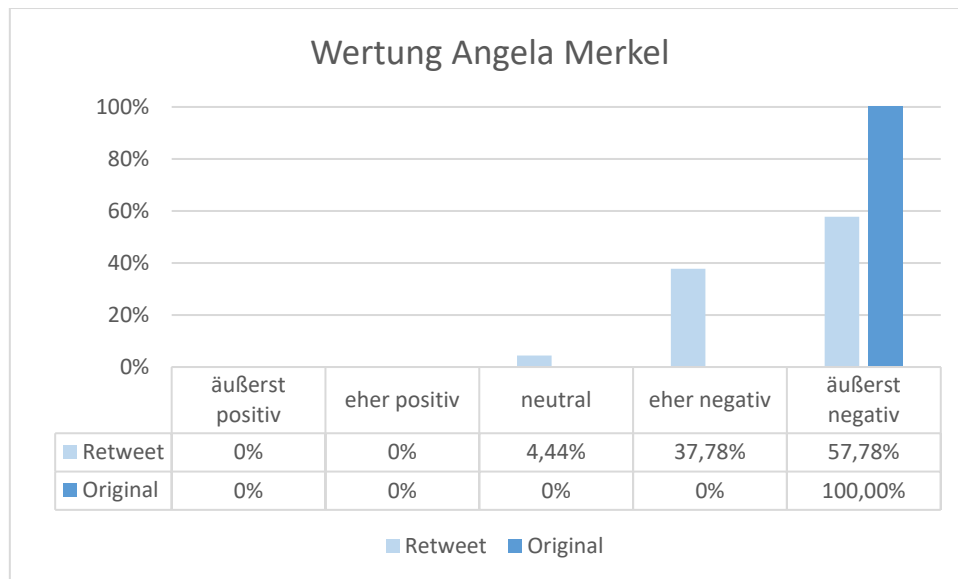


Abbildung 42: Wertung der Kanzlerin Angela Merkel von der AfD

Kritik an Angela Merkel

Die Aufteilung der Fälle ist dieselbe wie die der Wertung, da beide Variablen kodiert werden mussten, wenn Angela Merkel direkt adressiert wird.

In den Retweets, in denen sie direkt angesprochen wird, wird Angela Merkel zu 2,22 % konstruktiv, zu 53,33 % neutral und zu 44,44 % destruktiv kritisiert. Die Ausprägung neutral kommt durch die Durchschnittsbewertung mehrerer Kritiken Angela Merkels sowie durch keine Kritik zustande.

Prof. Dr. Jörg Meuthen tweetet am 8. Oktober auf seinem Twitterkanal:

„Ihr Vorgänger Schröder hatte seinerseits prophezeit: Sie kann es nicht. Eine der wenigen Aussagen, bei denen ich dem heutigen Gasmann Gerd uneingeschränkt zustimmen muss. Sie kann es nämlich wirklich nicht. Sie kann es gar nicht.“

Dieser Tweettext entstand im Zusammenhang mit der Amtszeit der Kanzlerin. Zu dem Zeitpunkt hat sie eine Begrenzung ihrer Amtszeit strikt abgelehnt, so heißt es in dem Bild in dem Tweet.

In den drei eigenen Tweets der AfD wird die Bundeskanzlerin nur destruktiv kritisiert. Als destruktiv wird per Definition aus dem Codebuch das Hinweisen auf Fehler mit einem gehässigen

Unterton verstanden. Dabei kann es oftmals passieren, dass die Kritiker den Rahmen des Sachverhalts sprengen und mitunter die Person selbst angreifen.

Die Alternative für Deutschland tweete am 26. September im Rahmen des Diesel-Skandals:

„++#Diesel-Umrüstung: Jetzt sollen ausgerechnet die Verbraucher die Zeche zahlen!++ Politik á la Merkel: Erst Grenzwerte künstlich herabsetzen, der Automobil-Industrie den schwarzen Peter zuschieben und dann die Bürger zur Kasse bitten!“

Dies ist eine klare destruktive Kritik an Angela Merkel von der Alternativen für Deutschland. Die Kritik mit ihrem gehässigen Unterton zielt darauf ab Unruhe zu stiften und zu provozieren.

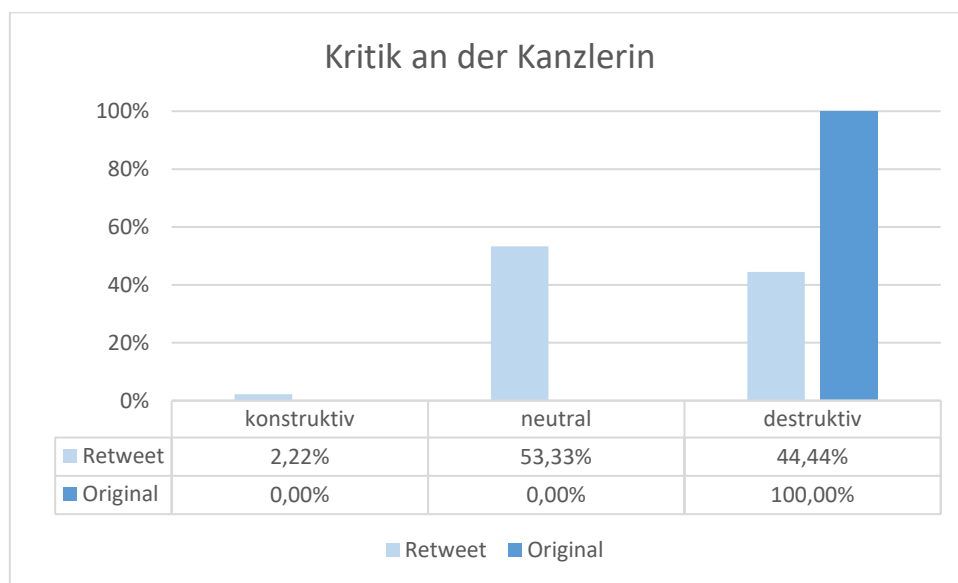


Abbildung 43: Kritik an der Kanzlerin von der AfD

Freie Demokraten (FDP)

Wertung der Kanzlerin

In 8 Fällen der 116 Gesamttweets der FDP wird Angela Merkel direkt adressiert. Die 8 Fälle teilen sich in 5 Retweets und 3 eigene Tweets auf.

In den Retweets wird die Kanzlerin in 60 % der Tweets, in denen Angela Merkel direkt adressiert wird, äußerst negativ dargestellt. In den restlichen 40 % wird sie neutral gewertet. Die Ausprägung neutral kommt durch die Durchschnittswertung mehrerer Wertung Angela Merkels zustande oder durch keine klare Meinung bezüglich der Kanzlerin.

In den eigenen Tweets, in denen sie angesprochen wird, wird Angela Merkel nur negativ dargestellt. In zwei Drittel der Tweets wird sie eher negativ bewertet und in einem Drittel äußerst

negativ. Das bedeutet, dass die FDP keine gute Einstellung gegenüber Angela Merkel hat und ihren Handlungsweisen und Entscheidungen nicht zustimmt bzw. einen anderen Kurs einschlagen würden, wenn sie in der Position der Bundeskanzlerin bzw. der Regierung wären. Trotzdem ist auch hier zu beachten, dass es sich nur um acht Tweets handelt, die Angela Merkel ansprechen und so kein komplettes repräsentatives Meinungsbild der FDP über Angela Merkel dargestellt werden kann.

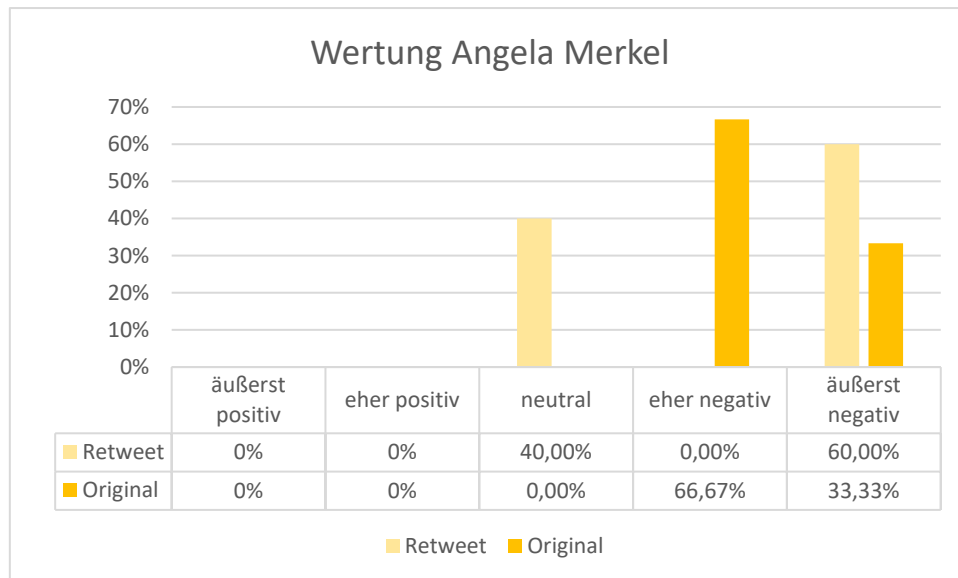


Abbildung 44: Wertung der Kanzlerin Angela Merkel von der FDP

Kritik an Angela Merkel

Die Aufteilung der Fälle ist dieselbe wie die der Wertung, da beide Variablen Wertung und Kritik kodiert werden mussten, wenn Angela Merkel direkt adressiert wird.

In den Retweets kommen alle Arten der Kritik vor. Die Kritik an Angela Merkel wird in den Retweets, in den sie direkt angesprochen wird, zu 20 % konstruktiv, zu 60 % neutral und zu 20 % destruktiv ausgeübt. Die Ausprägung neutral kommt durch die Durchschnittsbewertung mehrerer Kritiken Angela Merkels sowie durch keine Kritik zustande.

In einem Drittel der eigenen Tweets, in denen sie direkt angesprochen wird, wird Angela Merkel konstruktiv kritisiert. In dem anderen zwei Drittel wird sie neutral kritisiert.

Die FDP tweete am 26. September nach der Abwahl Kauders:

„#Vertrauensfrage: Die Abwahl #Kauders ist der Beleg, dass die Autorität von Kanzlerin Merkel mit enormen Tempo erodiert. Ich glaube, dass Merkel gut beraten wäre, die Vertrauensfrage zu stellen, um wieder Führung zu erreichen und Stabilität herzustellen, so @c_lindner.“

In diesem Beispiel wird deutlich, dass Angela Merkel konstruktiv kritisiert wird. Der Sachverhalt wird klar dargestellt und als Verbesserungsvorschlag führt Christian Lindner an die Vertrauensfrage zu stellen, um wieder mehr Stabilität in der Regierung zu erreichen.

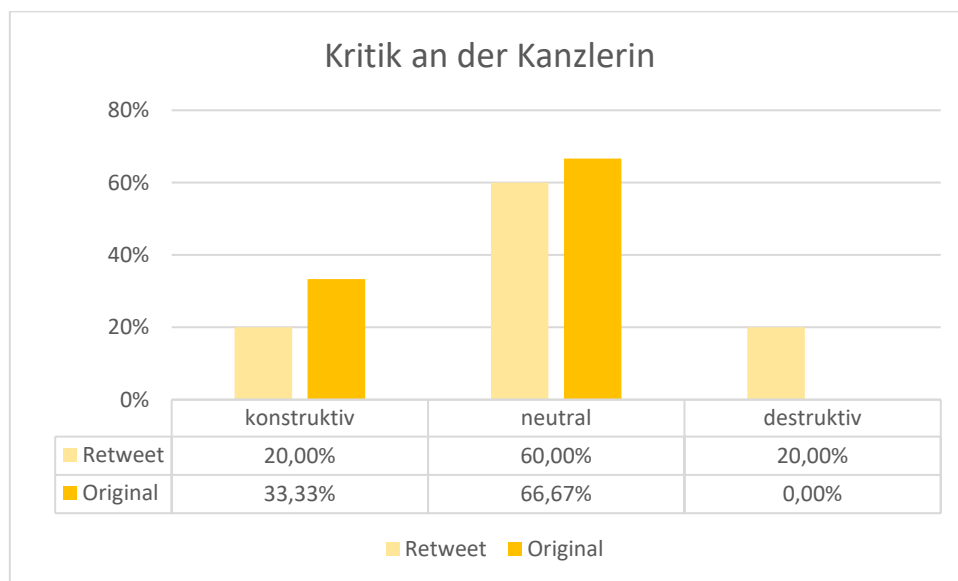


Abbildung 45: Kritik an der Kanzlerin Angela Merkel von der FDP

Zusammenfassung

In 48 Fällen wird Angela Merkel in den Tweets der AfD direkt adressiert. Im gesamten Tweetkontext bedeutet das, dass fast 10 % der Tweets auf der Twitterseite der AfD Angela Merkel adressieren.

Die AfD stellt Angela Merkel in fast 96 % der Tweets, in denen sie angesprochen wird, negativ dar. Das bedeutet, dass die AfD eine negative Einstellung gegenüber Angela Merkel und ihren Handlungsweisen und Entscheidungen hat. Ein Grund könnte die hohe Machtposition sein, die sie innehat und dass sie für viele Aushängeschild der Regierung ist, wohingegen die AfD der Opposition angehört. Genauso gut kann es aber auch sein, dass sich ihre Ansichten und Programm der AfD nicht mit den Zielen von Angela Merkel sowie dem Programm der CDU decken.

In den restlichen circa 4 % wird sie neutral gewertet. Die Ausprägung neutral kommt durch die Durchschnittswertung mehrerer Wertung Angela Merkels oder durch keine klare Meinung bezüglich der Kanzlerin zustande.

In 8 Fällen wird Angela Merkel in den Tweets der FDP direkt adressiert. Im gesamten Tweetkontext bedeutet das, dass fast 7 % der Tweets auf der Twitterseite der FDP Angela Merkel adressieren.

Die FDP stellt Angela Merkel in 75 % der Tweets, in denen sie angesprochen wird, negativ dar. Das bedeutet, dass die FDP keine gute Einstellung gegenüber Angela Merkel hat und ihren Handlungsweisen und Entscheidungen nicht zustimmt bzw. einen anderen Kurs einschlagen würden, wenn sie in der Position der Bundeskanzlerin bzw. der Regierung wären. In den restlichen 25 % wird Angela Merkel neutral dargestellt.

Insgesamt zeigt sich, dass beide Parteien eine negative Einstellung gegenüber Angela Merkel haben, da sie diese in ihren Tweets größtenteils negativ darstellen. Betrachtet man die Werte genauer, wird deutlich, dass die AfD in noch mehr Tweets eine negative Einstellung zu Angela Merkel hat als die FDP.

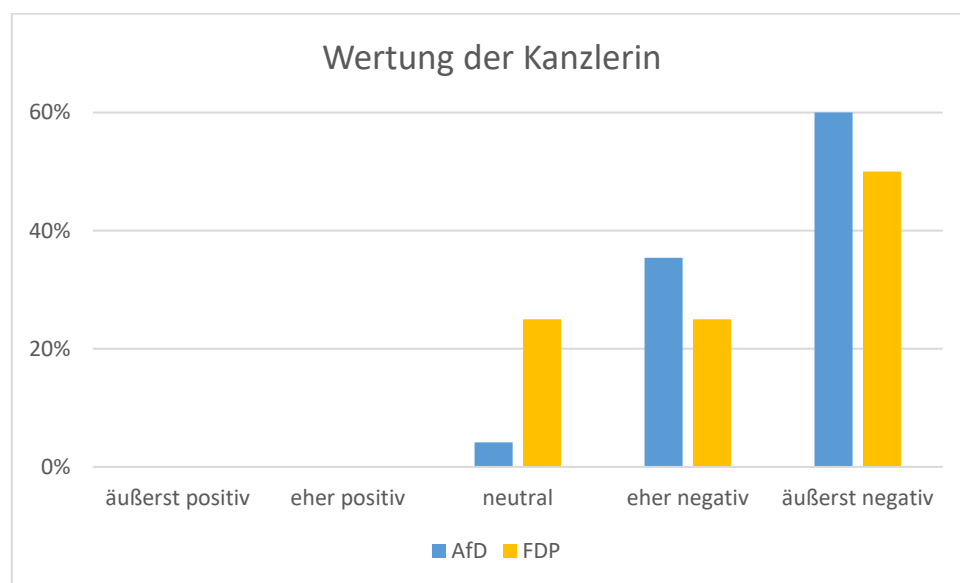


Abbildung 46: Wertung von Angela Merkel von der AfD und FDP

Die AfD kritisiert die Bundeskanzlerin Angela Merkel zum größten Teil neutral und destruktiv. Die Kanzlerin wird in den Tweets, in denen sie direkt angesprochen wird, zu 50 % neutral, zu ca. 48 % destruktiv und zu knapp über 2 % konstruktiv kritisiert.

Die FDP kritisiert die Bundeskanzlerin am Häufigsten neutral. Die Ausprägung neutral kommt durch die Durchschnittsbewertung mehrerer Kritiken Angela Merkels sowie durch keine Kritik zustande. Die Kanzlerin wird in den Tweets, in denen sie direkt angesprochen wird, zu 62,50 % neutral, zu 12,5 % destruktiv und zu 25 % konstruktiv kritisiert.

Zusammengefasst lässt sich sagen, dass die AfD die Kanzlerin Angela Merkel eher destruktiv und die FDP die Kanzlerin eher konstruktiv kritisiert. Trotzdem haben beide Parteien den größten Teil der Kritik bei der Ausprägung neutral, was darauf schließen lässt, dass die Parteien Angela Merkel in den dortigen Tweets nicht kritisiert haben.

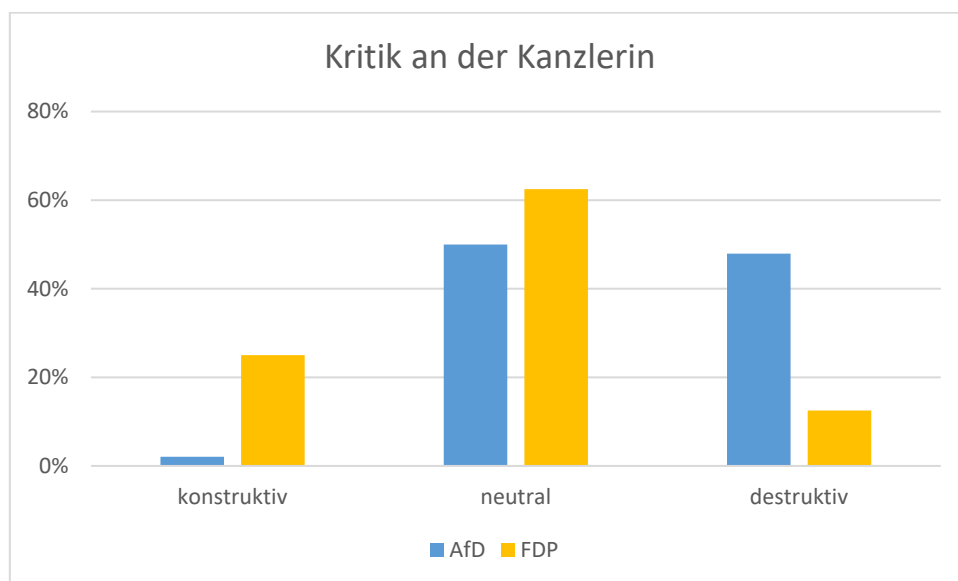


Abbildung 47: Kritik an der Kanzlerin Angela Merkel von der AfD und FDP

Die AfD spricht in 10 % ihrer gesamten Tweets Angela Merkel an; während es bei der FDP nur 7 % sind. Beide Parteien haben eine eher negative Einstellung gegenüber der Kanzlerin, wobei die AfD in 96 % der Tweets, in denen Angela Merkel angesprochen wird diese negativ darstellt. Bei der FDP sind es 75 %. Die AfD hat eine negativere Einstellung zu Angela Merkel sowie ihren Handlungsweisen und Entscheidungen.

Die AfD kritisiert die Bundeskanzlerin eher destruktiv; während die FDP eher konstruktive Kritik ausübt. Wer von den Parteien jetzt jedoch kritischer ist, kann nicht richtig beurteilt werden, da sowohl die destruktive Kritik als auch die konstruktive Kritik an sich Kritik ist. Deshalb wird die Ausprägung „neutral“ aus der Rechnung herausgerechnet, da die Ausprägung darauf schließen lässt, dass die Parteien Angela Merkel in den dortigen Tweets nicht kritisiert haben.

Damit würde Angela Merkel in 4,84 % der Tweets der AfD und in 2,59 % der Tweets der FDP kritisiert werden, weshalb die AfD kritischer ist als die FDP.

Insgesamt lässt sich sagen, dass die AfD negativer und kritischer gegenüber Angela Merkel ist als die FDP. Jedoch ist die FDP in ihrer Kritik eher konstruktiv und die AfD eher destruktiv. Die Hypothese 5 ist bestätigt.

Hypothese 6

In Hypothese 6 wird untersucht, wie die Parteien politische Themen in ihren Tweets behandeln. Als Erstes wurde festgelegt, ob es sich um ein konkretes oder ein allgemeines politisches Thema handelt. Es wurde betrachtet ob die Tweets lösungsorientiert verfasst worden sind, also ob Lösungsvorschläge beziehungsweise Alternativen aufgezeigt wurden. Es wird geprüft ob der Tweet möglicherweise nicht lösungsorientiert ist und das politische Thema nur oberflächlich behandelt wurde. Untersucht wurde auch ob ein Tweet vorwurfsvoll formuliert worden ist. Das heißt, dass der bisherige Umgang mit dem Thema kritisiert wurde, oder sogar Personen/Parteien Vorwürfe für die Behandlung des Themas gemacht wurden. Betrachtet wurde außerdem, ob die Tweets unruhestiftend sind, oder ob Rezipienten durch die Tweets beunruhigt und erregt werden sollen.

Es wird davon ausgegangen, dass sie Tweets der FDP lösungsorientierter sind als die der AfD. Vorwurfsvolle und unruhestiftende Formulierungen in Tweets werden eher bei der AfD als bei der FDP erwartet.

Ausgewertet wurde mit Hilfe der Variablen „Politisches Thema“, „Umgang Politisches Thema“, „Themenauslage“ und „Tweetwirkung“.

Die nominale Variable „Politisches Thema“ beinhaltet 3 Kategorien. Zur Auswahl standen ein konkretes politisches Thema, ein allgemeines politisches Thema oder ein anderes Thema. Ein konkretes politisches Thema ist beispielsweise die Flüchtlingspolitik. Die Landtagswahlen sind ein Beispiel für ein allgemeines politisches Thema. Wurde in dieser Variable „anderes Thema“ kodiert, sind die beiden anderen Variablen nicht von Bedeutung. Die Variable gibt aus, ob es sich um ein politisches Thema handelt.

Die ordinale Variable „Umgang Politisches Thema“ hat 3 Kategorien zur Auswahl. Es konnte kodiert werden, dass etwas lösungsorientiert, neutral oder nicht lösungsorientiert ist. Lösungsorientiert ist, wenn zu einem allgemeinen oder konkreten politischen Thema eine alternative Strategie oder Umgangsform vorgeschlagen wird. Nicht lösungsorientiert wurden Tweets kodiert die lediglich ein politisches Problem aufzeigen, ohne einen Lösungsvorschlag einzubringen.

Die ordinale Variable „Themenauslage“ besteht aus 3 Kategorien. Zur Auswahl standen vorwurfsvoll, neutral und nicht vorwurfsvoll. Als vorwurfsvoll gilt ein Tweet, wenn der Umgang mit dem politischen Thema kritisiert wird. Mögliche negative Folgen werden auf die derzeitigen „falschen“ Handlungen bezüglich des Themas zurückgeführt. Nicht vorwurfsvoll sind Tweets die ein politisches Thema wiedergeben, ohne dabei verantwortliche Handlungen oder Personen zu suchen.

Die ordinale Variable „Tweetwirkung“ hat drei Kategorien zur Auswahl. Kodiert werden konnte, dass ein Tweet entweder unruhestiftend, neutral oder nicht unruhestiftend wirkt. Als unruhestiftend gilt ein Tweet der besonders die Emotionen der Rezipienten ansprechen soll. Ängste werden angesprochen und möglicherweise verstärkt. Wut und Unsicherheit sollen mit negativen Aussagen entfacht werden. Nicht unruhestiftend sind Tweets die eher sachlich formuliert worden sind, ohne dabei allzu emotional zu werden.

Die Variablen „Umgang Politisches Thema“, „Tweetwirkung“ und „Themenauslage“ wurden nur hinzugezogen, wenn in der Variablen „Politisches Thema“ ein allgemeines oder konkretes politisches Thema kodiert worden ist.

[Alternative für Deutschland \(AfD\)](#)

Umgang mit dem politischen Thema

Als Erstes wird betrachtet wie oft politische Themen in Tweets behandelt werden. In 230 Tweets der AfD wurden konkrete politische Themen angesprochen. Allgemeine politische Themen waren in 192 Tweets zu finden. Das heißt in 46 % ihrer 496 Tweets wurde ein konkretes politisches Thema angesprochen. In 39 % war es ein allgemeines politisches Thema und in 15 % der Tweets ein anderes Thema.

Betrachtet man Retweets und originale Tweets, ist kein großer Unterschied zu erkennen. Es ergibt sich, dass in 85 % der Retweets allgemeine oder konkrete politische Themen angesprochen werden. In den originalen Tweets sind es 86 %.

Als nächstes wird der Umgang mit dem politischen Thema betrachtet. Als nicht lösungsorientiert gelten 112 der Tweets. Darunter befinden sich 93 konkrete politische Themen und 20 allgemeine politische Themen.

Als lösungsorientiert wurden 89 Tweets kodiert. 62 davon beziehen sich auf konkrete, 27 auf allgemeine politische Themen.

In 221 Tweets wurde das politische Thema als neutral kodiert. 76 beziehen sich auf konkrete Themen. 145 allgemeine Themen wurden als neutral kodiert.

Von den insgesamt 422 konkreten und allgemeinen politischen Themen wurden 27 % als nicht lösungsorientiert, 52 % als neutral und 21 % als lösungsorientiert kodiert. Darunter sind 319 Retweets und 103 originale Tweets. Von den Retweets gelten 74 als nicht lösungsorientiert, 175 als neutral und 70 als lösungsorientiert. Unter den originalen Tweets befinden sich 38 nicht lösungsorientierte, 46 neutrale und 19 lösungsorientierte Tweets.

Themenauslage

Insgesamt, mit Retweets und Originalen, hat die AfD 208 vorwurfsvolle, 135 neutrale und 79 nicht vorwurfsvolle Tweets. Damit sind 49 % ihrer Tweets vorwurfsvoll. 32 % sind neutral und 19 % nicht vorwurfsvoll.

In ihren Retweets sind 158 vorwurfsvoll, 113 neutral und 48 nicht vorwurfsvoll. In den Retweets der AfD sind 50 % vorwurfsvoll. 35 % sind neutral und nur 15 % nicht vorwurfsvoll.

Originale Tweets der AfD beinhalten 50 vorwurfsvolle, 22 neutrale und 31 nicht vorwurfsvolle Tweets. Das heißt, 49 % sind vorwurfsvoll, 21 % neutral und 30 % nicht vorwurfsvoll.

Tweetwirkung

Insgesamt wurden 144 Tweets als nicht unruhestiftend kodiert, 190 als neutral und 88 als unruhestiftend. Damit sind 34 % nicht unruhestiftend, 45 % neutral und 21 % unruhestiftend.

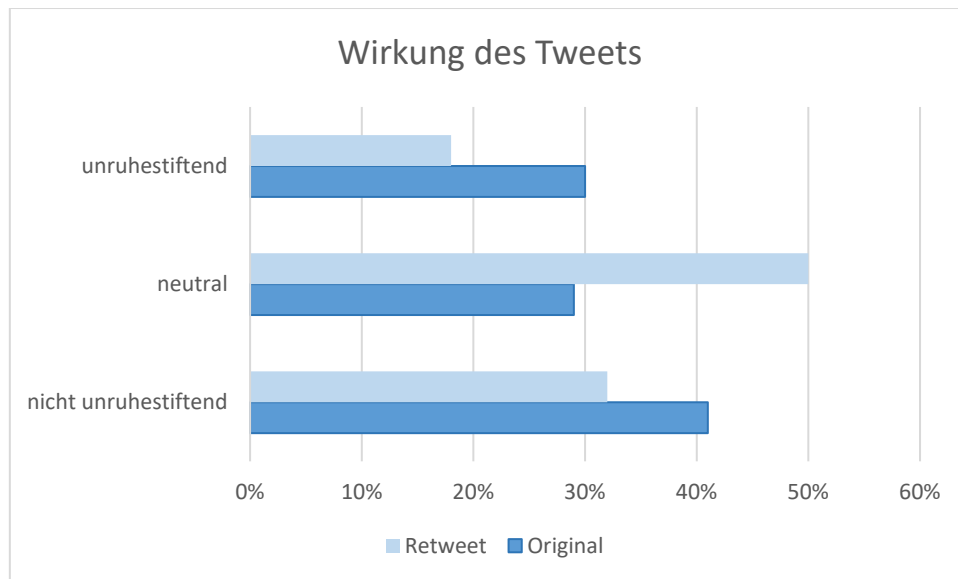


Abbildung 48: Tweetwirkung von der AfD

In den Retweets gelten 102 als nicht unruhestiftend, 160 als neutral und 57 als unruhestiftend. Das heißt 32 % sind nicht unruhestiftend, 50 % neutral und 18 % unruhestiftend.

Die originalen Tweets enthalten 42 nicht unruhestiftende, 30 neutrale und 31 unruhestiftende Tweets. Also sind 41 % nicht unruhestiftende, 29 % neutrale und 30 % unruhestiftende Tweets.

Freie Demokraten (FDP)

Bei der FDP wurden in 55 Tweets konkrete, in 50 Tweets allgemeine politische Themen und in 6 Tweets andere Themen kodiert. Das heißt in 47 % der Tweets ging es um ein konkretes politisches Thema. Und in 43 % um ein allgemeines politisches Thema. Nur 9 % der Tweets wurden mit einem anderen Thema kodiert.

In den Retweets wurden 90 % als allgemeine oder konkrete politische Themen kodiert. Bei ihren originalen Tweets sind es 91 %.

Im Umgang mit den politischen Themen wurden 6 Tweets als nicht lösungsorientiert kodiert, darunter 5 konkrete und 1 allgemeines politisches Thema. 65 wurden als neutral kodiert. Davon beziehen sich 25 Tweets auf konkrete und 40 auf allgemeine politische Themen. Unter den 34 lösungsorientierten Tweets sind 25 konkrete und 9 allgemeine politische Themen.

Von den insgesamt 105 konkreten und allgemeinen politischen Themen sind 6 % nicht lösungsorientiert, 62 % neutral und 32 % lösungsorientiert. Wenn man Retweets und originale Tweets betrachtet ergibt sich, dass 50 der 105 originale Tweets sind. 55 sind Retweets. In den

Retweets wurden 4 als nicht lösungsorientiert, 39 als neutral und 12 als lösungsorientiert kodiert. 2 der originalen Tweets sind nicht lösungsorientiert, 26 neutral und 22 lösungsorientiert.

Themenauslage

Von allen Tweets, Retweets und Originalen, sind bei der FDP 38 vorwurfsvoll, 47 neutral und 20 nicht vorwurfsvoll. Damit sind 36 % vorwurfsvoll, 45 % neutral und 19 % nicht vorwurfsvoll.

In den Retweets finden sich 18 vorwurfsvolle, 25 neutrale und 12 nicht vorwurfsvolle Tweets. Also sind 33 % vorwurfsvoll, 45 % neutral und 22 % nicht vorwurfsvoll.

Von den originalen Tweets sind 20 vorwurfsvoll, 22 neutral und 8 nicht vorwurfsvoll. Damit sind 40% vorwurfsvoll, 44% neutral und 16% nicht vorwurfsvoll.

Tweetwirkung

Insgesamt sind 55 Tweets als nicht unruhestiftend kodiert, 48 als neutral und 2 als unruhestiftend. Also sind 52% nicht unruhestiftende, 46% neutrale und 2% unruhestiftende Tweets.

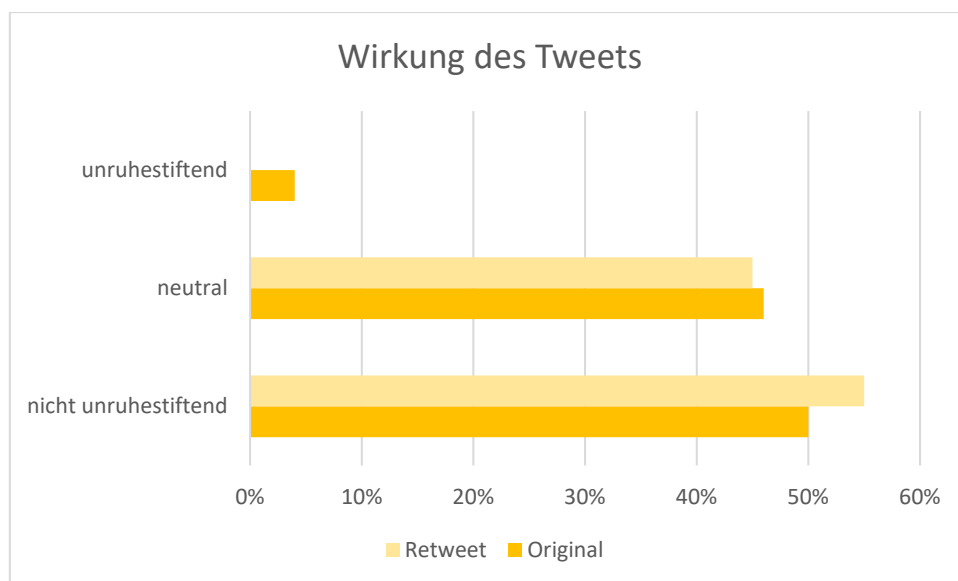


Abbildung 49: Tweetwirkung von der FDP

In den Retweets befinden sich 30 nicht unruhestiftende, 25 neutrale und keine unruhestiftenden Tweets. Damit sind 55% nicht unruhestiftend, 45% neutral und 0% unruhestiftend.

In den originalen Tweets sind 25 nicht unruhestiftende, 23 neutrale und 2 unruhestiftende Tweets. Das heißt, 50% sind nicht unruhestiftend, 46% neutral und 4% unruhestiftend.

Zusammenfassung

Die AfD hat in 85 % ihrer Tweets ein allgemeines oder konkretes politisches Thema angesprochen. Bei der FDP ist das in 90 % der Fall.

Als nicht lösungsorientiert kodiert wurden bei der AfD 27 % der Tweets. 52 % wurden als neutral und 21 % als lösungsorientiert kodiert. Bei der FDP sind 6% nicht lösungsorientiert, 62 % neutral und 32 % lösungsorientiert.

Die AfD hat mehr nicht lösungsorientierte Tweets als die FDP. Die FDP hat mehr lösungsorientierte Tweets als die AfD.

Bei der FDP sind 52 % der politischen Tweets Retweets. 48 % sind originale Tweets.

In den Retweets wurden 7 % als nicht lösungsorientiert, 71 % als neutral und 22 % als lösungsorientiert kodiert. In den originalen Tweets gelten 4% als nicht lösungsorientiert, 52 % als neutral und 44 % als lösungsorientiert. Es fällt auf, dass ihre originalen Tweets öfter lösungsorientiert kodiert worden sind, als ihre Retweets.

Bei der AfD sind 76 % der politischen Tweets, Retweets. 24 % originale Tweets.

23 % der Retweets wurden als nicht lösungsorientiert kodiert, 55 % als neutral und 22 % als lösungsorientiert. In ihren originalen Tweets sind 37% nicht lösungsorientiert, 45 % neutral und 18 % lösungsorientiert. Bei Der AfD wurden die Retweets häufiger lösungsorientiert kodiert als ihre originalen Tweets.

Auffällig ist, dass beide Parteien in ihren Retweets etwa gleich lösungsorientiert sind. Die AfD ist häufiger nicht lösungsorientiert, da die FDP ihre Tweets neutraler formuliert hat.

In den originalen Tweets der Parteien verhält es sich ähnlich. Die AfD wurde häufiger als nicht lösungsorientiert kodiert, als die FDP. Auch hier war die FDP neutraler und lösungsorientierter.

Ein Teil unserer Hypothese ist damit bestätigt. Auch wenn die AfD insgesamt, mit Originalen und Retweets, öfter lösungsorientiert kodiert wurde als die FDP, war die AfD häufiger nicht lösungsorientiert als die FDP. Die FDP formuliert ihre politischen Tweets überwiegend neutral.

Insgesamt sind die Tweets der AfD vorwurfsvoller. Nicht vorwurfsvolle Tweets haben beide Parteien etwa gleich viele. Die FDP formuliert ihre Tweets allerdings neutraler. In den Retweets als auch in ihren originalen Tweets formuliert die AfD vorwurfsvoller als die FDP. Die

originalen Tweets und die Retweets der FDP sind neutraler als die der AfD. In den Retweets sind mehr Tweets der FDP nicht unruhestiftend als bei der AfD. In den originalen Tweets allerdings sind die der AfD häufiger nicht vorwurfsvoll.

Die Tweets der AfD sind insgesamt unruhestiftender als die der FDP. Mehr Tweets der FDP gelten als nicht unruhestiftend. Ihre Tweets sind auch insgesamt neutraler als die der AfD.

In ihren Retweets und originalen Tweets ist die AfD unruhestiftender als die FDP. Die Retweets und originalen Tweets der FDP sind häufiger nicht unruhestiftend als die der AfD. In den Retweets sind die der AfD neutraler als die der FDP. In den originalen Tweets sind die der FDP neutraler.

Insgesamt ist die Hypothese bestätigt, die Tweets der AfD sind vorwurfsvoller und unruhestiftender als die der FDP.

Hypothese 7

Bei der Hypothese 7 soll untersucht werden wie die Parteien AfD und FDP ihre Hashtags in den Tweets einsetzen. Angenommen wird, dass die FDP eher den Fokus in ihrer Hashtag-Wahl auf politischen Themen legt und die AfD eher versucht sich als eigene Partei in den Fokus zu stellen.

Dazu wurden mit dem Statistikprogramm SPSS 612 Tweets kodiert davon 496 der AfD und 116 Tweets der FDP hinsichtlich der metrischen Variablen „Hashtagvorkommen“ und „eigener Hashtag (#AfD und #FDP)“ sowie der nominalen Mehrfachvariablen „Bezug des Hashtags“ kodiert und über Excel ausgewertet.

Bei der Variablen Hashtagvorkommen wurde die Anzahl der Hashtags in dem jeweiligen Tweet angegeben, um bei der Auswertung die Gesamtsumme der Hashtags zu erhalten, damit dieser Wert als Bezugsgröße für die verschiedenen Relationen hinsichtlich des eigenen Hashtags sowie des Hashtagbezugs herangezogen werden kann. Gleichzeitig kann der Mittelwert des Hashtagvorkommens in den Tweets angegeben werden.

Bei der Variablen eigener Hashtag wurde in jedem Tweet ausgezählt, wie oft die jeweilige Partei ihr eigenes Hashtag in den Tweets einbaut. Bei der Alternativen für Deutschland (AfD) wurde sowohl das Hashtag #AfD als auch verwandte Hashtags wie #AfDwirkt oder #nurdieAfD

berücksichtigt. Bei den Freien Demokraten wurde nur das Hashtag #FDP mitgezählt, da ansonsten kein weiteres Hashtag mit dem Parteikürzel oder Parteiverweis in den Tweets auftauchte. Mit dieser Variablen kann geschaut werden, wie oft das eigene Hashtag von der Partei verwendet wurde. Dieser Wert kann in Relation zur kompletten Hashtagzahl gesetzt werden sowie hinsichtlich der Retweets/Originalen.

Bei der Mehrfachvariablen Bezug des Hashtags wurde mit drei Variablen in SPSS bestimmt, welche Kategorien die Hashtags ansprechen. Zur Auswahl standen die eigene Partei, eine andere Partei oder Politiker, Politik, auf ein politisches Thema oder Sonstiges.

Als eigene Partei wurde das eigene Hashtag bzw. verwandte Hashtags deklariert. Ein Hashtag zur anderen Partei ist zum Beispiel #CDU sowie ein anderer Politiker/-in #Merkel.

Unter den Hashtag Politik fallen allgemeine Begriffe zur Politik wie #Bundestag sowie Themen rund um die allgemeine Politik wie zum Beispiel die Wahlen eines Landtags #ltwbayern.

Unter politisches Thema fallen alle Hashtags, die Bezug zu dem politischen Thema haben, was in dem Tweettext angesprochen wurde. Dazu zählt zum Beispiel #Soli oder #Flüchtlingspolitik.

Bei der Kategorie Sonstiges werden alle Hashtags zusammengefasst, die nicht in das oben beschriebene Categoriesystem fallen, wie zum Beispiel das Hashtag von Städten oder Bundesländern #Hessen.

Die drei Variablen aus SPSS wurden in Excel zu einer Tabelle zusammengefasst. Problematisch ist allerdings, dass nicht genau dargestellt werden kann in welcher Relation die Hashtagbezüge in dem jeweiligen Fall stehen. Das bedeutet es können beispielsweise im Tweet A zwei Hashtags zum Thema Politik vorkommen und drei Hashtags mit Bezug zu politischen Themen und im Tweet B sechs Hashtags zum Thema Politik und ein Hashtag zum politischen Thema. Trotzdem würden beide Fälle zur gleichen Kodierung führen und damit zu einem verfälschten Ergebnis. Deshalb wird hier angenommen, dass ein Tweet nur ein Hashtag zu einem bestimmten Bezug aufweist, was im Realen nicht der Fall ist.

Um genauere Ergebnisse zu erzielen, wird die Variable „Retweet“ aus der Hypothese 2 hinzugezogen, um die Werte in Retweet und die originalen Posts der AfD und FDP zu unterteilen. Die Variablen zur Hypothese 7 werden mit den Variablen Partei und Retweet gekreuzt, um die

verschiedenen Tweets auf den Seiten der Parteien zu unterscheiden und somit zu einem genaueren und repräsentableren Ergebnis gelangen zu können.

Alternative für Deutschland (AfD)

In den 496 Tweets der Twitterseite der AfD im Zeitraum vom 19. September bis 20. Oktober hat die AfD in ihren originalen Tweets und Retweets 1545 Hashtags verwendet. Davon befanden sich 1202 Hashtags in den Tweets, die die AfD auf ihrer Twitterseite getweetet hat und 343 Hashtags in den eigenen Tweets der Alternativen für Deutschland. Damit benutzte die AfD in ihren originalen Tweets im Mittel zwischen zwei und drei Hashtags, während in den Retweets im Mittel mehr als 3 Hashtags verwendet wurden. Dabei ist jedoch zu beachten, dass es sich hier um Mittelwerte handelt, die sehr stark schwanken können. Starke Abweichungen nach oben und nach unten sowie Nullwerte in den Tweets sind möglich. Diese Werte sind mit Vorsicht zu betrachten.

Insgesamt wurde der #AfD sowie die verwandten Hashtags wie #AfDwirkt oder #nurdieAfD 450 Mal in den 496 Tweets der AfD verwendet. Im Retweet ist in ungefähr 81 % der Fälle mindestens einmal das eigene Hashtag verwendet worden; während in den originalen Texten das eigene Hashtag sogar noch häufiger verwendet wurde – in über 93 % der Tweets. Die Werte kommen zustande, in dem die Tweets herausgerechnet werden, in denen kein eigenes Hashtag verwendet wurde.

	0	1	2	3	4	Gesamt	Relation	#AfD	Relation
Retweet	70	282	22	2	1	377	76,01%	336	89,12%
	18,57%	74,80%	5,84%	0,53%	0,27%	100%			
Original	8	108	3	0	0	119	23,99%	114	95,80%
	6,72%	90,76%	2,52%	0%	0%	100%			
Gesamt	78	390	25	2	1	496	100,00%	450	90,73%
Relation	15,73%	78,63%	5,04%	0,40%	0,20%	100%			

Tabelle 1: Verwendung des eigenen Hashtags in den Tweets der AfD

In den Retweets wurde in 18,57 % der Fälle kein eigenes Hashtag, in 74,80 % der Fälle ein eigenes Hashtag, in 5,84 % der Fälle zwei eigene Hashtags und in den Ausnahmefällen von 0,53 % drei eigene Hashtags (2 Mal) und von 0,27 % vier eigene Hashtags (1 Mal) verwendet.

In den originalen Tweets wurde in 6,72 % der Fälle kein eigenes Hashtag, in 90,76 % der Fälle

ein eigenes Hashtag und in 2,52 % der Fälle drei eigene Hashtags verwendet. Drei und vier eigene Hashtags sind nicht aufgetaucht.

Daraus wird deutlich, dass in den originalen Tweets häufiger das eigene Hashtag verwendet wurde als in den Tweets, die von anderen Nutzern geschrieben und von der AfD veröffentlicht wurden.

Zu betrachten ist auch, welche Vielfalt an Hashtags verwendet wurde. Werden die absoluten Werte in Bezug zur Anzahl der Retweets (377 Stück) und Originalen Tweets (117 Stück) gesetzt, kommen die Prozentwerte in der Tabelle zustande, an denen das Vorkommen der Hashtags ohne mögliche 3fach Nennung abgelesen werden kann. Werden die relativen Werte verglichen, fällt auf, dass sowohl bei den Retweets als auch bei den originalen Tweets der AfD der Fokus auf dem Hashtag mit dem Verweis zur eigenen Partei lag. Wie oben beschrieben hat die AfD, damit in 81,17 % der Retweet und in 93,28 % der Originalen mindestens einmal ihre eigene Partei im Hashtag erwähnt. Auf Platz zwei kommt der Hashtag zu allgemeinen Begriffen in der Politik. Der Hashtag „Politik“ ist besonders in dem Zeitraum der Kodierung ziemlich hoch ausgefallen, da die Landtagswahlen von Bayern und Hessen anstanden und somit Eigenwerbung betrieben wurde. Auf Platz 3 kommt der Hashtagbezug zum politischen Thema. In nur 27,06 % der Retweets und in 25,21 % der Originalen wurde mindestens ein Hashtag mit dem Hashtagbezug zum politischen Thema angeführt. Interessant ist, dass bei dem Hashtagbezug zu anderen Partei und Politikern die Prozentzahlen so weit auseinanderfallen. Das ist der einzige Wert mit einer sehr hohen Abweichung zwischen dem Retweet und dem eigenen Inhalt. In 21,75 % der Retweets werden andere Politiker oder Parteien in den Hashtags angesprochen; während es bei den eigenen Inhalten nur 7,56 % ist. Das entspricht einer Differenz von über 14 %.

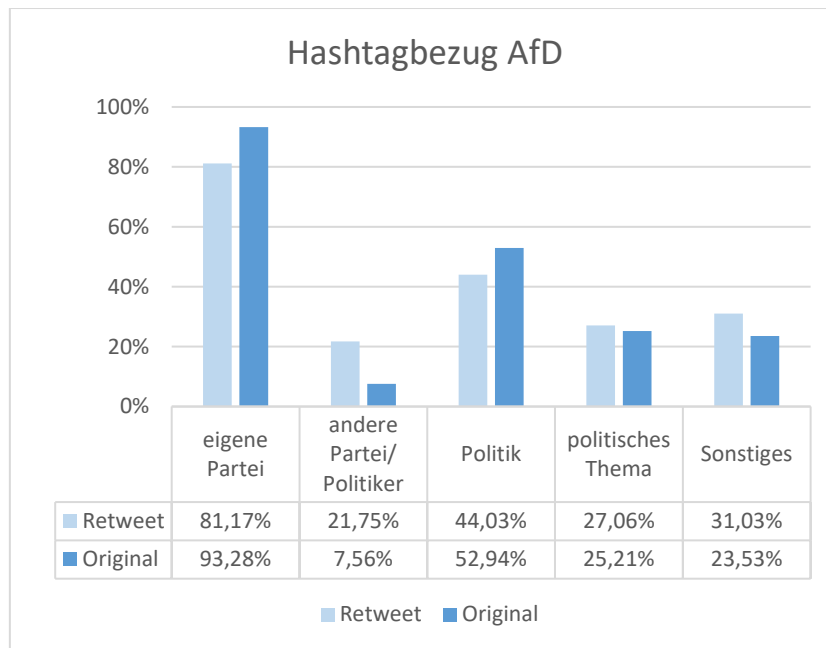


Abbildung 50: Hashtagbezug der AfD mit Unterteilung in Retweet und eigene Tweets

Insgesamt lässt sich festhalten, dass die AfD einen großen Fokus in ihrer Hashtagwahl auf die eigene Partei legt. Besonders lässt sich erkennen, dass die AfD in ihren eigenen Inhalten nahezu in allen Tweets die Hashtags zu ihrer eigenen Partei und in fast 53 % der Tweets mindestens ein Hashtag zu Begriffen der Politik verwendet hat – vorzugsweise zur Landtagswahl Bayern, die am 15. Oktober 2018 stattgefunden hat.

Freie Demokraten (FDP)

In den 116 Tweets im Zeitraum vom 19. September bis zum 20. Oktober haben die Freien Demokraten 268 Hashtags verwendet. Diese teilen sich mit 152 Hashtags auf die 61 Retweets und mit 116 Hashtags auf die 55 originalen Tweets auf. Damit benutzt die FDP im Mittel um die 2 Hashtags pro Tweet.

In den 116 Tweets der FDP taucht nur insgesamt 12 Mal der Hashtagbezug zur eigenen Partei auf. Die 12 Hashtags finden sich in zwei Tweets aus eigenen Inhalten der FDP und in zehn Retweets wieder. Anders gesagt wurden in 16,39 % der Retweets und in 3,64 % der eigenen Inhalte das Hashtag zur eigenen Partei einmal verwendet.

Betrachtet man den Hashtagbezug, so fällt auf, dass der Fokus der Hashtags in dem Zeitraum bei der FDP deutlich auf dem politischen Inhalt lag. In über der Hälfte der Tweets wurde der Hashtag zum politischen Inhalt gewählt. Bei den Retweets enthielten 50,82 % der Tweets und

bei den eigenen Inhalten 60 % der Tweets mindestens ein Hashtag mit dem Bezug zu politischen Themen.

Zu beachten ist, dass die Prozentzahlen zusammengerechnet nicht auf 100 Prozent kommen, da die Hashtaganzahl größer ist als die Anzahl der Tweets, die hier als Bezugsgröße für die Prozentzahlen diente. Die erhöhte Hashtaganzahl kommt zustande, da drei Variablen in SPSS für den Hashtagbezug definiert wurden. Das bedeutet es konnten 3 verschiedene Bezüge in den Tweets ausgewählt und dargestellt werden. Über Excel wurden die Variablen zusammengefasst, indem die Werte der Ausprägungen summiert wurden.

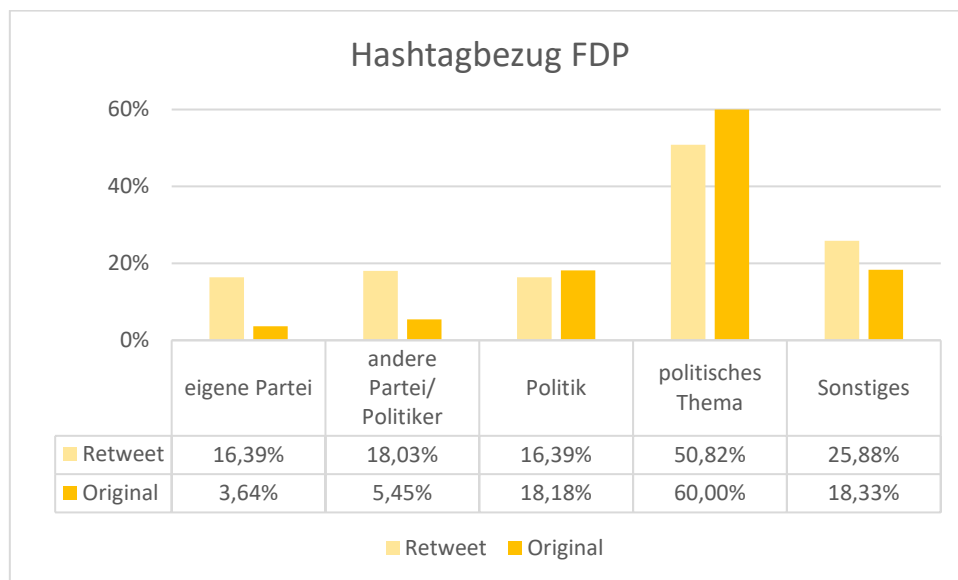


Abbildung 51: Diagramm zum Hashtagbezug der FDP mit Unterteilung in Retweet und eigene Tweets

Zusammenfassung

Deutlich wird, dass die Alternative für Deutschland bei ihrer Hashtagwahl einen deutlichen Fokus auf Hashtags mit Bezug zu ihrer eigenen Partei setzt. Werden die Retweets und eigenen Tweets zusammengefasst, wird in über 84 % der Tweets auf ihrer mindestens ein Hashtag mit dem Verweis zur eigenen Partei (vorzugsweise #AfD) angeführt. Auf der anderen Seite befinden sich in knapp über 10 % der Tweets der FDP Hashtags mit Bezug zur eigenen Partei.

Bei den Freien Demokraten sieht die Aufteilung des Hashtagbezugs komplett anders aus als bei AfD. Die FDP setzt ihren Fokus in der Hashtagwahl deutlich auf das politische Thema, das im Text angesprochen wurde. In über 55 % der Tweets taucht mindestens ein Hashtag mit

Bezug zum politischen Thema auf; während es bei der AfD nur bei über 26 % der Tweets der Fall war.

Mit dieser Darstellung hat sich die Annahme und damit ist auch die Hypothese 7 bestätigt. Im Zeitraum vom 19. September zum 20. Oktober 2018 setzte die AfD in ihrer Hashtagwahl den Fokus auf Hashtags zur eigenen Partei; während die FDP sich in ihrer Hashtagwahl eher auf politische Themen fokussierte.

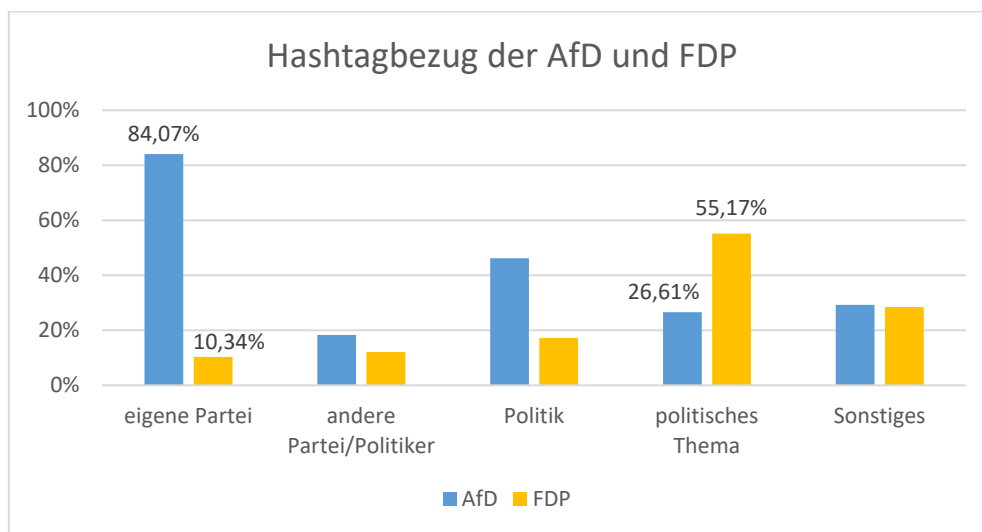


Abbildung 52: Diagramm zum Hashtagbezug der AfD und FDP bezogen auf die Gesamtwerte

Hypothese 8

In Hypothese 8 geht es um die Erwähnung öffentlicher Presse. Untersucht wird, wie oft die jeweilige Partei Inhalte der öffentlichen Presse geteilt hat. Damit sind die Onlinepräsenzen renommierter Medien, wie zum Beispiel, www.abendblatt.de, www.n-tv.de, www.bild.de, etc., gemeint. Nicht relevant sind etwa parteiinterne Nachrichtenseiten. In der Auswertung wird zwischen einem Retweet und der Erwähnung öffentlicher Presse unterschieden. Damit ist gemeint ob es ein direkter Retweet einer Presseseite ist, oder ein Link zu deren Internetseite.

Es wird angenommen, dass die FDP mehr Beiträge der öffentlichen Presse teilt, da die AfD sich öfter kritisch über die Presse äußert.

Kodiert und ausgewertet wurden die gesammelten Tweets hinsichtlich der nominalen Mehrfachvariablen „Öffentliche Presse vorhanden?“.

In der Variablen wurden drei verschiedene Kategorien untersucht. Zur Auswahl standen ein Retweet, die Erwähnung oder keine öffentliche Presse.

Diese Variablen wurden in einer Tabelle zusammengefasst. Die Ergebnisse wurden in Retweets und originalen Tweets der jeweiligen Partei aufgeteilt. In der Variable und der dazugehörigen Hypothese wird nicht auf den Inhalt der öffentlichen Presse eingegangen. Wenn die AfD beispielsweise einen Beitrag teilt, in dem es um Gewalttaten durch Asylbewerber/Flüchtlinge geht, wird das in der Auswertung nicht berücksichtigt. Der Bezug zwischen der AfD und Flüchtlingen/Asylbewerbern wird in einer anderen Hypothese bereits thematisiert.

Alternative für Deutschland (AfD)

Während des Codierungszeitraums hat die AfD siebenmal einen Beitrag der öffentlichen Presse geretweetet. 90-mal wurde die Presse erwähnt und 399-mal fand sie gar keine Erwähnung. Insgesamt wurden also 496 Tweets gepostet. Das heißt, in etwa 80 % der Tweets wurde keine öffentliche Presse erwähnt. Und in etwa 18 % der Tweets wurde die Presse erwähnt. Geretweetet wurde in etwa 1-2 % der Tweets.

In den Retweets wurde die Presse 76-mal erwähnt und 294-mal gar nicht erwähnt. Damit wurde in 20 % der Retweets die öffentliche Presse erwähnt und in 78 % nicht erwähnt.

In den originalen Tweets wurde die öffentliche Presse 14-mal erwähnt und 46-mal nicht erwähnt. Das heißt, in 12 % der Tweets wurde die Presse erwähnt und in 88 % nicht erwähnt.

Auffällig ist, dass die AfD in ihren Retweets häufiger die öffentliche Presse erwähnt als in ihren Tweets.

Freie Demokraten (FDP)

Die FDP hat in demselben Zeitraum einmal einen Beitrag der öffentlichen Presse geretweetet, 19-mal erwähnt und 96-mal gar nicht erwähnt. Insgesamt wurden 116 Tweets gepostet. Das heißt in 83 % der Tweets gab es keine Erwähnung, in 16 % eine Erwähnung und in nur 1 % einen Retweet der öffentlichen Presse.

In den Retweets wurde die Presse 14-mal erwähnt und 46-mal nicht erwähnt. Damit wurde in 23 % der Retweets die öffentliche Presse erwähnt und in 75 % nicht erwähnt.

In den originalen Tweets wurde die Presse 5-mal erwähnt und 50-mal nicht erwähnt. Das heißt in 9 % der Tweets wurde die öffentliche Presse erwähnt und in 91 % nicht erwähnt. Auffällig ist, dass die FDP häufiger in ihren Retweets Mitglieder der öffentlichen Presse erwähnt.

Zusammenfassung

Insgesamt wurde die öffentliche Presse bei der AfD häufiger erwähnt. Retweets der öffentlichen Presse tauchten bei beiden Parteien selten auf. Die FDP hat die öffentliche Presse häufiger nicht erwähnt als die AfD.

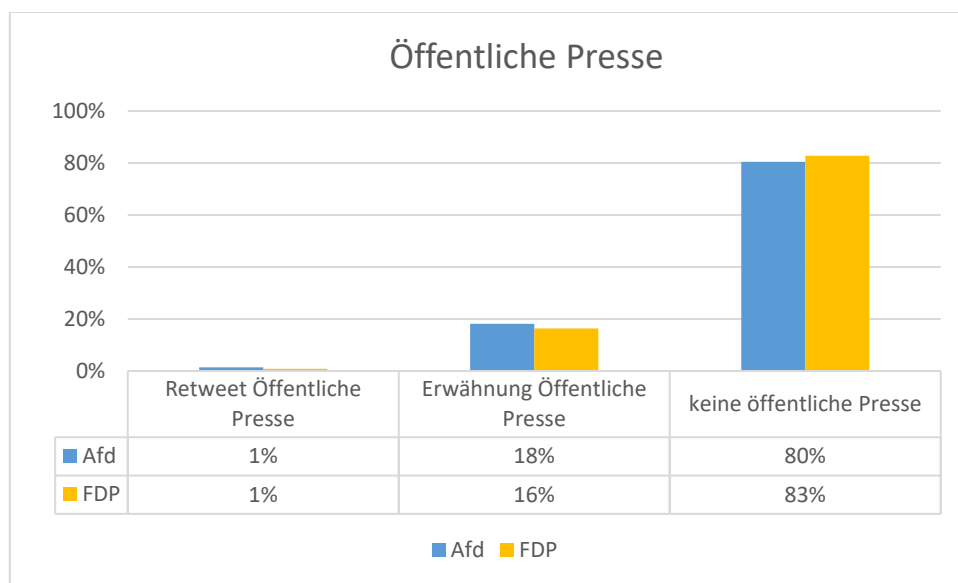


Abbildung 53: Diagramm, wie oft die Parteien Beiträge der Presse teilen

In den Retweets der FDP wurde die öffentliche Presse häufiger erwähnt als in den der AfD.

In den Originalen Tweets hat die AfD die öffentliche Presse häufiger erwähnt.

Die Auswertung konnte unsere Hypothese nicht bestätigen. Insgesamt hat die AfD die öffentliche Presse häufiger erwähnt als die FDP.

Hypothese 9

In Hypothese 9 wird untersucht wie oft sich die Parteien patriotisch gegenüber Deutschland äußern. Es wird angenommen, dass in den Tweets der AfD mehr patriotische Äußerungen zu finden sind als bei der FDP. Untersucht wird auch um welche Art patriotischer Äußerung es sich handelt: Ob die Äußerung harmlos ist, radikale oder sogar extremistische Tendenzen hat. Ausgewertet wurde die Hypothese mit Verwendung der nominalen Variablen „Patriotische Äußerungen“ und „Bewertung der patriotischen Äußerung“.

Die Variable „Patriotische Äußerung“ gibt an, ob sich in dem jeweiligen Tweet eine patriotische Äußerung gegenüber Deutschland befindet. Zur Auswahl standen „Ja“ und „Nein“.

Die Mehrfachvariable „Bewertung der patriotischen Äußerung“ enthält 3 Kategorien. Zur Auswahl standen eine harmlose Äußerung, eine radikale Äußerung und eine extremistische Äußerung. Als harmlos gilt eine Äußerung, wenn Deutschland positiv aber nicht überlegen dargestellt wird. Es wurde als radikal bewertet, wenn Deutschland erhoben gegenüber anderen Nationalitäten dargestellt wurde. Extremistisch wurde es eingestuft, wenn Deutschland nicht nur überlegen dargestellt wurde, sondern andere Nationalitäten gleichzeitig schlechter gemacht wurden sind. Es wird angegeben, um welche Art patriotischer Äußerung es sich handelt.

Wenn bei der Variablen „Patriotische Äußerung“ mit „Ja“ kodiert wurde, hat man die Variable „Bewertung der patriotischen Äußerung“ hinzugezogen. Wurde mit „Nein“ kodiert fiel die „Bewertung der patriotischen Äußerung“ weg.

Alternative für Deutschland (AfD)

Während des Codierungszeitraumes hat sich die AfD in ihren 496 Tweets und Retweets 16 Mal patriotisch geäußert. In 480 Tweets war keine patriotische Äußerung zu finden. Das heißt die AfD hat sich nur in etwa 3 % ihrer Tweets patriotisch gegenüber Deutschland geäußert.

In ihren Retweets hat sich die AfD 12 Mal patriotisch geäußert, in ihren originalen Tweets 4 Mal. Damit hat sie sich in nur 3 % ihrer Retweets patriotisch geäußert. In ihren Originalen sind es ebenfalls 3 %.

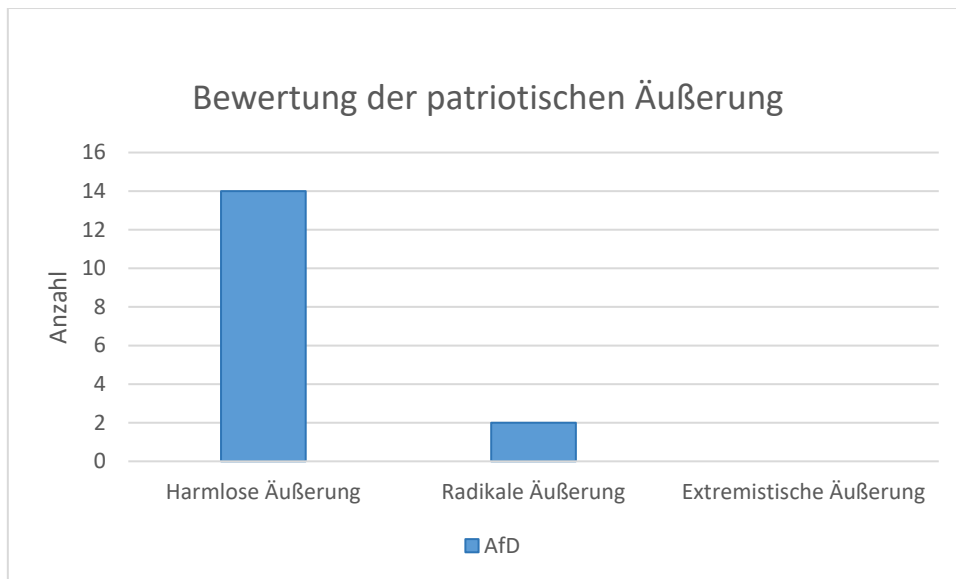


Abbildung 54: Bewertung patriotische Äußerungen von der AfD

In der Bewertung der Äußerungen lässt sich keine große Varianz erkennen. 14 Tweets der patriotischen Äußerungen wurden als harmlos eingestuft. Lediglich 2 Tweets als radikal. Als extremistisch wurde keine eingestuft. Damit sind 88 % der patriotischen Äußerungen in den Tweets harmlos, 18 % gelten als radikal und 0 % als extremistisch.

In ihren originalen Tweets gelten 100 % als harmlos. In den Retweets gelten 83 % als harmlos und 17 % als radikal.

Freie Demokraten (FDP)

Die FDP hat sich während des Codierungszeitraumes in ihren 116 Tweets nicht einmal patriotisch geäußert. Weder in ihren originalen Tweets, noch in ihren Retweets wurden patriotische Äußerungen gegenüber Deutschland erfasst. Die Variable „Bewertung der patriotischen Äußerung“ konnte dementsprechend nicht angewendet werden.

Zusammenfassung

Die Hypothese, dass patriotische Äußerungen gegenüber Deutschland eher bei den Tweets der AfD als bei der FDP zu finden sind, ist damit bestätigt. Die AfD hat sich in insgesamt 3 % ihrer Tweets patriotisch geäußert. Ein Großteil der Äußerungen gilt dabei als harmlos. Lediglich 18 % galten als radikal. Extremistische Äußerungen waren nicht zu finden. Die FDP hat sich während des Kodierungszeitraumes zu keinem Zeitpunkt patriotisch geäußert.

5.5 Fazit der Auswertung

Im folgenden Abschnitt wird die vorausgegangene Auswertung der Hypothesen verwendet, um die übergeordnete Forschungsfrage zu beantworten. Dazu wird die Forschungsfrage in drei Abschnitte eingeteilt, in denen jeweils der Vergleich zwischen der AfD und FDP gezogen wird. Im ersten Teil werden die Hypothesen eins, drei, sechs, sieben und neun für die Darstellung der Themen herangezogen. Im zweiten Teil werden die Ergebnisse der Hypothesen eins bis fünf zusammengefasst, um die Darstellung der parteiinternen und parteiexternen Personen aufzuzeigen. Im dritten Teil werden die Auswertungen der Hypothesen vier, sieben und acht zur Beantwortung der Forschungsfrage hinsichtlich der parteiinternen und parteiexternen Institutionen verwendet.

Themen

Bei der Betrachtung der angesprochenen Themen in den Tweets fällt auf, dass sich die AfD deutlich häufiger mit dem Thema Flüchtlinge und Migration auseinandersetzt, die FDP hingegen eher mit Soziales, Europäische Union, Regierungen anderer Länder, Wirtschaft und Bildung. Bei der Bewertung des Inhalts schlägt die FDP eher einen neutralen Ton an, während die AfD die Themen vergleichsweise häufig auch eher negativ und äußerst negativ darstellt.

Es lässt sich erkennen, dass die FDP die angesprochenen politischen Themen in ihren Tweets eher lösungsorientierter und nicht unruhestiftend darstellt als die AfD. Auf die Frage, wie vorwurfsvoll die Parteien in der Berichterstattung der politischen Themen in ihren Tweets waren, lässt sich nicht so schnell eine Antwort finden. Die AfD und FDP sind zwar in ihren Tweets gleich vorwurfsvoll, jedoch war die FDP öfter nicht vorwurfsvoll als die AfD. Deshalb kann gesagt werden, dass die AfD vorwurfsvoller ist als die FDP.

Hinsicht eines bestimmten Tweetinhalts, nämlich der patriotischen Äußerungen, kann gesagt werden, dass die AfD in 3 % ihrer gesamten Tweets patriotische Äußerungen gemacht hat, von denen der Großteil harmlose Äußerungen waren. Die FDP hingegen führt in keinem ihrer Tweets in dem Codierzeitraum eine patriotische Äußerung an.

In den Bildtexten werden die politischen Themen bei der AfD deutlich unsachlicher dargestellt als bei der FDP. Zudem ist bei der AfD der Trend erkennbar, dass die Werte von sachlich nach unsachlich ansteigen, bei der FDP ist das genaue Gegenteil der Fall.

In der Hashtagauswahl in den Tweets setzt die FDP ihren Fokus deutlich auf politische Themen. In über 55 % der Tweets taucht mindestens ein Hashtag mit Bezug zum politischen Thema auf. Bei der AfD ist dies nur bei knapp über 26 % der Fall.

Personen

Die Auswertung zeigt, dass die AfD parteiinterne Personen auf ihren Bildern nicht positiver darstellt als die FDP. Die parteiexternen Akteure stellt die AfD jedoch deutlich häufiger eher und äußerst negativ in ihren Tweetbildern dar als die FDP.

In den Tweettexten werden die parteiexternen Politiker und Politikerinnen von der AfD negativer dargestellt als bei der FDP. Bei der Kritik an den Politikern/-innen zeigt sich eine ähnliche Verteilung. Die AfD übt im Verhältnis in mehr Tweets Kritik an Politikern und Politikerinnen aus als die FDP. Außerdem setzt die FDP in ihrer Kritik eher auf den konstruktiven Pfad während die AfD eher destruktiv kritisiert.

Bezogen auf die Person Angela Merkel haben beide Parteien eine eher negative Einstellung ihr gegenüber. Die AfD stellt die Kanzlerin jedoch in 96 % der Tweets und die FDP in 75 % der Tweets negativ dar. Deshalb lässt sich sagen, dass die AfD negativer gegenüber Angela Merkel ist als die FDP. Die AfD kritisiert Angela Merkel häufiger als die FDP. Auch hier setzt die FDP eher auf konstruktive Kritik wohingegen die AfD eher destruktiv kritisiert.

Hinsichtlich der Verteilung von Erwähnungen und Retweets auf parteiinterne Politiker und Politikerinnen ist deutlich erkennbar, dass die FDP sehr stark darauf bedacht ist Christian Lindner möglichst häufig zu platzieren. Die AfD zeigt in der Darstellung ihrer parteiinternen Personen eine höhere Variation.

Außerdem lässt sich ein deutlicher Unterschied hinsichtlich der Haltung, die die beiden Parteien in ihren Tweets gegenüber Personengruppen einnehmen, erkennen. Die AfD stellt Personengruppen in der Hälfte der Tweets in denen sie angesprochen werden eher feindlich dar, während die FDP sich meistens neutral und ansonsten mit einer höheren Wahrscheinlichkeit eher freundlich verhält.

Institutionen

In den Tweettexten werden die anderen Parteien von der AfD negativer dargestellt als bei der FDP. Bei der Kritik an den anderen Parteien zeigt sich eine ähnliche Verteilung. Die AfD übt im

Verhältnis in mehr Tweets Kritik an den Parteien aus als die FDP. Außerdem setzt die FDP in ihrer Kritik eher auf den konstruktiven Pfad während die AfD eher destruktiv kritisiert.

Die externen Institutionen der öffentlichen Presse wurden insgesamt bei der AfD häufiger erwähnt als bei der FDP. Jedoch sind deutliche Unterschiede hinsichtlich der Retweets und originalen Tweets der Parteien erkennbar. In den Retweets hat die FDP die öffentliche Presse häufiger erwähnt als die AfD, während die AfD in den originalen Tweets die öffentliche Presse häufiger erwähnt hat als die FDP.

In der Hashtagauswahl in den Tweets setzt die AfD deutlich ihren Fokus auf die eigene Partei. In über 84 % der Tweets taucht mindestens ein Hashtag mit dem Verweis zur eigenen Partei auf. Bei der FDP ist dies nur bei knapp über 10 % der Fall.

5.6 Fazit zum Statistikprogramm SPSS

Der Hauptvorteil von SPSS ist seine Unkompliziertheit. Sie hält die Einarbeitungszeit gering und ermöglicht eine schnelle Kodierung. Andererseits sorgt diese Schlichtheit dafür, dass man mit SPSS kaum in der Lage ist, ein differenziertes Abbild eines Tweets zu erfassen und alle Aspekte eines Posts im Code darzustellen. Für die Auswertung von Umfrageergebnisse ist die Software daher vermutlich besser geeignet als für die Kodierung komplexer Inhalte wie Bilder, Videos oder längeren Texten. Hilfreich ist hingegen, dass mehrere Codierer parallel arbeiten und ihre Ergebnisse im Anschluss ohne großen Aufwand zusammenfügen können.

6 MAXQDA

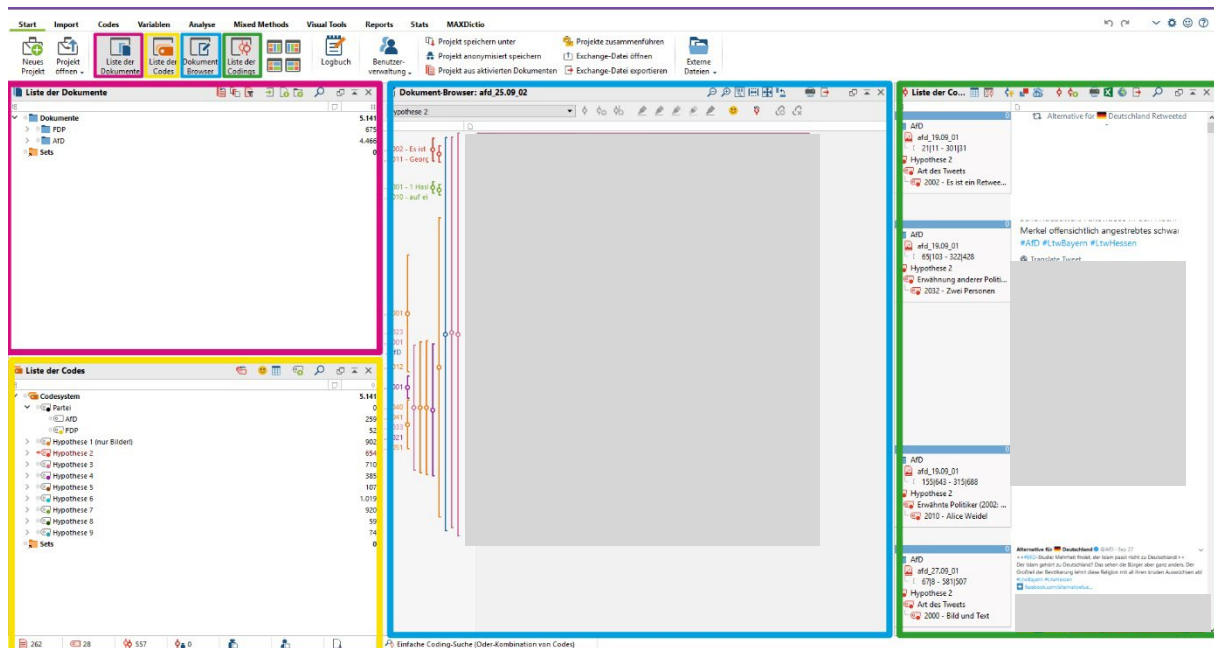
6.1 Arbeiten mit MAXQDA, die Einpflege und Auswertung im System

6.1.1 Was ist MAXQDA?

Um diese Forschungsarbeit durchzuführen wird neben SPSS das Programm MAXQDA verwendet. Ein Programm, welches speziell für qualitative und quantitative Inhaltsanalysen entworfen wurde. Im Gegensatz zum bisher weit genutzten Programm SPSS konzentriert sich MAXQDA darauf, mit den Forschungsgegenständen – Texten, Bildern oder Videos – direkt im Programm zu arbeiten, statt lediglich Codes in eine Tabelle einzutragen. Dieses Verfahren sorgt dafür, dass die Forschungsarbeit zentralisiert wird und einfacher ausgelesen werden

kann, hat jedoch auch zur Folge, dass die Dateien schnell eine beträchtliche Speichergröße erreichen. Aus eigenen Erfahrungen wurde erkannt, dass das Einpflegen der Daten und die Kodierung mehr Zeit in Anspruch nehmen, als bei SPSS.

Die Kernfunktionen des Programms teilen sich auf vier Elemente auf: Die „Liste der Dokumente“, „Liste der Codes“, den „Dokument-Browser“ und die „Liste der Codings“. Jedes dieser Elemente spiegelt sich in einem Fenster in MAXQDA wieder.



- Liste der Dokumente
- Dokument-Browser
- Liste der Codes
- Liste der Codings

Abbildung 55: Elemente der MAXQDA-Arbeitsoberfläche

In der „Liste der Dokumente“ werden die Forschungsgegenstände gespeichert. In dieser Forschungsarbeit waren es die Tweets. Da auch die Bilder der Tweets erfasst werden sollten, wurde jeder einzelne Tweet mit einem Screenshot gespeichert, eine einheitliche Kennung hinzugefügt und in den jeweiligen Ordnern der Parteien abgespeichert. Welches „Dokument“, also welcher Screenshot gerade aktiv ausgewählt ist, ist im „Dokument-Browser“ erkennbar. Das ist der Ort, an dem kodiert wird. MAXQDA bietet den Vorteil, dass Elemente mit sogenannten Codes direkt im Dokument markieren werden können. Codes stellen dabei die verschiedenen Variablen des Codebuchs dar. Es gibt die Möglichkeiten der Textkodierung, wo die Textstellen markiert werden, die Bildkodierung, wo Bildabschnitte mit einem rechteckigen Code hervorgehoben werden (oben im Bild zu sehen) und die Möglichkeit Videos zu kodieren,

wo Codes jeweils für einen Bildabschnitt und eine gewisse Länge kodieren werden können. Um zu kodieren, wählt man den zu markierenden Bereich aus und zieht den gewünschten Code aus der „Liste der Codings“ in das Dokument. Die „Liste der Codings“ stellt das Äquivalent zum Codebuch dar. Durch die Ordnerstruktur ist es stets übersichtlich und im Gegensatz zu SPSS spart man sich die „Nicht“-Codings. Wenn eine Variable in einem Dokument nicht auftaucht, wird sie einfach nicht kodiert. MAXQDA macht es auch wesentlich einfacher ein Element mit mehreren, unterschiedlichen Variablen zu kodieren. Dies ermöglicht eine flexiblere Erfassung des Sachverhalts. Eine mächtige Funktion, die aufgrund mangelnder Vorkenntnisse leider nicht ausreicht werden konnte, da nur Vorkenntnisse in SPSS vorhanden waren. Um jedoch das ganze Potenzial von MAXQDA auszuschöpfen, bedarf es, bereits von Beginn der Forschungsarbeiten an, einem anderen Vorgehen, speziell bei der Erstellung des Codebuchs und den Richtlinien des Kodierens.

Die „Liste der Codings“ kann zu Überprüfungszwecken genutzt werden. In MAXQDA hat man die Möglichkeit, Dokumente und Codes zu „aktivieren“, die dann in der „Liste der Codings“ sichtbar werden. Dort bekommt man eine Zusammenfassung, welche Dokumente mit welchen Codes versehen wurden. Ein Code oder Dokument ist „aktiviert“, wenn der kleine Punkt vor dem Namen angeklickt wird. Das Dokument bzw. der Code ändert dann seine Schriftfarbe zu Rot und es erscheint ein kleiner Pfeil, der auf den Namen zeigt.



Abbildung 56: Darstellung aktivierter Codes (oben) und nicht aktivierter Codes (unten).

Die vier Hauptelemente von MAXQDA lassen sich nach Wunsch ein- und ausschalten. Dies kann die Arbeitskapazität des Computers entlasten.

Der Vorgang des Kodierens selbst verläuft ähnlich, wie in SPSS: Das jeweilige Dokument wird aufgerufen, geht das Codebuch mit all seinen Hypothesen durch und kodiert entsprechende Abschnitte. Da jedoch der jeweilige Bildausschnitt zuerst ausgewählt werden muss, um dann mit einem Code versehen zu werden, ist dieses Verfahren um einiges zeitaufwändiger als in

SPSS, wo lediglich die Codes in einer Tabelle vermerkt werden. Aus diesem Grund und weil unser Team noch recht unerfahren im Umgang mit dem Programm war, musste der Stichprobenumfang der zu untersuchenden Tweets in MAXQDA erheblich reduziert werden.

6.1.2 Auswertung

MAXQDA bietet verschiedenste Auswertungsmöglichkeiten an. Das Programm bereitet die Daten für den Nutzer auf, sodass er daraus Schlüsse ziehen kann. Unter dem Tab „Analyse“ gibt es viele Möglichkeiten der Codeauswertung.

In dieser Arbeit wurde vorrangig die Funktion „Gruppen vergleichen“ genutzt, aus dem einfachen Grund, dass hier die beiden Parteien AfD und FDP bezüglich ihrer publizistischen Kommunikation verglichen werden. Wird die Option „Quantitativ“ gewählt, zählt MAXQDA die Anzahl der Codings und stellt Prozentzahlen zur Verfügung.

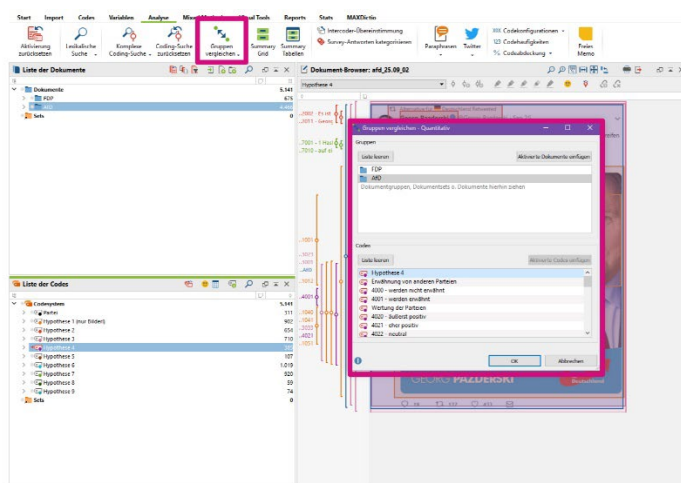


Abbildung 57: Auswertungsoption „Gruppen vergleichen“.

Für diese Funktion sollten die zu vergleichenden Dokumente in zwei unterschiedliche Dokumentordner sortiert werden. Diese wählt man dann in die Liste der „aktivierten Dokumente“. Zwischen diesen Dokumentgruppen wird der Vergleich gezogen.

Nun muss festgelegt werden, welche Codes ausgezählt werden sollen. Die Codes, die aktiviert sind, werden ausgezählt.

Wenn das Codebuch gut angelegt wurde, muss nur die Code-Gruppe der jeweiligen Hypothese aktiviert werden und es werden alle Daten, die zur Auswertung benötigt werden, ausgegeben. Klickt man auf „Ok“, so wird eine Tabelle erstellt, die in etwa so aussieht:

	FDP	AfD	Total
▼ Hypothese 4			
▼ Erwähnung von anderen Parteien			
4000 - werden nicht erwähnt		0,4%	0,3%
4001 - werden erwähnt	9,6%	21,8%	19,7%
▼ Wertung der Parteien			
4020 - äußerst positiv			
4021 - eher positiv		0,4%	0,3%
4022 - neutral	1,9%	4,6%	4,1%
4023 - eher negativ	7,7%	8,0%	8,0%
4024 - äußerst negativ		8,0%	6,7%
▼ Kritik an Parteien			
4030 - kritisiert nicht	1,9%	1,5%	1,6%
4031 - kritisiert	7,7%	11,1%	10,5%
▼ Wertung der Kritik an Parteien			
4040 - konstruktiv	1,9%	0,4%	0,6%
4041 - neutral	3,8%	6,5%	6,1%
4042 - destruktiv	1,9%	5,3%	4,8%
▼ Erwähnung anderer Politiker (außer)			
4010 - werden nicht erwähnt		0,8%	0,6%
4011 - werden erwähnt	9,6%	20,2%	18,5%
▼ Wertung der Politiker			
4020 - äußerst positiv		0,8%	0,6%
4021 - eher positiv	1,9%	0,4%	0,6%
4022 - neutral		2,7%	2,2%
4023 - eher negativ	5,8%	9,2%	8,6%
4024 - äußerst negativ		7,6%	6,4%
▼ Kritik an Politikern			
4030 - kritisiert nicht	1,9%	0,8%	1,0%
4031 - kritisiert	5,8%	10,7%	9,9%
▼ Wertung der Kritik an Politikern			
4040 - konstruktiv	3,8%	1,5%	1,9%
4041 - neutral	3,8%	5,3%	5,1%
4042 - destruktiv		3,8%	3,2%
Σ SUMME	69,2%	131,7%	121,3%
# N = Dokumente	52 (16,6%)	262 (83,4%)	314 (100,0%)

Abbildung 58: Mit MAXQDA generierte Kreuztabelle

Diese kann man noch mit den oben gezeigten Funktionen modifizieren. Als sinnvoll stellte sich die Funktion „Spaltenprozent bezogen auf die Anzahl der Dokumente“ heraus, da die Prozente so auf die jeweilige Dokumentgruppe angewendet werden. Es lässt sich hier erkennen, dass von allen untersuchten Tweets der AfD in 21,8 Prozent der Fälle andere Parteien erwähnt wurden. Bei den Tweets der FDP sind es hingegen nur 9,6 Prozent ihrer gesamten untersuchten Beiträge.

6.2 Schwierigkeiten beim Kodieren mit MAXQDA

Beim Kodieren der Twitter-Screenshots in dem Programm MAXQDA hat sich gezeigt, dass das Einpflegen der Codes mit einem vergleichsweise hohen Aufwand verbunden ist. Zunächst wurden die für das Coding relevanten Stellen im Screenshot markiert, danach wurde der passende Code mit der Maus, beziehungsweise mit einem Tastenbefehl, auf die markierte Stelle gezogen. Das wurde so lange wiederholt, bis alle Hypothesen aus der Liste der Codes abgearbeitet waren und alle passenden Codes auf das Bild gezogen wurden. Dadurch, dass immer wieder aufs Neue Stellen ausgewählt und mit einem Code verbunden werden mussten, hat der gesamte Prozess des Kodierens viel mehr Zeit in Anspruch genommen als zuvor erwartet. Das Arbeiten mit den Screenshots, also mit Bildern, war unumgänglich, da die Twitterdaten, die MAXQDA für den gewünschten Zeitraum gesammelt hatte, nicht die Inhalte enthielten, die für das Kodieren nötig waren. So wurden Retweets beispielsweise inhaltlich nicht vollständig angezeigt, was die Analyse unmöglich machte. Erschwerend beim Zeitmanagement kam dazu, dass nicht von mehreren Personen gleichzeitig in der Datei gearbeitet werden konnte. Deshalb musste immer nacheinander kodiert werden, wodurch zusätzlich Zeit verloren ging. Aus dem Grund wurden im Programm MAXQDA nur die Tweets der beiden Parteien AfD und FDP im Zeitraum vom 19. September bis zum 4. Oktober 2018 kodiert. Als zusätzliches Problem kam hinzu, dass es von zu Hause aus nicht möglich war, über den VMware-Client auf MAXQDA zuzugreifen. Ein weiteres Problem stellte die Darstellung der eingefügten Codes auf dem Bild dar. Mit fortschreitender Anzahl an eingefügten Codes wurde es zudem immer schwieriger, die Codebezeichnungen zu lesen, da sie teilweise nur noch als Striche angezeigt wurden und die Bezeichnung nicht mehr auf das Bild passte. Die übergeordneten Hypothesen wurden zwar vorher alle mit einer individuellen Farbe versehen, dennoch wurde die Darstellung zum Schluss ziemlich unübersichtlich. Da auch die auf dem Bild markierten Passagen mit der dazugehörigen Farbe der Hypothese gekennzeichnet wurden, wurde es mit der Zeit immer schwieriger, den Text auf dem Screenshot zu lesen, da zum Teil einige Passagen mehrmals mit einem anderen Code versehen und somit auch wieder neu eingefärbt wurden. Wenn mehrere Codes übereinanderlagen, wurde der Text immer dunkler und schlechter zu lesen. Insgesamt ist die Benutzeroberfläche in MAXQDA durch die vielen Befehle und Icons nicht einfach zu verstehen, wer damit arbeiten möchte, muss sich erst einmal an die Bedienung gewöhnen. Auch der Platz in dem Programm, in dem mit Bildern gearbeitet werden kann, ist relativ klein, wer einen vergleichsweise kleinen Bildschirm hat, hat es dadurch noch schwerer, alles lesen zu können.

6.3 Bewertung von MAXQDA und Vergleich zu SPSS

Zuvor wurde erklärt, wie mit MAXQDA gearbeitet wurde und welche Schwierigkeiten dabei aufgetreten sind. An dieser Stelle soll nun das Programm an sich bewertet werden, auch in Hinblick auf die Möglichkeiten, die SPSS als Programm für Inhaltsanalysen bietet.

Der erste offensichtliche Unterschied ist die Art wie Daten analysiert werden können. In MAXQDA werden die Daten hochgeladen und das Arbeiten ist innerhalb des Programms möglich. Für das Arbeiten mit SPSS muss immer zusätzlich die zu analysierenden Daten geöffnet werden. MAXQDA bietet an der Stelle eine kleine Auswahl an möglichen Dateitypen an. Man kann sowohl Texte als auch Bilder importieren und analysieren. Zudem ist ein großer Vorteil von MAXQDA, dass Twitterdaten direkt von den Accounts runtergeladen und importiert werden können. Leider sind bei der Analyse nicht alle notwendigen Daten aufgelistet, da kaum Informationen, die für die Inhalte sprechen, in der Tabelle gegeben sind. Auch Retweets werden inhaltlich nicht vollständig angegeben, was eine inhaltliche Analyse so gut wie unmöglich macht. Daher musste, wie zuvor in Abschnitt 6.2 beschrieben, auf Screenshots der Tweets zurückgegriffen werden. Daher sind die zu analysierenden Daten, als Screenshots importiert und die Analyse anhand der Bilder ausgewertet worden. An der Stelle hat MAXQDA einen deutlichen Vorteil gegenüber der Arbeit bei SPSS, da direkt in einem Programm gearbeitet wird, kodiert man viel näher an den Daten und hat alle Dateien zusammengetragen und in einem Programm gespeichert. Bei Texten oder Bildern könne die entsprechenden Passagen und Bildausschnitte direkt ausgewählt und markiert werden. Im Falle einer Qualitativen Inhaltsanalyse bietet diese Art des Kodierens am Ende eine deutlich bessere Auswertung, da alle Text- oder Bildstellen mit einem bestimmten Code aufgelistet werden können. Zwar bietet das sehr datennahe Kodieren viele Vorteile, jedoch nimmt es im Vergleich zu dem Codiervorgang bei SPSS auch deutlich mehr Zeit in Anspruch. In Abschnitt 6.2 wurde bereits erwähnt, dass durch den höheren Codieraufwand auch nicht dieselbe Anzahl an Tweets kodiert werden konnte, wie die Gruppe, die in SPSS kodiert hat. In MAXQDA muss die entsprechende Stelle jeweils markiert und dann mit einem Code versehen werden. Dafür sind mehrere Bewegungen des Mauszeigers erforderlich. In SPSS muss jedoch nur eine Zahl an der entsprechenden Stelle eingetragen werden. Der zeitliche Unterschied vermag zunächst nicht allzu gravierend wirken, jedoch summiert sich bei entsprechender Anzahl an Codes eine Vielzahl an Zeit.

Sehr unterschiedlich sind die beiden Programme in ihren Codes. Das zuvor erstellte Codebuch, war auf SPSS angelegt. Jedoch gibt es bei MAXQDA gar keine Unterteilung in Codes und Variablen. Ebenso wenig ist eine Zahl notwendig, um die einzelnen Variablen zu unterscheiden. Bei MAXQDA nennt sich das Codebuch Codesystem und ist sehr frei gestaltbar. Man kann einzelne Codes anlegen und diesen weiteren Codes zuordnen, die wenn man die Stichpunkte zusammenklappt in einem Code zusammengefasst sind. Jeder Code kann aus einzelnen Codes zusammengesetzt werden und damit ohne große Vorgaben ein Codesystem entwickeln. In der Hypothese drei lässt sich ein solcher Fall im Codesystem erblicken (siehe Abschnitt 6.1). Hier konnte innerhalb des Codes "Regierungen anderer Länder" einzeln ausgewählt werden, welche Regierung gemeint war. Auch wenn man das Codesystem einfacher seinen entsprechenden Hypothesen anpassen kann, bietet es viele Tücken bei der späteren Auswertung. Da man an keine festen Vorgaben gebunden ist, muss bei der Quantitativen Analyse stärker auf den Bezug geachtet werden, welche Daten miteinander verglichen werden. Auch sind die Codes nicht in einer gemeinsamen Ebene, sondern eventuell verschachtelter. Bei SPSS stehen alle Variablen auf einer Ebene und lassen sich einfacher vergleichen. In MAXQDA ist die Verschachtelung des Codesystems sowohl positiv als auch negativ zu betrachten, da die Auswertung so erschwert wird.

Ebenso zwiespalten kann man die Möglichkeit der Mehrfachauswahl betrachten. Speziell im Fall von Hypothese sieben (siehe Seite 112) war eine Mehrfachauswahl, auf was sich die einzelnen Hashtags beziehen, möglich. Jedoch muss in so einem Fall in der Auswertung differenziert werden. Die Prozentangaben beziehen sich auf die gesamte Summe an Tweets, wenn aber jedoch mehrere Codes einer Variablen auf einen Tweet angewendet wurden, dann entsprechen die Ergebnisse einer anderen Relation. Eine ähnliche Situation tritt auf, wenn man gar keinen Code anwenden muss. Im Fall von Hypothese eins zum Beispiel (siehe Seite 97) musste keine Verneinung der Variablen ausgewählt werden. Bei dem Kodieren fiel die Entscheidung dazu, diese Verneinungen auch nicht auf das Bild anzuwenden, weil bereits ein Problem mit der Lesbarkeit der Tweets aufgekommen ist, wenn zu viele Codes angewendet wurden. Dies hatte zur Folge, dass in der Auswertung nicht direkt herausgefunden werden konnte, wie viele Tweets nun eigentlich unter die Hypothese eins fallen oder genauer gesagt, ein Bild in dem Tweet eingebunden haben. Die Prozentangaben beziehen sich daher auf die

gesamte Anzahl an Tweets und nicht auf die tatsächliche Anzahl an Bildern. Ein Problem, welches erst bei der Auswertung bewusst wurde und bei der Wiederholung anders behandelt werden würde.

Wenn das Programm MAXQDA am Ende Analyse beurteilt wird, muss deutlich gemacht werden, dass die Inhaltsanalyse über importierte Bilder analysiert wurde. Welche Vor- und Nachteile die Analyse über Texte hat, wird in dieser Arbeit nicht erörtert. Ein großer Nachteil bei dem Codiervorgang war die Übersichtlichkeit. Dadurch, dass die Codes direkt auf das Bild gelegt wurden und durch einen transparenten Kasten markiert wurden, verlor jeder Tweet immer mehr seine Lesbarkeit. Teilweise war es sehr schwierig, die Hashtags gegen Ende jeden Codiervorganges zu lesen, weil zu viele farbliche Überlappungen darüber lagen. Dieser gravierende Nachteil erschwerte die Arbeit enorm. Dieses Problem muss jedoch nicht auftreten, wenn weniger Codes angewendet werden oder Texte in MAXQDA bearbeitet werden. Ein Nachteil des Programms bleibt jedoch bestehen. Es ist kein paralleles Arbeiten an dem Programm möglich. Für Personen, die eine Einzelarbeit entwickeln, sollte dies kein Nachteil darstellen. Bei Gruppenarbeiten jedoch muss kommuniziert werden, wer an welcher Datei arbeitet und diese Dateien müssen immer wieder ausgetauscht werden. Zudem dauert es länger, wenn keine zeitgleiche Arbeit möglich ist und immer abgesprochen werden muss, wer wann arbeitet. Diese Problematik hätte umgangen werden können, wenn das Kopieren von Daten aus einer Datei in die nächste möglich gewesen wäre, aber auch das ist leider noch nicht in MAXQDA möglich.

Am Ende des Kodierens und der Auswertung kann gesagt werden, dass MAXQDA einige Vor- und Nachteile bietet. Jedoch ist das Programm so komplex, dass während der Arbeit sicherlich nur ein Bruchteil der Möglichkeiten, die MAXQDA bietet ergründet wurden. Die Bewertung kann daher nur als Eindruck, aber nicht als gesamte Analyse des Programms angesehen werden. Viele Funktionen und Erkenntnisse sind erst gegen Ende der Arbeit gekommen. Sicherlich sind einige Möglichkeiten, Probleme zu umgehen oder zu lösen, gegeben, aber nicht gefunden worden. Für Personen, die sich nicht intensiv mit dem Programm auseinandersetzen, bleibt daher einiges unklar. Auch bei der Auswertung bietet MAXQDA online eine Vielzahl an Möglichkeiten, die jedoch durch die präzise Bearbeitung und der großen Auswahl, zu komplex ist, um sich mit jeder einzelnen zu befassen.

6.4 Auswertung

Im Folgenden werden die in MAXQDA erfassten Daten einzeln auf die im Codebuch festgelegten Hypothesen bezogen und ausgewertet. Kodiert wurden alle Tweets der beiden Parteien FDP und AfD, die in dem Zeitraum vom 19. September bis zum 4. Oktober 2018 gepostet wurden. Zu beachten ist, dass im Programm MAXQDA nur Tweets aus zwei Wochen betrachtet wurden, die Auswertung der SPSS-Daten bezieht sich auf Tweets, die in einem Zeitraum von vier Wochen abgesetzt wurden. Zudem liegen von der FDP insgesamt weniger Daten vor als von der AfD, die AfD twitterte im selben Zeitraum etwa viermal so viel wie die FDP. Insgesamt liegen dieser Auswertung 311 Screenshots zugrunde. Der AfD sind 259 davon zuzuordnen und der FDP gehören 52 der Screenshots. Die Ergebnisse der Auswertung sind aus dem Grund nur eingeschränkt repräsentativ für die Kommunikation der beiden Parteien auf der Plattform Twitter. Da jedoch in erster Linie eine Bewertung des Programms angestrebt ist, dient die Auswertung zur Beurteilung unter praktischer Anwendung.

Hypothese 1

In der ersten Hypothese sind zwei Aspekte untersucht worden. Zum einen, die zu sehenden Akteure, und zum anderen der Ton und Bezug des Textes.

	FDP	AfD	Total
▲ Hypothese 1 (nur Bilder!)			
▲ Parteiinterne auf Fotos			
1000 - Keine			
1001 - Eine	23,1%	34,0%	32,2%
1002 - Zwei	5,8%	1,1%	1,9%
1003 - Drei	1,9%	1,9%	1,9%
1004 - Vier		1,5%	1,3%
1005 - Fünf oder mehr		1,5%	1,3%
▲ Darstellung der jeweiligen Partei und de			
1010 - äußerst positiv	7,7%	2,7%	3,5%
1011 - eher positiv	7,7%	16,0%	14,6%
1012 - neutral	17,3%	27,5%	25,8%
1013 - eher negativ	1,9%		0,3%
1014 - äußerst negativ			
▲ Parteiexterne			
1020 - Keine (muss nicht ausgewah			
1021 - Eine		8,8%	7,3%
1022 - Zwei		3,1%	2,5%
1023 - Drei		0,4%	0,3%
1024 - Vier			
1025 - Fünf oder mehr		2,3%	1,9%
▲ Darstellung parteiexterner Akteure			
1030 - äußerst positiv		1,1%	1,0%
1031 - eher positiv		0,4%	0,3%
1032 - neutral		3,4%	2,9%
1033 - eher negativ		4,6%	3,8%
1034 - äußerst negativ		7,3%	6,1%
▷ Text auf Bild	38,5%	63,7%	59,6%
▷ Ton des Textes	36,5%	59,2%	55,4%
▷ Bezug des Textes	36,5%	59,9%	56,1%
Σ SUMME	176,9%	300,4%	279,9%
# N = Dokumente	52 (16,6%)	262 (83,4%)	314 (100,0%)

Abbildung 59: Auswertung Hypothese 1 Teil 1, relative Zahlen

Bei beiden Parteien lässt sich ein Schwerpunkt der Darstellung von nur einer/einem parteiinternen Politikerin/Politiker auf den Tweets erkennen. Die FDP hat in all ihren Tweets 23,1 % mit einer/ einem Parteiinternen auf den Bildern abgebildet. Bei der AfD ist dies sogar noch stärker erkennbar mit 34 %. Damit wird jeder dritte Post von einer einem Politikerin/Politiker repräsentiert. Alle anderen Variablen mit "Zwei", "Drei", "Vier" und "Fünf oder mehr" Parteiinternen ist unter zwei Prozent und daher irrelevant. Lediglich die FDP hat bei Zwei Parteiinternen noch eine kleine Ausprägung von 5,8 %. Im Hinblick auf den ebenso schwächeren Schwerpunkt bei nur einer parteiinternen Person, kann man einen größeren Fokus auf die politisch repräsentativen Politiker andeuten.

Wenn die Darstellung der parteiinternen Akteure betrachtet, sind auch hier, wie zu erwarten, parallelen aufzufinden. Beide Parteien stellen Ihre Akteure neutral oder eher positiv beziehungsweise äußerst positiv dar. Die genauen Prozentzahlen lassen sich nur schwer direkt vergleichen, da in der Variable zuvor bereits ein Unterschied hinsichtlich der Anzahl an Parteiinternen auf den Bildern festgestellt wurde und sich die Prozentzahlen immer nur nach der Gesamtanzahl an Tweets richtet. Betrachtet man die Parteien für sich, erkennt man eine größere Tendenz zum Positiven bei der AfD. Hier sind 27,5% neutral und 16% eher positiv. Äußerst positiv sind hier im Vergleich nur 2,7% der Tweets in ihrer Darstellung. Bei der FDP sind 17,3% der Parteiinternen neutral, 7,7% eher positiv und ebenso 7,7% äußerst positiv dargestellt. Da sich die Werte durch den Unterschied in der Anzahl nicht eindeutig vergleichen lassen, kann nur eine etwas positivere Darstellung der Parteiinternen vermutet werden.

Bei der Variablen zu den Parteixternen lässt sich noch schwerer ein Vergleich ziehen, da in der Stichprobe keine Werte von der FDP zu Parteixternen Darstellungen auftreten. Auch bei der AfD tauchen nicht allzu oft parteiexterne Politikerinnen/ Politiker auf. Zumindest bei 8,8% der Tweets wird eine parteiexterne Person abgebildet. Diese werden auch eher negativ beziehungsweise äußerst positiv dargestellt. 7,3 % der Tweets hat eine äußerst negative Darstellung einer parteiexternen Persönlichkeit und zusätzliche 4,6 % haben eine eher negative Darstellung in ihren Bildern. Dahingegen sind nur 1,1 % äußerst positiv dargestellt worden. Wenn man nur die AfD betrachtet, lässt sich hieraus schließen, dass parteiexterne Personen in der Regel von der AfD in ihren Tweets negativ dargestellt werden.

	FDP	AfD	Total
☐ Hypothese 1 (nur Bilder!)			
▸ ☐ Parteilinterne auf Fotos	30,8%	40,1%	38,5%
▸ ☐ Darstellung der jeweiligen Partei und deren Akteure	34,6%	46,2%	44,3%
▸ ☐ Parteiexterne		14,5%	12,1%
▸ ☐ Darstellung parteiexterner Akteure		16,4%	13,7%
▸ ☐ Text auf Bild			
☐ 1040 - ja	36,5%	59,5%	55,7%
☐ 1041 - nein			
▸ ☐ Ton des Textes			
☐ 1040 - sachlich	9,6%	10,7%	10,5%
☐ 1041 - neutral	19,2%	21,8%	21,3%
☐ 1042 - unsachlich	7,7%	26,7%	23,6%
▸ ☐ Bezug des Textes			
☐ 1050 - Person	11,5%	11,8%	11,8%
☐ 1051 - Personengruppe		10,3%	8,6%
☐ 1052 - andere Partei	5,8%	3,8%	4,1%
☐ 1053 - Programm	1,9%	3,1%	2,9%
☐ 1054 - Politik	13,5%	19,5%	18,5%
☐ 1055 - eigene Partei		8,0%	6,7%
☐ 1056 - sonstiges	3,8%	6,5%	6,1%
Σ SUMME	175,0%	298,9%	278,3%
# N = Dokumente	52 (16,6%)	262 (83,4%)	314 (100,0%)

Abbildung 60: Auswertung Hypothese 1 Teil 2, relative Zahlen

Zusätzlich wurde der Text auf den Bildern untersucht. Hier taucht erneut das Problem der unterschiedlichen Anzahl auf. Diesmal gibt es einen deutlichen Unterschied an Texten auf den Bildern. Bei der FDP sind 36,5% der Tweets mit einem Bild und Text. Die AfD hat hier einen deutlich höheren Wert mit 59,5%. Deshalb lässt sich auch hier nur ein Vergleich innerhalb einer Spalte ziehen.

Wenn der Ton des Textes untersucht wird, stellt sich heraus, dass die FDP hier eine deutliche Ausprägung von 19,2% bei der neutralen Ausdrucksweise hat. Der Ton schwankt hier recht gleichmäßig in eine sachliche und eine unsachliche Ausdrucksweise mit 9,6% und 7,7%. Wobei eine ganz leichte Tendenz in den sachlichen Ton interpretiert werden kann. Die AfD unterscheidet sich hier stark von der FDP. Hier ist die deutlichste Ausprägung mit 26,7% bei dem unsachlichen Ton. Die Werte werden sogar in Richtung der sachlichen Ausprägung niedriger. So sind 21,8% der Tweets mit einem neutralen Ton auf den Bildern und 10,7% mit einem sachlichen Ton. In dem Vergleich zwischen den Parteien, lässt sich daraus herleiten, dass der Ton bei der FDP eher ausgeglichen ist und bei der AfD einen starken Schwerpunkt zur unsachlichen Ausdrucksweise vorliegt.

Auch bei dem Bezug des Textes dürfen die Prozentzahlen der Parteien nur indirekt verglichen werden, weil auch hier die Gesamtanzahl an Tweets und nicht die reinen Texte der Prozente

zugrunde liegt. Die FDP hat hier zwei ungefähr gleichmäßig oft bezogene Inhalte. Die FDP bezieht sich am meisten auf ein politisches Thema (13,5%) und auf eine bestimmte Person (11,5%). Eher weniger bezieht sie sich in den Bildern auf andere Parteien (5,8%) und noch weniger auf ihr eigenes Programm (1,9%). Bezug zu ihrer eigenen Partei oder Personengruppe sind in der Stichprobe gar nicht aufgetreten. Die AfD bezieht sich in den Texten der Bilder in ihren Tweets mit 19,5% am häufigsten mit Politik. Mit einem ähnlichen Wert bezieht sie sich recht häufig auf konkrete Personen (11,8%). Im Vergleich taucht hier jedoch ein recht deutlicher Wert bei dem Bezug auf Personengruppen auf, wo die FDP keinen einzigen Tweet mit dem Bezug hatte. Dies tritt ebenso bei dem Bezug zu der eigenen Partei auf, welches zu 8% bei der AfD zu finden ist. Eher weniger wird hier wieder Bezug auf andere Parteien (3,8%) oder dem eigenen Programm (3,1%) genommen. Im Vergleich lassen sich somit sowohl parallelen bei dem Bezug auf Personen und Politik finden, mit dem Unterschied, dass die AfD zusätzlich oft einen Bezug zu Personengruppen und der eigenen Partei setzt.

In der Hypothese sind zwei Aspekte zu untersuchen. Zum einen seien die Bilder der AfD provokativer. Hier lässt sich der zweite Teil der Analyse heranziehen. Bei der AfD sind die Texte unsachlicher und stark auf Politik oder bestimmte Personen oder Personengruppen ausgerichtet. Besonders im zweiten Fall lässt eine unsachliche Ausdrucksweise vermuten, dass eine Provokation hinsichtlich der Person oder Personengruppen stattfinden kann. Bei dem Thema Politik kann diese Vermutung zwar geäußert werden, jedoch hängt es stark vom politischen Thema und den einzelnen Fällen ab, ob eine Provokation vorliegt. Bei der FDP lässt sich keine starke Provokation vermuten, aus dem Grund, dass hier in den meisten Fällen ein neutraler Ton getroffen wurde. Provokationen setzten eine unsachliche Sprache voraus. Damit ist dieser Teil der Hypothese zwar nicht falsifiziert, aber auch nur durch eine Tendenz gestärkt. Der zweite Aspekt der Hypothese sei eine selbstverherrlichende Darstellung der AfD. Hier kann auf den ersten Teil der Analyse Bezug genommen werden. Da beide Parteien einen starken Fokus auf die Abbildung eines Politikers haben, muss hier die Darstellung berücksichtigt werden. Hier zeigte die AfD eine größere Tendenz zur eigenen positiven Darstellung im Vergleich zu der FDP. Zusätzlich muss erwähnt werden, dass die AfD parteiexterne Politikerinnen und Politiker in den meisten Fällen äußerst negativ darstellt. Dadurch, dass die eigene Darstellung positiver abgebildet wird, kann auch der Aspekt der Selbstverherrlichung untermauert werden.

Hypothese 2

Für die zweite Hypothese sind die Art der Tweets und die erwähnten Politiker untersucht worden.

	FDP	AfD	Total
▲ Hypothese 2			
▲ Art des Tweets			
2000 - Bild und Text	34,6%	19,8%	22,3%
2001 - Text	1,9%	2,3%	2,2%
2002 - Es ist ein Retweet (nur retw	53,8%	74,0%	70,7%
2003 - Link und Text	5,8%	0,8%	1,6%
2004 - Video und Text	3,8%	2,7%	2,9%
▲ Erwähnte Politiker (2002: Wer retweete			
2010 - Alice Weidel		9,5%	8,0%
2011 - Georg Pazderski		6,5%	5,4%
2012 - Beatrix von Storch		0,4%	0,3%
2013 - Jörg Meuthen		8,4%	7,0%
2014 - Leif Erik Holm		1,9%	1,6%
2015 - Sonstiger AfD		23,7%	19,7%
2016 - Parteiinterne Seite AfD		27,9%	23,2%
2020 - Christian Lindner	30,8%		5,1%
2021 - Nicola Beer	11,5%		1,9%
2022 - Marco Buschmann	1,9%		0,3%
2023 - Katja Suding	3,8%		0,6%
2024 - Alexander Lambsdorff	3,8%		0,6%
2025 - sonstiger FDP	1,9%		0,3%
2026 - Parteiinterne Seite FDP	9,6%		1,6%
▲ Erwähnung anderer Politiker in Retweet			
2030 - Keine			
2031 - Eine Person	17,3%	21,8%	21,0%
2032 - Zwei Personen	1,9%	7,3%	6,4%
2033 - Drei Personen	3,8%	2,7%	2,9%
2034 - Vier Personen		2,3%	1,9%
Σ SUMME	186,5%	211,8%	207,6%
# N = Dokumente	52 (16,6%)	262 (83,4%)	314 (100,0%)

Abbildung 61: Auswertung Hypothese 2, relative Zahlen

Als Grundlage wurde geschaut, was für Tweets gepostet wurden. Bei beiden Parteien ist ein großer Anteil der Tweets Retweets. Bei der FDP sind es mit 53,8% knapp über die Hälfte. Der Anteil an Retweets bei der AfD ist sogar noch größer. Mit 74% sind fast dreiviertel der Tweets Retweets. An zweiter Stelle steht bei beiden Parteien die Art "Bild und Text". In dieser Art weißt die FDP diesmal mehr Tweets vor. Bei 34,6% der gesamten Tweets handelt es sich um Tweets mit Bild und Text. Bei der AfD sind es 19,8% solcher Tweets. Mit 2,3% für die Variable "Text", 0,8% für "Link und Text" und 2,7% für "Video und Text" nehmen die anderen Arten von Tweets einen sehr geringen Anteil bei der AfD ein. Bei der FDP ist die Art "Link und Text" mit 5,8% vertreten und die anderen beiden Variablen "Text" und "Video und Text" kommen jeweils zu 1,9% und zu 3,8% vor. Da bei beiden Parteien die meisten Tweets Retweets von

Politikern oder anderen Seiten sind, bietet dies eine gute Voraussetzung, um zu untersuchen, welche Seiten geretweetet werden.

Da beide Parteien keinen ähnlichen Anteil an Retweets besitzen, kann wieder kein direkter Vergleich der Zahlen vorgenommen werden. Da aber in der Hypothese die Varianz untersucht werden soll, lässt sich die Verteilung der Prozente innerhalb einer Partei analysieren. Bei der FDP fällt direkt auf, dass der meist erwähnte Politiker Christian Lindner ist. Mit 30,8% taucht er in fast jedem dritten FDP-Post auf. Am zweitmeisten wird Nicola Beer erwähnt. Sie taucht in 11,5% der Tweets auf. Marco Buschmann (1,9%), Katja Suding (3,8%) und Alexander Lambsdorff (3,8%) haben da eine vergleichsweise sehr geringe Erwähnungsquote. Auch andere parteiinterne FDP Seiten werden nur in knapp jedem zehnten Tweet geretweetet (9,6%). Daraus lässt sich herleiten, dass Christian Lindner eine sehr hohe Twitterpräsenz für die FDP besitzt. In den 30,8% sind nicht nur seine Retweets, sondern auch seine Erwähnungen in anderen Arten von Tweets inbegriffen. Damit weist die FDP keine hohe Varianz in den genannten Politikerinnen und Politikern vor. Bei der AfD sieht dies etwas anders aus. Die meistgenannte Politikerin ist Alice Weidel mit 9,5%. Mit nur knapp einem Prozent Unterschied, wird Jörg Meuthen mit 8,4% am zweitmeisten erwähnt und Georg Padzerski mit 6,5% an dritter Stelle. Sie sind alle recht dicht beieinander. Andere Politikerinnen und Politiker wie Beatrix von Storch (0,4%) und Leif Erik Holm (1,9%) sind da vergleichsweise selten erwähnt worden. Den größten Anteil nehmen jedoch parteiinterne Seiten der AfD ein. 27,9% der Tweets sind Retweets von anderen offiziellen Twitterseiten, die die AfD führt. Auch andere AfD Politikerinnen und Politiker, die nicht in der Liste aufgefasst sind, werden mit 23,7% oft erwähnt oder geretweetet. Unter diese Variable fallen viele verschiedene Politikerinnen und Politiker. Daraus lässt sich herleiten, dass viele verschiedene Persönlichkeiten der AfD genannt werden. Auch die bereits aufgelisteten Politikerinnen und Politiker sind nicht in einem zweistelligen Prozentsatz unter den Tweets vertreten. Damit lässt sich durchaus annehmen, dass die zweite Hypothese bestätigt werden kann.

Um diese Vermutung noch weiter zu untermauern, wurde zusätzlich überprüft, wie viele weitere Politiker in einem Retweet erwähnt werden. Auch hier ist die AfD mit weiteren 21,8% von weiteren Nennungen einer Person und 7,3% Nennungen von zwei weiteren Personen, sowie gelegentlichen Nennungen von drei (2,7%) und vier weiteren Personen (2,3%), deutlich breit gefächert. Auch die FDP nennt in 17,3% der Tweets eine/ einen weitere/weiteren Politikerin/

Politiker. Dennoch weichen die Werte im Zusammenhang mit den Ergebnissen aus der vorherigen Variablen deutlich von denen der AfD ab. Es kann weiterhin davon ausgegangen werden, dass Hypothese zwei bestätigt werden kann.

Hypothese 3

Für die dritte Hypothese wurden die Inhalte und deren Bewertung, sowie das abgebildete Verhältnis zu Ausländern, untersucht. In der Hypothese wird davon ausgegangen, dass nur Tweets mit einem politischen Thema analysiert werden. Da leider keine Schnittmengenanalyse mit MAXQDA möglich ist, findet dieser Aspekt keine Beachtung in der Untersuchung.

	FDP	AFD	Total
▲ Hypothese 3			
▲ Inhalt des Tweets			
3000 - anderes Thema	25,0%	18,7%	19,7%
3001 - Flüchtlinge und Ausländer	5,8%	20,2%	17,8%
3002 - Soziales		5,7%	4,8%
3003 - EU	11,5%	3,4%	4,8%
▲ 3004 - Regierung anderer Länder	1,9%	2,3%	2,2%
3010 - Türkei	1,9%	1,5%	1,6%
3011 - Russland			
3012 - USA			
3013 - Österreich			
3014 - Frankreich			
3015 - Großbritannien		0,4%	0,3%
3016 - Sonstige			
3005 - Deutsche Politik	30,8%	39,7%	38,2%
3006 - Wirtschaft	3,8%	3,4%	3,5%
3007 - Bildung	15,4%	1,5%	3,8%
3008 - Gesellschaft	5,8%	6,9%	6,7%
▲ Bewertung des Inhalts			
3020 - äußerst positiv	9,6%	11,8%	11,5%
3021 - eher positiv	17,3%	10,7%	11,8%
3022 - neutral	30,8%	14,5%	17,2%
3023 - eher negativ	34,6%	33,6%	33,8%
3024 - äußerst negativ	3,8%	25,2%	21,7%
▲ Verhältnis zu Ausländern			
3030 - äußerst freundlich		0,4%	0,3%
3031 - eher freundlich		0,8%	0,6%
3032 - neutral	7,7%	1,9%	2,9%
3033 - eher feindlich		19,1%	15,9%
3034 - äußerst feindlich		8,4%	7,0%
Σ SUMME	205,8%	230,2%	226,1%
# N = Dokumente	52 (16,6%)	262 (83,4%)	314 (100,0%)

Abbildung 62: Auswertung Hypothese 3, relative Zahlen

Die behandelten Themen in den Tweets unterscheiden sich von der FDP und der AfD deutlich. Beide haben zwar mit 30,8% (FDP) und 39,7% (AfD) die Schwerpunktthemen bei der deutschen Politik, jedoch die restlichen Inhalte werden unterschiedlich intensiv behandelt. An zweiter Stelle steht bei der AfD das Thema "Flüchtlinge und Ausländer". 20,2% der Tweets befasst sich mit dem Thema. Bei der FDP sind es nur 5,8% der Tweets. Sie befasst sich dahingegen stärker mit Themen wie "EU" und "Bildung". Die EU behandeln 11,5% der Tweets und das Thema Bildung greifen 15,4% der Tweets auf. Bei den AfD Tweets werden beide Themen eher geringfügig diskutiert. Themen zur EU nur in 3,4% und Bildung sogar nur in 1,5% der Tweets. Dafür wird das Thema "Soziales" in 5,7% der AfD Tweets behandelt, welches in keinem der Tweets der FDP in dieser Stichprobe erwähnt wird. Relativ gleichwertig werden die Inhalte "Regierungen anderer Länder", "Wirtschaft" und "Gesellschaft" betrachtet. Mit 1,9% (FDP) und 2,3% (AfD) für andere Regierungen, 3,8% (FDP) und 3,4% (AfD) für Wirtschaft und 5,8% (FDP) und 6,9% (AfD) für Inhalte zur Gesellschaft, nehmen diese Themen bei beiden Parteien einen vergleichsweise geringen Anteil ein. Zusammenfassend lässt sich daraus herleiten, dass beide Parteien sich stark mit deutscher Politik auseinandersetzen. Die FDP zusätzlich mit Themen wie EU und Bildung und bei der AfD ist das Thema Flüchtlinge und Ausländer zusätzlich noch sehr präsent.

Auch bei der Bewertung der Inhalte zeigen sich Unterschiede zwischen den Parteien. Eine Gemeinsamkeit besitzen sei jedoch. Grundsätzlich werden bei beiden Parteien die meisten Tweets "eher negativ" bewertet. Mit 34,6% bei der FDP und 33,6% bei der AfD zeigt sich für beide Parteien einen eher negativen Schwerpunkt, die Inhalte zu bewerten. Dies vermag an ihrer Rolle als Opposition in der aktuellen politischen Lage liegen. Wie die restlichen Tweets tendenziell bewertet werden, unterscheidet sich nun zwischen den Parteien. Bei der FDP werden ebenso 30,8% der Tweets neutral bewertet und damit fast genauso oft, wie sie eher negativ gewertet wurden. Eine Ausprägung hin zur starken negativen Wertung lässt sich, durch die 3,8% an Tweets mit einem äußerst negativen Ton, verneinen. Nicht ganz so oft, aber trotzdem beachtlich, werden die Tweets eher positiv mit einem Satz von 17,3% und äußerst positiv mit 9,6% bewertet. Dadurch lässt sich kein eindeutiger Schwerpunkt für die Bewertung der Inhalte von der FDP festlegen. Die meisten Tweets haben zwar einen eher negativen Ton, aber eine große Anzahl an Tweets ist neutral oder auch positiv verfasst. Bei der AfD verteilt sich die Bewertung etwas anders. Anders als bei der FDP sind die Tweets neben dem "eher negativen" Schwerpunkt, am zweitmeisten "äußerst negativ" bewertet worden. Mit zusätzlichen 25,2%

sind über die Hälfte der Tweets im negativen Bereich. Eine neutrale Bewertung haben vergleichsweise nur 14,5% der Tweets erhalten. In den positiven Bereich fallen mit 10,7% für eine "eher positive" Bewertung und 11,8% für eine "äußerst positive" Bewertung zwar auch eine beachtliche Menge, jedoch im Vergleich zu der starken negativen Ausprägung, erscheint dieser vergleichsweise gering. Damit lässt sich für die AfD der erste Teil der Hypothese bestätigen, da sie den Großteil der Tweets negativ bewerten und das im Vergleich zu der FDP auch mit einem stärkeren Schwerpunkt.

In dem zweiten Teil der Hypothese soll untersucht werden, ob die AfD Personengruppen feindlicher gegenübersteht als die FDP. In der Untersuchung wurde auf das Verhältnis zu Ausländern, und wie diese bewertet werden, eingegangen. Ein guter Vergleich mit der FDP lässt sich an der Stelle nicht anfügen, da bereits in der ersten Variablen festgestellt wurde, dass das Thema Flüchtlinge und Ausländer bei der FDP wenig behandelt wird. Auch zeigt sich in der dritten Variablen, dass wenig Wertung möglich war. Nur in 7,7% der Tweets konnte ein Verhältnis zu Ausländern in den Tweets festgestellt werden und dieses wurde zudem nur neutral beschrieben. Bei der AfD wird das Thema intensiver behandelt, wie bereits festgestellt wurde. Wenn das beschriebene Verhältnis zu den Flüchtlingen und Ausländern betrachtet wird, lässt sich, ähnlich wie bei der Bewertung der Inhalte, eine klare Tendenz erkennen. In 19,1% der Tweets ist ein "eher feindliches" Verhältnis abgebildet und bei 8,4% sogar eine "äußerst feindliche" Bewertung. Auch hier ist der Schwerpunkt recht deutlich. Freundliche Äußerungen sind in einem Prozentbereich unter ein Prozent und daher kaum vorhanden. Auch ein neutrales Verhältnis ist nur in 1,9% der Tweets aufgetreten. Auch der zweite Teil der Hypothese kann daher bestätigt werden.

Hypothese 4

Um diese Hypothese in ihrer Gänze überprüfen zu können, wird sie in zwei Auswertungsabschnitte unterteilt. Zu beachten ist, dass negative Äußerungen über Parteien und Politiker/Politikerinnen nicht zwangsläufig bedeuten, dass diese kritisiert werden. Daher wird die Wertung der Parteien und Politiker/Politikerinnen getrennt von der Art der Kritik ausgewertet. Am Ende werden beide Ergebnisse zusammengeführt, um ein umfassendes Bild von der Behandlung von außenstehenden Parteien bzw. Politikern/Politikerinnen zu erhalten. Zudem werden

Tweets, in denen speziell Angela Merkel erwähnt wird, hier nicht mit aufgeführt, da diese Tweets gesondert unter der nächsten Hypothese behandelt werden.

	FDP	AfD
Hypothese 4		
Erwähnung von anderen Parteien		
4001 - werden erwähnt	9,62	21,76
Erwähnung anderer Politiker (außer Merkel)		
4011 - werden erwähnt	9,62	20,23
Alle Angaben in Prozent		

Tabelle 2: Hypothese 4 „Anteil von Erwähnungen von Parteien und Politikern“, relative Zahlen

Wenn man sich die Tabelle ansieht, lässt sich vorab feststellen, dass die AfD in ihren Tweets ungefähr doppelt so häufig wie die FDP andere Parteien bzw. Politiker/Politikerinnen anspricht. Dies lässt auf eine unterschiedliche Agenda schließen. Was die AfD betrifft, so konzentriert sie sich scheinbar stärker auf die Kontrolle anderer politischer Akteure, statt lediglich ihr eigenes Parteiprogramm zu verbreiten (wobei die Bewertung von Anderen auf eine eigene Haltung schließen lassen kann).

	FDP	AfD
Hypothese 4		
Wertung der Parteien		
4020 - äußerst positiv	0,00	0,00
4021 - eher positiv	0,00	0,38
4022 - neutral	1,92	4,58
4023 - eher negativ	7,69	8,02

4024 - äußerst negativ	0,00	8,02
Wertung der Politiker		
4020 - äußerst positiv	0,00	0,76
4021 - eher positiv	1,92	0,38
4022 - neutral	0,00	2,67
4023 - eher negativ	5,77	9,16
4024 - äußerst negativ	0,00	7,63
Alle Angaben in Prozent		

Tabelle 3: Hypothese 4 „Wertung der Parteien und der Politiker“, relative Zahlen

Die zweite Tabelle zeigt, wie die in den Tweets aufgeführten Parteien und Politiker/Politikerinnen bewertet werden. Auffällig ist, dass keine der beiden untersuchten Parteien andere Parteien in ein positives Licht stellt. In einem einzigen Tweet stellt die AfD eine Partei „eher positiv“ dar, wohingegen die FDP keine einzige Partei als eher positiv bewertet hat. Wenn man sich diesen Ausreißer ansieht, so ist festzustellen, dass die AfD hier eine Aktion lobt, welche mit ihrer eigenen Agenda konform ist. Der Inhalt wurde in diesem Fall als Partei und nicht als Politiker kodiert, da hier keine weiteren Informationen über die Person, außer ihrer Gesinnung, vorliegen. Jedoch lässt sich sicher sagen, dass sie die Agenda der Partei Die Linke vertritt und stellvertretend für sie gehandelt hat.

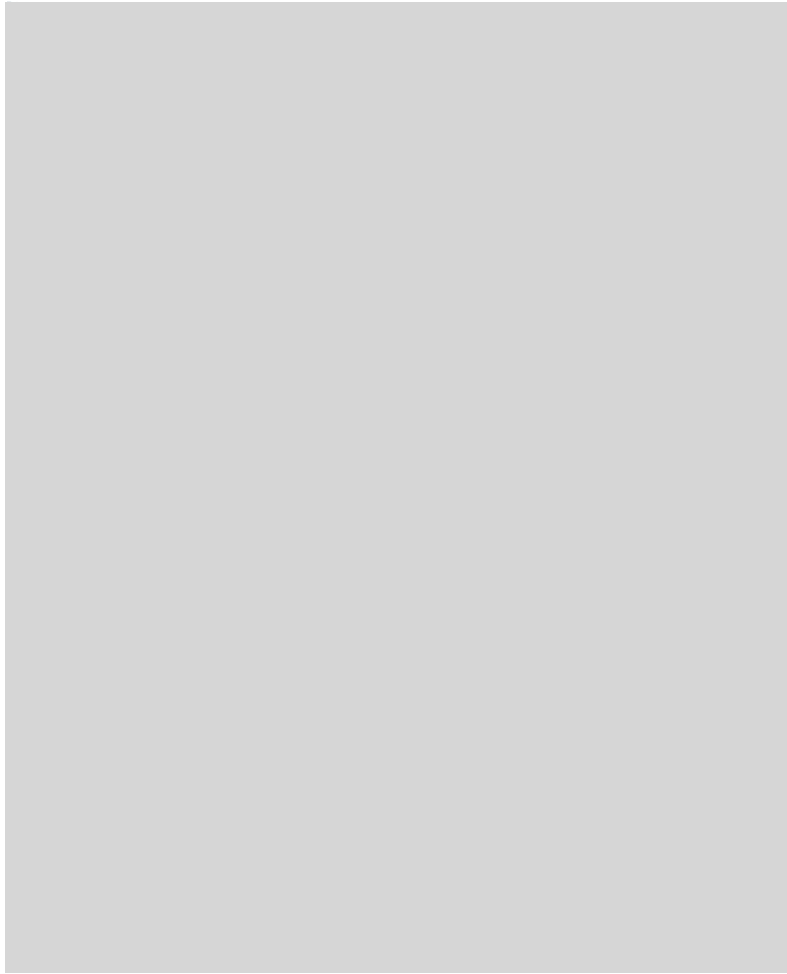


Abbildung 63: Bild: Ausreißer „Bewertung der Parteien“

Keine der Parteien sprach äußerst positiv von anderen Parteien. Wenn von anderen Parteien gesprochen wird, so meist in einem negativen Kontext. Dies handhaben beide Parteien so, die AfD stellt jedoch auch viele Parteien als „äußerst negativ“ dar. 21 Prozent der Tweets der AfD beinhalten eine Erwähnung von anderen Parteien. Davon wurden 38,2 Prozent als „äußerst negativ“ kodiert. Trotz der geringfügig höheren Anzahl von etwa 2 Prozentpunkten an „neutral“ bewerteten Parteierwähnungen kann zusammenfassend gesagt werden, dass in den Tweets der AfD politische Parteien negativer dargestellt werden als bei der FDP. Parteien sind zudem prozentual öfter Inhalt in Tweets der AfD.

Bei der Bewertung von Politikern/Politikerinnen zeigt sich nahezu dasselbe Bild: Sie werden von beiden Parteien eher negativ bewertet. Die FDP liegt mit 1,92 Prozent in etwa eineinhalb Prozentpunkte über der AfD, wenn es darum geht, dass Politiker als „eher positiv“ bewertet wurden. Die AfD hat jedoch in 0,76% Prozent ihrer Tweets die Politiker als „äußerst positiv“

dargestellt. Das entspricht 3,7 Prozent der gesamten Politikerbewertungen. Aber auch ins Negative reißt die AfD aus, wohingegen die FDP keinen Politiker als „äußerst negativ“ darstellt.

Negative Bewertung und Kritik sind nicht dasselbe, jedoch liegt die Vermutung nahe, dass in den Tweets der AfD, welche im Vergleich Parteien und Politiker/Politikerinnen negativer darstellt, auch mehr kritisiert wird als in denen der FDP. Diese Vermutung bestätigt sich, wenn man sich die folgenden Zahlen ansieht:

	FDP	AfD
Hypothese 4		
Wertung der Kritik an Parteien		
4040 - konstruktiv	1,92	0,38
4041 - neutral	3,85	6,49
4042 - destruktiv	1,92	5,34
Wertung der Kritik an Politiker		
4040 - konstruktiv	3,85	1,53
4041 - neutral	3,85	5,34
4042 - destruktiv	0,00	3,82
Alle Angaben in Prozent		

Tabelle 4: Hypothese 4 „Wertung der Kritik der Parteien und der Politiker“, relative Zahlen

Die Kritik der AfD fällt wesentlich destruktiver, also weniger sachlich aus als bei der FDP. Die seltene Kodierung von „konstruktiver Kritik“ bei der AfD bestätigt diesen Eindruck.

Zusammenfassend kann man die aufgestellte Hypothese bestätigen: Die AfD verfährt in ihren Tweets, welche Parteien oder Politiker/Politikerinnen erwähnen, kritischer und stellt diese negativer dar als es die FDP tut.

Hypothese 5

Die Kritik der AfD fällt wesentlich destruktiver, also weniger sachlich aus als bei der FDP. Die seltene Kodierung von „konstruktiver Kritik“ bei der AfD bestätigt diesen Eindruck.

Zusammenfassend kann man die aufgestellte Hypothese bestätigen: Die AfD verfährt in ihren Tweets, welche Parteien oder Politiker/Politikerinnen erwähnen, kritischer und stellt diese negativer dar als es die FDP tut.

	FDP	AfD
Hypothese 5	0,00	0,00
Erwähnung von Handlungen und Entscheidungen Angela Merkels	0,00	0,00
5000 - wird nicht erwähnt (muss nicht ausgewählt werden)	0,00	0,00
5001 - wird direkt adressiert	9,62	11,83
5002 - wird erwähnt, jedoch nicht von Relevanz	0,00	2,29
Darstellung und Wertung der Kanzlerin	0,00	0,00
5010 - äußerst positiv	0,00	0,00
5011 - eher positiv	0,00	0,00
5012 - neutral	0,00	0,38
5013 - eher negativ	9,62	3,44
5014 - äußerst negativ	0,00	8,40
Kritik an der Kanzlerin	0,00	0,00
4040 - konstruktiv	3,85	0,00
4041 - neutral	5,77	2,29
4042 - destruktiv	0,00	6,49

Tabelle 5: Hypothese 5, relative Zahlen

In dieser Tabelle ist zu sehen, dass Angela in insgesamt 9,62 Prozent der Fälle bei der FDP und in 11,83 Prozent der Fälle bei der AfD direkt adressiert wird. Beide Parteien beschäftigen sich in ihren Tweets also in etwa gleich oft mit der Kanzlerin. Die Bewertung und Kritik fällt jedoch anders aus. Während die FDP die Kanzlerin durchweg „eher negativ“ darstellt, wird sie bei der

AfD in 68,8 Prozent der Fälle, wo sie direkt adressiert wird, „äußerst negativ“ dargestellt. Die Bewertung fällt wesentlich harscher aus.

Bei der Kritik werden die Unterschiede der Parteien noch größer. Die FDP bringt in 40 Prozent der Fälle, in denen sie Angela Merkel kritisiert, „konstruktive“ Kritik an, wohingegen dies die AfD überhaupt nicht tut. Gegenteilig sind bei ihr 73,9 Prozent der Kritiken „destruktiv“.

Somit ist Hypothese 5 bestätigt. Wenngleich die Kanzlerin auch von Seiten der FDP kritisiert wird, so fällt die Kritik und Bewertung der AfD wesentlich negativer und feindlicher aus.

Hypothese 6

Für die Überprüfung dieser Hypothese wurden die Tweets, in welchen politische Themen angesprochen wurden erfasst und bewerteten sie nach Wirkung, Orientierung und Auslage. Folgende Ergebnisse kamen dabei heraus:

	FDP	AfD
Hypothese 6	0,00	0,00
Politisches Thema	0,00	0,00
6000 - konkretes politisches Thema (aktuell)	38,46	44,66
6001 - allgemein politisches Thema	32,69	27,10
6002 - anderes Thema	21,15	17,94
Umgang mit politischem Thema	0,00	0,00
6010 - nicht lösungsorientiert	7,69	30,15
6011 - neutral	28,85	32,44
6012 - lösungsorientiert	36,54	15,27
Auslage des Themas	0,00	0,00
6020 - vorwurfsvoll	26,92	50,00
6021 - neutral	36,54	13,36
6022 - nicht vorwurfsvoll	9,62	15,27
Wirkung des Tweets	0,00	0,00
6030 - nicht unruhestiftend	42,31	20,23

6031 - neutral	25,00	29,77
6032 - unruhestiftend	5,77	30,15
Alle Angaben in Prozent		

Tabelle 6: Hypothese 6, relative Zahlen

Es ist vorab zu erkennen, dass sich beide Parteien in etwa gleich viel mit politischen Themen beschäftigen. Die Themen werden jedoch bedeutsam unterschiedlich dargestellt. Mit etwas über 30 Prozent, im Vergleich zu knapp 8 Prozent bei der FDP, sind die Tweets der AfD oft „nicht lösungsorientiert“. Zudem sind mit etwa 15 Prozentpunkten Abstand die Tweets der FDP „lösungsorientierter“, als bei der AfD. Sie scheint nicht so stark an Lösungen interessiert zu sein, oder beschränkt sich darauf, Fehler aufzuzeigen. Dies wird durch die folgenden Punkte untermalt. Die Auslage der politischen Themen ist bei der AfD überwiegend vorwurfsvoll, wohingegen die FDP eine neutralere Auslage verzeichnen kann. Ebenso sind die Tweets der AfD oft als „unruhestiftend“ zu werten. Die Tweets sprechen die Ängste der Bürger an, ein Mittel, welches populistischen Parteien eigen ist.

So lässt sich also auch Hypothese 6 bestätigen. Es liegen große Unterschiede zwischen dem Umgang, der Auslage und Wirkung zwischen den Tweets der AfD und FDP vor. Die Tweets der AfD sind hierbei im Gegensatz zu denen der FDP selten lösungsorientiert, die Themen werden eher vorwurfsvoll ausgelegt und wirken unruhestiftend.

Hypothese 7

Hypothese 7 fällt unter die Kategorie „Sprache“. Es wird angenommen, dass die FDP ihre Hash-tags überwiegend auf politische Themen bezieht, die AfD dagegen am häufigsten ihren eigenen Parteinahmen als Hashtag in den Tweet einbaut. Um diese Hypothese zu untersuchen, wurden 314 Tweets aus dem Zeitraum vom 19. September bis zum 4. Oktober 2018 analysiert. 52 Tweets stammten dabei von der FDP, 262 von der AfD. Zunächst wurde erfasst, wie viele Hash-tags insgesamt in dem Tweet gesetzt wurden, danach wurde angegeben, worauf sich die gesetzten Hash-tags beziehen.

	FDP	AfD	Total
Hypothese 7	0	0	0
Vorkommen von Hashtags im Tweet	0	0	0
7000 - keine Hashtags	8	21	29
7001 - 1 Hashtag	10	37	47
7002 - 2 Hashtags	11	67	78
7003 - 3 Hashtags	11	64	75
7004 - mehr als 3 Hashtags	12	73	85
Mindestanzahl gesetzter Hashtags	113	655	768
Ausgewertete Hashtags	63	570	633
Bezug der Hashtags	0	0	0
7010 - auf eigene Partei	6	233	239
7011 - andere Partei/ Politiker	14	65	79
7012 - Politik	16	44	60
7013 - Politisches Thema (aktuelles)	8	124	132
7014 - Sonstiges	19	104	123
N = Dokumente	52	262	314

Tabelle 8: Auswertung Hypothese 7, absolute Zahlen:

	FDP	AfD	Total
Hypothese 7	0,00	0,00	0,00
Vorkommen von Hashtags im Tweet	0,00	0,00	0,00
7000 - keine Hashtags	15,38	8,02	9,24
7001 - 1 Hashtag	19,23	14,12	14,97
7002 - 2 Hashtags	21,15	25,57	24,84
7003 - 3 Hashtags	21,15	24,43	23,89
7004 - mehr als 3 Hashtags	23,08	27,86	27,07
Bezug der Hashtags	100,00	100,00	100,00
7010 - auf eigene Partei	9,52	40,88	37,76
7011 - andere Partei/ Politiker	22,22	11,40	12,48
7012 - Politik	25,40	7,72	9,48
7013 - Politisches Thema (aktuelles)	12,70	21,75	20,85
7014 - Sonstiges	30,16	18,25	19,43
N = Dokumente	100,00	100,00	100,00
Alle Angaben in Prozent			

Tabelle 7: Auswertung Hypothese 7, Prozentangaben

Bei der Auswertung hat sich gezeigt, dass sich die beiden Parteien zunächst bei der Anzahl der verwendeten Hashtags in einem Tweet nicht stark voneinander unterscheiden. In 23 Prozent der abgesetzten Tweets hat die FDP mehr als drei Hashtags gesetzt, in 21 Prozent der Tweets genau drei, ebenfalls 21 Prozent der Tweets waren mit zwei Hashtags versehen, in 19 Prozent der Fälle wurde einer gesetzt und 15 Prozent aller untersuchten Tweets hatten keinen. Bei der AfD hatten 27 Prozent der Tweets mehr als drei Hashtags, 24 Prozent hatten genau drei, 25 Prozent waren mit zwei Hashtags versehen, 14 Prozent hatten einen und 8 Prozent keinen. Die Werte weichen nicht stark voneinander ab, jedoch ist bei der AfD die Tendenz zu erkennen, dass die Partei eher dazu neigt, mehr Hashtags in einem Tweet zu setzen.

Ein großer Unterschied ist dagegen beim Bezug der Hashtags zu erkennen. Für 633 von mindestens 768 verwendeten Hashtags wurde der Bezug kodiert, das heißt die Angabe fehlt für rund 18 Prozent der Hashtags. Das ist dadurch zu erklären, dass die Codierer unterschiedlich gearbeitet haben und zum Beispiel mehrere Tweets auf einmal markiert und mit einem Code versehen haben, wenn diese denselben Bezug hatten. Der Großteil der Hashtags wurde allerdings erfasst und lässt erkennen, dass die beiden Parteien verschiedene Schwerpunkte beim thematischen Bezug ihrer Hashtags legen. Die AfD bezieht mehr als 40 Prozent ihrer Hashtags auf die eigene Partei, das heißt sie nutzt den Hashtag „AfD“ oder ein zusammengesetztes Hashtag aus „AfD“ und weiteren Begriffen, zum Beispiel „#nurnochAfD“ oder „AfDimBundestag“. Bei der FDP ist das bei nicht einmal 10 Prozent der Hashtags der Fall. Die FDP hingegen nimmt mit ihren Hashtags deutlich öfter als die AfD auf andere Politiker und Parteien oder allgemeine politische Themen Bezug. Die AfD wiederum beschäftigt sich stärker mit politischen Themen, die aktuell relevant sind: Mehr als 21 Prozent der Hashtags nehmen Bezug auf aktuelle Entwicklungen. 30 Prozent der FDP-Hashtags können in keinen der genannten Themenbereiche eingeordnet werden und fallen in die Kategorie „Sonstiges“. Bei der AfD sind es nur etwa 18 Prozent.

Insgesamt kann gesagt werden, dass beide Parteien mit ihren Hashtags mehr als nur die beiden in der Hypothese genannten Themenbereiche ansprechen, jedoch eindeutige Schwerpunkte ausgemacht werden können. Während die FDP tatsächlich eher auf politische Themen und andere Akteure aus der Politik eingeht, ist es der AfD wichtig, den eigenen Parteinamen als Hashtag zu verlinken. Die Hypothese trifft inhaltlich also zu.

Interessant ist auch, dass die AfD eher auf aktuelle als auf allgemein politische Themen eingeht. Dies ist unter anderem dadurch zu erklären, dass die AfD generell viel mehr auf Twitter postet als die FDP im selben Zeitraum und somit auch schneller auf Themen reagieren kann, während sie noch aktuell sind und diskutiert werden. Die Wahl der Hashtags wirkt bei der AfD durchdachter als bei der FDP, die Hashtags der AfD haben meist einen klaren Bezug, die der FDP fallen zu fast einem Drittel in die Kategorie „Sonstiges“. Vermutlich haben sich die AfD-Akteure auf einheitliche Hashtags geeinigt, der Hashtag „AfD“ zum Beispiel wird von vielen Profilen genutzt, sowohl von einzelnen Politikern als auch von übergeordneten Institutionen, wie zum Beispiel Parteiverbände. Durch die Wahl eines gezielten Hashtags ist es für Interessierte einfacher, die gewünschten Inhalte zu finden. Wenn Hashtags besonders häufig genutzt werden, können sie „trends“ und werden auf der Twitter-Startseite angezeigt. So wird eine hohe Reichweite generiert. Womöglich nutzt die AfD festgelegte Hashtags, um diesen Prozess in Gang zu setzen. Dazu passt auch, dass sie häufig zu aktuellen Themen postet.

Hypothese 8

Die Hypothese 8 fällt in die Kategorie „Inhalt“. Es soll untersucht werden, welche der beiden Parteien eher dazu neigt, Publikationen eines parteiunabhängigen Mediums auf dem eigenen Twitter-Profil zu thematisieren, beziehungsweise wiederzugeben. Bei der Formulierung der Hypothese wurde davon ausgegangen, dass die FDP eher Inhalte der öffentlichen Presse teilt als die AfD. Ob das zutrifft, soll analysiert werden. 314 Tweets aus dem Zeitraum vom 19. September bis zum 4. Oktober 2018 wurden dazu in MAXQDA kodiert. 52 Tweets stammten dabei von der FDP, 262 von der AfD. Es wurde nachgesehen, ob die Parteien Inhalte der Presse sowohl in Bildern als auch im Text des Posts erwähnt oder retweetet haben.

	FDP	AfD	Total
Hypothese 8	0	0	0
Inhalte der Öffentlichen Presse	0	0	0
8000 - Retweet Öffentliche Presse	0	6	6
8001 - Erwähnung Öffentliche Presse	3	49	52
8002 - Keine Öffentliche Presse	49	207	256
N = Dokumente	52	262	314

Tabella 9: Auswertung Hypothese 8, absolute Zahlen

	FDP	AfD	Total
Hypothese 8	0,00	0,00	0,00
Inhalte der Öffentlichen Presse	0,00	0,00	0,00
8000 - Retweet Öffentliche Presse	0,00	2,29	1,91
8001 - Erwähnung Öffentliche Presse	5,77	18,70	16,56
8002 - Keine Öffentliche Presse	94,23	79,01	81,53
N = Dokumente	100,00	100,00	100,00

Tabelle 10: Auswertung Hypothese 8, Prozentangaben

Bei der Auswertung hat sich gezeigt, dass die FDP in ihren im untersuchten Zeitraum abgesetzten Tweets keine Inhalte der Presse geretweetet hat. In 5 Prozent der Tweets wurde ein unabhängiges Medium erwähnt, insgesamt weisen aber 94 Prozent der Tweets keine Presse-Inhalte auf. Bei der AfD waren nur 79 Prozent der Tweets ohne Presse-Inhalt, in 18 Prozent wurde die Presse zumindest erwähnt, in zwei Prozent der Tweets wurde ein Inhalt von einem Account eines unabhängigen Mediums retweetet.

Die Hypothese konnte in diesem Fall nicht bestätigt werden, anders als angenommen thematisiert die AfD öfter als die FDP Publikationen eines parteiunabhängigen Mediums auf dem eigenen Twitter-Account. Diese Annahme basierte auf der Tatsache, dass die AfD häufig die Presse dafür kritisiert, befangen zu sein und nicht unabhängig zu berichten. Darum wurde nicht davon ausgegangen, dass die AfD Twitter nutzt, um Presse-Inhalte zu teilen. In der Auswertung hat sich aber gezeigt, dass die AfD doch Presse-Inhalte teilt, allerdings nicht nur um Informationen weiterzugeben, sondern auch um das Medium öffentlich zu kritisieren. So retweetete die bundesweite AfD-Twitterseite zum Beispiel am 20. September 2018 einen Tweet der AfD Thüringen, in dem diese der Tagesschau vorwarf, „erfolgreich die Arbeit von linksunten.indymedia.org“ fortzusetzen. Am 23. September 2018 kritisierte Jörg Meuthen die Frankfurter Rundschau dafür, „alle Parteien“ zu einer Wahl-Diskussion eingeladen zu haben, mit Ausnahme der AfD. Die Medien wurden aber auch erwähnt, um auf Inhalte aufmerksam zu machen, die die AfD für interessant hält. Am 1. Oktober beispielsweise retweetete die AfD-Seite einen Post von Alice Weidel, in dem sie ein Interview von sich mit der Rheinischen Post

erwähnte. Die FDP erwähnt Medien in Tweets nur, um auf deren Inhalte aufmerksam zu machen, nicht um ihre Berichterstattung zu kritisieren.

Hypothese 9

Auch Hypothese 9 fällt in die Kategorie „Inhalt“. Hier wurde untersucht, welche der beiden Parteien häufiger Aussagen, die die Liebe zum Vaterland, in diesem Fall Deutschland, thematisieren, tätigt. In der Hypothese wird angenommen, dass dies häufiger bei der AfD der Fall ist. Um das zu überprüfen, wurden wieder 314 Tweets aus dem Zeitraum vom 19. September bis zum 4. Oktober 2018 analysiert. 52 Tweets stammten dabei von der FDP, 262 von der AfD. Zunächst wurde festgestellt, ob eine patriotische Aussage in Bilder oder Text vorliegt. Wenn ja, wurde eingeschätzt, ob diese eher harmlos, radikal oder extremistisch ist.

Die Auswertung hat ergeben, dass in fast 2 Prozent der FDP-Tweets eine patriotische Aussage getätigt wurde, bei der AfD waren es 13 Prozent. Wenn die FDP eine patriotische Aussage gemacht hat, war sie harmlos. Bei der AfD waren 77 Prozent harmlos, 20 Prozent radikal und fast drei Prozent extremistisch.

	FDP	AfD	Total
Hypothese 9	0,00	0,00	0,00
Patriotische Äußerung	0,00	0,00	0,00
9000 - Ja	1,92	13,36	11,46
9001 - Nein	98,08	86,64	88,54
Bewertung der Patriotischen Äußerung	100,00	100,00	100,00
9010 - Harmlose Äußerung	100,00	77,14	77,78
9011 - Radikale Äußerung	0,00	20,00	19,44
9012 - Extremistische Äußerung	0,00	2,86	2,78
N = Dokumente	100,00	100,00	100,00
Alle Angaben in Prozent			

Tabelle 11: Auswertung Hypothese 9, Prozentzahlen

	FDP	AfD	Total
Hypothese 9	0	0	0
Patriotische Äußerung	0	0	0
9000 - Ja	1	35	36
9001 - Nein	51	227	278
Bewertung der Patriotischen Äußerung	1	35	36
9010 - Harmlose Äußerung	1	27	28
9011 - Radikale Äußerung	0	7	7
9012 - Extremistische Äußerung	0	1	1
N = Dokumente	52	262	314

Tabelle 12: Auswertung Hypothese 9, absolute Zahlen

Die Hypothese, dass die AfD eher patriotische Aussagen veröffentlicht als die FDP, trifft somit zu. Wenn die AfD patriotische Inhalte veröffentlicht, neigt sie eher als die FDP dazu, radikale oder sogar extremistische Aussagen zu treffen. Bei der Bewertung des Inhalts muss jedoch erwähnt werden, dass diese trotz vorher im Codebuch festgelegter Definitionen zum großen Teil auf subjektiven Empfindungen des jeweiligen Codierers beruht.

6.5 Fazit der Auswertung

Die Ergebnisse der Auswertung der Hypothesen werden im Folgenden auf die übergeordnete Forschungsfrage bezogen. Die Forschungsfrage behandelt drei Themenschwerpunkte: Zum einen sollen die Themen, welche die Parteien FDP und AfD auf ihren Twitterprofilen behandeln, herausgestellt werden. Die Hypothesen 1, 3, 6, 7 und 9 befassen sich mit dieser Problematik. Zum anderen soll aufgezeigt werden, wie die beiden Parteien parteiinterne und parteiexterne Personen darstellen. Dazu werden die Hypothesen 1 bis 5 betrachtet. Des Weiteren sollen die Auswertungen der Hypothesen 4, 7 und 8 den Teil der Forschungsfrage beantworten, in dem nach der Darstellung parteiinterner und parteiexterner Institutionen gefragt wird. Für beide Parteien sollen diese Themenschwerpunkte vergleichend analysiert werden.

Themen

Bei der Themenauswahl der AfD in ihren Tweets fällt auf, dass sich die Partei neben politischen Themen und Akteuren häufig auf Personengruppen bezieht. Politik und bestimmte Personen werden zwar auch von der FDP oft thematisiert, ein Bezug auf ganze Personengruppen konnte bei ihr jedoch nicht festgestellt werden. Ein weiteres Thema, das nur bei der AfD auftaucht, ist die eigene Partei. Die AfD tritt um einiges selbstreferentieller auf als die FDP.

Bei dem übergeordneten Thema Politik lassen sich auch noch einmal deutliche Unterschiede ausmachen. Die Politik in Deutschland ist zwar für beide Parteien ein Schwerpunkt, bei der AfD stehen allerdings „Flüchtlinge und Ausländer“ an zweiter Stelle der politischen Themen. Diesen steht die Partei eher negativ gegenüber. Generell ist die Stimmung in den Tweets der AfD eher negativ. Die FDP befasst sich stattdessen stärker mit Themen wie „EU“ und „Bildung“.

Politische Themen werden von der FDP lösungsorientierter und mit einer eher neutralen Haltung angegangen, während die AfD eher vorwurfsvolle und unruhestiftende Aussagen macht.

Beim Setzen von Hashtags sind ebenfalls unterschiedliche thematische Schwerpunkte auszumachen. Während die FDP mit ihren Hashtags eher auf politische Themen und andere Akteure eingeht, ist es der AfD wichtig, den eigenen Parteinamen zu verlinken.

Die AfD neigt eher dazu, patriotische Aussagen zu machen und formuliert diese meist radikaler als die FDP.

Personen

Parteiinterne Personen werden von beiden Parteien eher positiv dargestellt. Auf ihrer Twitterseite lässt die AfD eine größere Bandbreite an parteiinternen Akteuren zu Wort kommen. Es werden viele verschiedene Personen und andere von der AfD geführte Twitterprofile getweetet. Die FDP hingegen konzentriert sich auf ihren parteiinternen Akteur Christian Lindner.

Parteiexterne Akteure werden von der AfD generell häufiger thematisiert und werden in einem eher negativen Kontext betrachtet. Parteiexterne Politiker werden von der AfD häufiger angesprochen als von der FDP. Beide stellen diese eher negativ dar, die AfD macht parteiexterne Politiker tendenziell aber noch schlechter als die FDP. Wenn Politiker kritisiert werden, fällt die Kritik bei der AfD wesentlich destruktiver, also weniger sachlich, aus als bei der FDP.

Institutionen

Keine der beiden Parteien AfD und FDP sprach „äußerst positiv“ in ihren Tweets von anderen Parteien, meist wurden diese in einem negativen Kontext erwähnt. Die AfD nimmt mit ihren Tweets häufiger Bezug auf andere Parteien als die FDP und stellt diese meist negativer dar und kritisiert insgesamt destruktiver.

Inhalte der öffentlichen Presse wurden von der FDP nicht geteilt, in manchen wurde sie lediglich erwähnt. Die AfD thematisiert Inhalte aus den Medien öfter als die FDP. Mal, um Informationen weiterzugeben, die zu der politischen Ausrichtung der Partei passen, mal um die Medien für ihre Berichterstattung zu kritisieren.

Besonders in Hashtags nimmt die AfD Bezug auf die eigene Partei. In einem großen Teil der Tweets finden sich Hashtags wie „AfD“ oder ein zusammengesetztes Hashtag aus „AfD“ und weiteren Begriffen, zum Beispiel „#nurnochAfD“ oder „AfDimBundestag“. Die FDP thematisiert die eigene Partei kaum in ihren Hashtags. Sie nimmt allerdings häufiger auf andere Parteien Bezug als die AfD.

Parteixternen Personengruppen steht die AfD, wie im Unterpunkt „Themen“ bereits angesprochen, eher negativ gegenüber.

Angela Merkel als Bundeskanzlerin wird von beiden Parteien etwa gleich oft adressiert. Die AfD kritisiert Merkel allerdings stärker und übt im Gegensatz zur FDP nur destruktive Kritik an ihr aus.

6.6 Fazit zum Programm MAXQDA

Das Programm MAXQDA bietet dem Nutzer eine Vielzahl an Möglichkeiten, die das Kodieren erleichtern. Ein großer Vorteil ist, dass die zu untersuchenden Daten alle in einem Programm gespeichert sind. Das Kodieren findet nah an den Daten statt. Das Kodieren wird dadurch erleichtert, dass Passagen in Bildern und Texten direkt ausgewählt und mit einem Code versehen werden können. Das ist besonders für qualitative Inhaltsanalysen vorteilhaft, während quantitative Erhebungen besser mit SPSS durchgeführt werden können. Ein Nachteil ist, dass das

Kodieren durch das aufwendige Auswählen der Passagen wesentlich länger dauert als bei anderen Programmen. Die fehlende Möglichkeit, parallel mit mehreren Personen an einem Projekt zu arbeiten, macht dieses Zeitproblem noch gravierender.

Für jemanden, der zum ersten Mal mit dem Programm arbeitet, wirkt MAXQDA zunächst sehr komplex. Viele Funktionen erschließen sich erst im Laufe des Projekts. Allgemein kann gesagt werden, dass die Zeit zu kurz war, um sich in das Programm einzufinden und einen groben Überblick über dessen Funktionsweise zu bekommen. Das ganze Programm mit all seinen Möglichkeiten zu verstehen und auch effizient nutzen zu können, schien angesichts der begrenzten Zeit unmöglich. Viele Vorzüge, die MAXQDA bieten kann, können daher erst verstanden werden und Anwendung finden, wenn im Vorfeld sichergestellt ist, dass sich der Nutzer für einen langen Zeitraum intensiv mit dem Programm auseinandersetzt. Bei einer nicht intensiven Auseinandersetzung, kann das Programm nur in der oberflächlichen Verwendung verstanden werden.

7 Gesamtfazit der Auswertung

Im Folgenden wird ein Vergleich zwischen den Ergebnissen der MAXQDA- und denen der SPSS-Auswertung gezogen. Dabei werden in Anlehnung an die Forschungsfrage die Ergebnisse bezüglich der Themen, der parteiinternen und -externen Personen sowie der parteiinternen und -externen Institutionen aufgliedert. Bei den Themen werden die Hypothesen ein, drei, sechs, sieben und neun verwendet, bei den Personen die Hypothesen ein, zwei, drei, vier und fünf. Zur Betrachtung der Institutionen werden die Hypothesen vier, sieben und acht herangezogen. Obwohl der Untersuchungsgegenstand, also Forschungsfrage und Hypothesen für MAXQDA und SPSS, identisch sind, gibt es Unterschiede bei den untersuchten Inhalten. Während die Ergebnisse für SPSS sich auf alle Twitterposts und -reposts von AfD und FDP zwischen dem 19. September und dem 20. Oktober 2018 beziehen, berücksichtigen die Ergebnisse von MAXQDA nur einen Teil dieses Beobachtungszeitraums. Abweichungen müssen also nicht zwangsläufig auf Eigenschaften des Programms oder abweichende Bewertungsmaßstäbe der Codierer zurückzuführen sein, sondern können auch durch den bei MAXQDA weniger repräsentativen Beobachtungszeitraum zu erklären sein.

Themen

Die SPSS-Auswertung ergibt, dass sich die AfD eher mit den politischen Themen Ausländer und Flüchtlinge auseinandersetzt, während sich die FDP eher mit anderen Themen wie Soziales oder Europäische Union beschäftigt. Die Ergebnisse werden von MAXQDA bestätigt, hier sind Ausländer und Flüchtlinge bei der AfD das zweitstärkste Thema, bei der FDP sind dies eher Europäische Union und Bildung. Die AfD bezieht sich zudem häufiger auf Personengruppen und die eigene Partei als die FDP.

Sowohl SPSS- als auch MAXQDA-Ergebnisse zeigen, dass die FDP recht neutral und lösungsorientiert über Themen spricht, während die AfD diese eher negativ, vorwurfsvoll und unruhestiftend aufbereitet.

SPSS- und MAXQDA-Auswertung lassen darauf schließen, dass die AfD häufiger patriotische Tweets postet als die FDP. Bei SPSS wurden diese jedoch stets als harmlos kodiert, bei MAXQDA für die AfD auch als radikal.

Auch bezüglich der Verwendung von Hashtags ähneln sich die Ergebnisse von SPSS und MAXQDA stark. Die FDP setzt den Fokus auf politische Themen, die AfD bezieht sich mit ihren Hashtags häufiger auf die eigene Partei.

Personen

Die Auswertungen beider Programme zeigen, dass die AfD und die FDP parteiinterne Akteure, anders als in der Hypothese vermutet, ähnlich häufig und ähnlich wohlwollend darstellen.

Ebenso zeigen beide Programme, dass sich bei der FDP die Retweets vor allem auf Christian Lindner konzentrieren, während die AfD ihre Politiker und Politikerinnen variantenreicher erwähnt.

Auch die Erkenntnis, dass zwar beide Parteien parteiexterne Akteure eher negativ darstellen, die AfD dabei aber noch negativer ist als die FDP, lässt sich aus den Ergebnissen sowohl von SPSS als auch von MAXQDA folgern.

Werden parteiexterne Politiker erwähnt, so werden diese, auch darauf lassen beide Programme schließen, bei der AfD eher destruktiv und bei der FDP häufiger konstruktiv kritisiert.

Laut MAXQDA-Auswertung steht die AfD Personengruppen negativer gegenüber. Auch laut SPSS ist die Haltung der AfD diesbezüglich eher feindlich, die der FDP hingegen neutral oder eher freundlich.

Betrachtet man den Umgang mit der Bundeskanzlerin, ergibt sich für MAXQDA und SPSS ein ähnliches Bild. Angela Merkel wird von der AfD öfter schlecht dargestellt, von ihr kommt zudem häufiger destruktive Kritik als von der FDP.

Institutionen

Laut SPSS-Auswertung werden andere Parteien in den Tweets der AfD häufiger negativ dargestellt, außerdem werden sie von der AfD häufiger und destruktiver kritisiert als von der FDP. Die Ergebnisse von MAXQDA lassen ähnliche Schlüsse zu. Weder AfD noch FDP stellen andere Parteien sehr positiv dar, insgesamt nimmt die AfD aber häufiger Bezug auf andere Parteien und kritisiert diese häufiger und destruktiver.

Betrachtet man die Erwähnungen öffentlicher Presse treten diese sowohl in der Untersuchung mit SPSS als auch mit MAXQDA häufiger bei der AfD auf als bei der FDP. Die Auswertung von MAXQDA zeigt jedoch zusätzlich, dass die Erwähnung öffentlicher Presse bei der AfD nicht immer dem gleichen Zweck dient: Manchmal sollen dadurch Informationen geteilt werden, manchmal soll aber auch die Berichterstattung selbst kritisiert werden.

Die AfD bezieht sich in ihren Hashtags laut beider Auswertungen häufiger auf sich selbst als die FDP. Die MAXQDA-Ergebnisse deuten jedoch drauf hin, dass die FDP im Gegenzug häufiger auf andere Parteien Bezug nimmt als die AfD.

8 Gesamtfazit der Statistikprogramme

Obwohl sowohl MAXQDA als auch SPSS die qualitative und quantitative Kodierung von Daten und deren anschließende Auswertung ermöglichen, unterscheiden sich die beiden Programme stark. SPSS ist ein recht schlichtes Programm, das optisch wie in seiner Handhabung an ein Tabellenkalkulationsprogramm erinnert. Während des Kodierungsprozesses wird zu jeder der Variablen, die vorher festgelegt wurden, genau eine der definierten Optionen in eine Zelle eingetragen. In MAXQDA folgt die Kodierung weniger strengen Vorgaben. Hier kann direkt auf dem Screenshot gearbeitet werden, der, anders als bei SPSS, in die Datei miteingebunden ist. Mit Hilfe farbiger Kästchen werden die entsprechenden Bereiche des Tweets mit einem Code markiert. Das ermöglicht eine feinere Kodierung als bei SPSS, wo pro Tweet nur ein Thema, eine Bewertung etc. angegeben werden kann. Andererseits wird mit zunehmender Zahl der Markierungen der Inhalt des Tweets für den Codierer schlechter erkennbar. Da man pro Variable mehrere Auswahlmöglichkeiten kodieren kann dauert diese Art des Arbeitens deutlich länger als bei SPSS. In SPSS werden die Daten nicht automatisch erfasst, die Datei enthält wirklich nur die händisch eingetragenen Kodierungswerte. MAXQDA hingegen bietet die Möglichkeit zum Beispiel Tweets eines bestimmten Autors für einen bestimmten Zeitraum automatisch herunterzuladen und automatisch in die Datei mit aufzunehmen. Dass diese Daten für die Kodierung genügen ist aber nicht gesagt, da etwa Retweets nur unvollständig abgebildet werden. Da Codes bei MAXQDA verschachtelt sein können und das Variablen-System deutlich mehr Freiräume bietet ist die Auswertung der Daten aufwändiger als bei SPSS, wo alle Variablen auf einer Ebene stehen und entsprechend miteinander verglichen werden können. Eine weitere Eigenschaft von SPSS, die es zur effizienteren Software macht, ist die Möglichkeit der Arbeit mit mehreren Codierern. Wenn alle Codierer das gleiche Variablen-Set nutzen, können sie parallel kodieren und ihre Ergebnisse anschließend einfach in einer Datei zusammenfügen. Bei MAXQDA ist das Kopieren von Ergebnissen in eine andere Datei so nicht möglich, weshalb jeweils nur eine Person an der Datei arbeiten kann.

Sowohl MAXQDA als auch SPSS haben ihre Vor- und Nachteile. In MAXQDA ist eine tiefgehende Kodierung der Inhalte möglich, dafür ist die Arbeit deutlich aufwändiger und zeitintensiver. Bei SPSS lässt sich schneller kodieren, dafür müssen aber an manchen Stellen Generalisierungen vorgenommen werden, die zu unpräziseren Ergebnissen führen.

9 Codebuch

Forschungsfrage

Wie unterscheiden sich die Parteien AfD und FDP auf Twitter hinsichtlich ihrer Darstellung parteiinterner und parteiexternen Themen, Personen und Institutionen?

Hypothesen

Multimedia

1. Wenn Bilder gepostet werden, dann sind sie bei der AfD provokativer und selbstverherrlichender als bei der FDP.

Formales

2. Wenn auf den Twitterseiten Politikerinnen oder Politiker gezeigt oder genannt werden beziehungsweise getweetet, dann lässt sich bei der AfD im Gegensatz zur FDP eine größere Variation erkennen.

Thematik

3. Wenn politische Themen behandelt werden, dann stellt die AfD die Themen negativer und personen(gruppen)feindlicher dar als die FDP.
4. Wenn Tweets über andere Parteien oder Politiker verfasst werden, dann sind diese bei der AfD negativer und kritischer als bei der FDP.
5. Wenn Angela Merkel in den Tweets angesprochen wird, dann werden ihre Handlungen und Entscheidungen sowie sie als Person von der AfD negativer und kritischer dargestellt als von der FDP.
6. Wenn politische Themen auf Twitter behandelt werden, dann sind sie bei der FDP lösungsorientierter und bei der AfD vorwurfsvoller und unruhestiftenderer.

Sprache

7. Wenn die FDP Hashtags benutzt, dann in Bezug auf politischen Inhalt und wenn die AfD Hashtags setzt, dann mit Bezug auf das eigene Hashtag.

Inhalt

8. Wenn Inhalte der öffentlichen Presse geteilt werden, dann finden sich diese eher bei der FDP als bei der AfD.
9. Wenn die Tweets patriotische Äußerungen gegenüber Deutschland beinhalten, dann findet man sie eher bei der AfD als bei der FDP.

Zeitraum der Codierung

Die Tweets auf Twitter der Parteien AfD und FDP wurden im Zeitraum vom 19.09.2018 bis zum 20.10.2018 kodiert

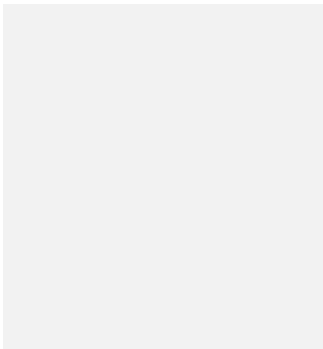
Formale Kriterien

A Twitteraccounts

1 – AfD (<https://twitter.com/afd?lang=de>)

2 – FDP (<https://twitter.com/fdp?lang=de>)

B Codierer



C Codewoche

1 – 19.09 - 26.09

2 – 27.09 - 4.10

3 – 5.10 - 12.10

4 – 13.10 - 20.10

Zu Hypothese 1

Provokation und Selbstverherrlichung

Untersucht werden hier nur Tweets, die ein Bild eingebunden haben (siehe Hypothese 1).

Es wird das Bild und der Text auf dem Bild betrachtet.

Parteiinterne

1000 – keine

1001 – eine Person

1002 – zwei Personen

1003 – drei Personen

1004 – vier Personen

1005 – fünf Personen oder mehr

Darstellung der jeweiligen Partei und ihrer Akteure

Tauchen bei den Parteiinternen mehr als einer Person auf dem Bild auf, wird die durchschnittliche Bewertung der Personengruppe ermittelt.

1010 – Äußerst positiv

(Beispiel: „GRATULATION NACH BAYERN! AfD mit 11% im Landtag!“)

1011 – Eher positiv

1012 – Neutral

(Beispiel: „#Bildungsföderalismus Gute Bildung darf nicht vom Wohnort abhängen.“)

1013 – Eher negativ

1014 – Äußerst negativ

Tauchen bei den Parteiexternen mehr als einer Person in einem Post auf, wird die durchschnittliche Bewertung der Personengruppe ermittelt.

Parteiexterne

1020 – keine

1021 – eine Person

1022 – zwei Personen

1023 – drei Personen

1024 – vier Personen

1025 – fünf Personen oder mehr

Darstellung parteiexterne Akteure

1030 – Äußerst positiv

1031 – Eher positiv

1032 – Neutral

1033 – Eher negativ

(Beispiel: „Bayern mit der CSU. Gar nicht so sicher!“)

1034 – Äußerst negativ

(Beispiel: „Grüne Spitzenkandidatin (künftige Innenministerin?) blamiert sich bis auf die Knochen!“)

Text auf Bild

1040 – ja

1041 – nein

Ton des Textes

1050 - sachlich

(Beispiel: „Eine liberale Einwanderungspolitik basiert auf klaren Regeln, Kontrolle und funktionierendem Management – nicht auf kultureller oder ethnischer Abschottung.“)

1051 – Neutral

1052 – unsachlich

(Beispiel: „AfD wirkt! Barbara Stamm schwitzt schon!“)

Bezug des Textes

1060 – Person

(Beispiel: „Angela Merkel ist politisch erschöpft.“)

1061 – Personengruppe

(Beispiel: „Unsichere Zeiten für Homosexuelle: Migranten fehlt es an Toleranz!“)

1062 – andere Partei

(Beispiel: „Solidaritätszuschlag abgeschafft! Von CDU, CSU, SPD, Grüne und Linke VERHINDERT!“)

1063 – Programm

(Beispiel: „Wir klagen gegen das Polizeiaufgabengesetz!“)

1064 – Politik

1065 – eigene Partei

1066 - Sonstiges

Zu Hypothese 2

Art der Erwähnung

2000 – Text

Wenn die Politiker im Text erwähnt werden

2012 – Bild + Text

Wenn die Politiker auf dem Bild gezeigt und im Text darüber namentlich erwähnt werden

2002 – Video + Text

Wenn die Politiker im Video gezeigt und im Text erwähnt werden

2003 – Links + Text

Wenn die Politiker im verlinkten Beitrag und im Text erwähnt werden

Politiker und Politikerinnen

Zu AfD

2010 – Alice Weidel @Alice_Weidel

2011 – Georg Pazderski @Georg_Pazderski

2012 – Beatrix von Storch @Beatrix_vStorch

2013 – Jörg Meuthen @Joerg_Meuthen

2014 – Leif-Erik Holm @Leif_Erik_Holm

2015 – Sonstige

2016 – Parteiinterne Seite

Zu FDP

2020 – Christian Lindner @c_lindner

2021 – Nicola Beer @nicolabeerfdp @Nicola Beer

2022 - Marco Buschmann @MarcoBuschmann

2023 – Katja Suding @KatjaSuding

2024 – Alexander Lambsdorff @Lambsdorff

2025 – Sonstige

2026 – Parteiinterne Seite

Retweet

2030 – Retweet

2031 - Original (eigene Inhalte)

Erwähnung anderer Politiker in Retweets

In SPSS werden alle Politiker/-innen in dem Tweet ausgezählt und in das Feld eingetippt.

Es wird dabei auf alle Politiker geachtet.

2040 – keine

2041 – eine Person

2042 – zwei Personen

243 – drei Personen

244 – vier Personen

Zu Hypothese 3

Es wird auf den Text im Tweet und auf dem Bild eingegangen.

Inhalt des Tweets

3000 – anderes Thema

3001 – Flüchtlinge und Ausländer

Wenn von Ausländern und Migranten gesprochen wird, gehen wir davon aus, dass überwiegend Personen aus dem Nahen Osten angesprochen werden, die nicht dem Christentum angehören, sondern eine andere Religion, Kultur oder Gedankengut in Deutschland einbringen.

3002 – Soziales

Rente, Verbraucher, ...

3003 – Europäische Union

3004 – Regierung anderer Länder

3005 – deutsche Politik

3006 – Wirtschaft

Dieselskandal, ...

3007 – Bildung

3008 – Gesellschaft

Homoehe, Adoption, ...

Regierung anderer Länder

bei Auswahl von 3004

3010 – Türkei

3011 – Russland

3012 – USA

3013 – Österreich

3014 – Frankreich

3015 – Groß Britannien

3016 - Sonstige

Bewertung des Inhalts

3020 – äußerst positiv

3021 – eher positiv

3022 – neutral

3023 - eher negativ

3024 – äußerst negativ

Wertung der angesprochenen Person/Personengruppe

3030 – äußerst freundlich

Personen/Personengruppen werden höflich behandelt und positiv dargestellt. Ihnen wird ein positiver Beitrag zugesprochen.

3031 – eher freundlich

3032 – neutral

3033 – eher feindlich

3034 – äußerst feindlich

Personen/Personengruppen werden diskriminiert und/oder schlecht dargestellt. Sie werden für Probleme verantwortlich gemacht und ihnen wird mit möglichen Konsequenzen gedroht.

Zu Hypothese 4

Es wird auf den Text im Tweet und auf dem Bild eingegangen.

Erwähnung von anderen Parteien in Tweets (außer der eigenen)

4000 – werden nicht erwähnt

4001 – werden erwähnt

Wertung der Parteien

4010 – äußerst positiv

Politische Handlungen oder Politiker werden bedingungslos gelobt. Dabei werden Gegenmeinungen nicht angesprochen. Falls doch, mit dem Versuch sie zu entkräften.

4011 – eher positiv

4012 – neutral

4013 - eher negativ

4014 – äußerst negativ

Politische Handlungen oder Politiker werden als fehlerhaft, voreilig handelnd und/oder uneinsichtig bezeichnet. Gegenmeinungen werden dabei nicht angesprochen. Falls doch, mit dem Versuch sie zu entkräften.

Kritik an Parteien

4020 – kritisiert nicht

4021 – kritisiert

Wertung der Kritik an Parteien

4030 – konstruktiv

Kritik ist konstruktiv, wenn sie auf Fehler im Sachverhalt hinweist und Verbesserungsvorschläge mitliefert. Der Kritiker achtet dabei auf einen sachlichen bis freundlichen Ton.

4031 – neutral

4032 – destruktiv

Destruktive Kritik zeigt Fehler auf und ist ggf. auch an gehässiger Sprache oder Spott zu erkennen. Destruktive Kritiker überschreiten mitunter auch den Rahmen des Sachverhalts und kritisieren die Person oder Institution selbst.

Erwähnung anderer Politiker

außer Angela Merkel (Darstellung in Hypothese 5)

4040 – werden nicht erwähnt

4041 – werden erwähnt

Wertung der Politiker

4050 – äußerst positiv

Politische Handlungen oder Politiker werden bedingungslos gelobt. Dabei werden Gegenmeinungen nicht angesprochen. Falls doch, mit dem Versuch sie zu entkräften.

4051 – eher positiv

4052 – neutral

4053 - eher negativ

4054 – äußerst negativ

Politische Handlungen oder Politiker werden als fehlerhaft, voreilig handelnd und/oder uneinsichtig bezeichnet. Gegenmeinungen werden dabei nicht angesprochen. Falls doch, mit dem Versuch sie zu entkräften.

Kritik an Politikern

4060 – kritisiert nicht

4061 – kritisiert

Wertung der Kritik an Politikern

4070 – konstruktiv

Kritik ist konstruktiv, wenn sie auf Fehler im Sachverhalt hinweist und Verbesserungsvorschläge mitliefert. Der Kritiker achtet dabei auf einen sachlichen bis freundlichen Ton.

4071 – neutral

4072 – destruktiv

Destruktive Kritik zeigt Fehler auf und ist ggf. auch an gehässiger Sprache oder Spott zu erkennen. Destruktive Kritiker überschreiten mitunter auch den Rahmen des Sachverhalts und kritisieren die Person oder Institution selbst.

Zu Hypothese 5

Es wird auf den Text im Tweet und auf dem Bild eingegangen.

Erwähnung von Handlungen und Entscheidungen der Person Angela Merkel

5000 – wird nicht erwähnt

5001 – wird direkt adressiert

5002 – wird erwähnt, jedoch nicht von Relevanz

Darstellung/ Wertung der Kanzlerin

5010 – äußerst positiv

Die Kanzlerin wird bedingungslos gelobt. Dabei werden Gegenmeinungen nicht angesprochen. Falls doch, mit dem Versuch sie zu entkräften.

5011 – eher positiv

5012 – neutral

5013 – eher negativ

5014 – äußerst negativ

Die Kanzlerin wird als fehlerhaft, voreilig handelnd und/oder uneinsichtig bezeichnet. Gegenmeinungen werden dabei nicht angesprochen. Falls doch, mit dem Versuch sie zu entkräften.

Kritik an der Kanzlerin

5020 – konstruktiv

Kritik ist konstruktiv, wenn sie auf Fehler im Sachverhalt hinweist und Verbesserungsvorschläge mitliefert. Der Kritiker achtet dabei auf einen sachlichen bis freundlichen Ton.

5021 – neutral

5022 – destruktiv

Destruktive Kritik zeigt Fehler auf und ist ggf. auch an gehässiger Sprache oder Spott zu erkennen. Destruktive Kritiker überschreiten mitunter auch den Rahmen des Sachverhalts und kritisieren die Person oder Institution selbst.

Zu Hypothese 6

Es wird auf den Text im Tweet und auf dem Bild eingegangen.

Politisches Thema

= Als politische Themen bezeichnen wir solche, welche Sachverhalte Problemstellungen innerhalb der Gesellschaft oder zwischen (Teil-)Gesellschaften behandeln.

6000 – konkretes politisches Thema

Aktuelle politische Themen von Relevanz

6001 – allgemeines politisches Thema

Parteitag, Bundestag, Wahlen, ...

6002 – anderes Thema

Umgang mit politischem Thema

6010 – nicht lösungsorientiert

Es werden lediglich Probleme und ihre Folgen aufgeführt oder sich auf die Beschreibung der Situation beschränkt.

6011 - neutral

6012 – lösungsorientiert

Das Problem, ihre Konsequenzen und/oder Ursachen werden erkannt und es werden entsprechende Gegenmaßnahmen bzw. Alternativen vorgeschlagen.

Auslage des Themas

6020 – vorwurfsvoll

Eine angesprochene Gruppe wird für einen Umstand verantwortlich gemacht. Es wird so dargestellt, als hätte diese unbedacht gehandelt und somit das Problem verursacht oder zumindest mit verursacht oder nicht verhindert, obwohl dies eventuell möglich gewesen wäre. Die Partei weist die Schuld von sich oder sieht sich nicht als Mitverursacher.

6021 – neutral

6022 – nicht vorwurfsvoll

Namentlich erwähnte Gruppen werden nicht als schuldig dargestellt.

Wirkung des Tweets

6030 – nicht unruhestiftend

6031 - neutral

6032 – unruhestiftend

Der Tweet spricht besonders die Emotionen der Leser an. Die Gefühle der Unsicherheit und Angst werden in den Vordergrund gerückt. Erdrückende Zahlen und düstere Zukunftsmalereien sollen den Druck auf die Nutzer erhöhen.

Emotionen werden im Leser erweckt, wenn (tragische) Individualschicksale benutzt werden, um einen Sachverhalt zu verdeutlichen. Die Einführung einer Bezugsperson ermöglicht emotionale Identifikation und Empathie. Es wird sich von einer neutralen Darstellung des Sachverhalts distanziert. Rezipienten fühlen sich besonders betroffen, wenn die dargestellten Sachverhalte auch ihnen passieren könnten.

Zu Hypothese 7

Vorkommen von Hashtags im Tweet

7000 – keine Hashtags

7001 – 1 Hashtag

7002 – 2 Hashtags

7003 – 3 Hashtags

7004 – mehr als 3 Hashtags

Bezug der Hashtags

7010 – auf eigene Partei

7011 – andere Partei/Politiker

7012 - Politik

7013 – auf politisches Thema

7014 – Sonstiges

Anzahl der Hashtags

#afd – (auszählen)

#fdp – (auszählen)

Zu Hypothese 8

(Presse = Publikationen eines parteiunabhängigen Mediums)

8000 – Retweet Öffentliche Presse

8001 – Erwähnung Öffentliche Presse

8002 – Keine öffentliche Presse

Zu Hypothese 9

Es wird auf den Text im Tweet und auf dem Bild eingegangen.

Patriotische Äußerung

= Ein Beitrag, der die Liebe zum Vaterland, in diesem Fall Deutschland, thematisiert.

9000 – Ja

9001 – Nein

Wenn Ja, dann Bewertung der patriotischen Äußerung

9010 – Harmlose Äußerung:

Deutsche werden positiv bewertet, aber nicht überlegen dargestellt

9011 – Radikale Äußerung:

Deutsche werden über andere Nationalitäten erhoben ohne diese niederzumachen

9012 – Extremistische Äußerung:

Deutsche werden über andere Nationalitäten erhoben und als überlegen dargestellt, alle anderen werden zusätzlich schlechtgemacht und abgewertet

10 Codebuch vor dem Pretest

Forschungsfrage

Wie unterscheiden sich die Parteien AfD und FDP auf Twitter hinsichtlich ihrer Darstellung parteiinterner und parteiexternen Themen, Personen und Institutionen?

Hypothesen

Multimedia

1. Wenn Bilder gepostet werden, dann sind sie bei der AfD provokativer und selbstverherrlichender als bei der FDP.

Formales

2. Wenn auf den Twitterseiten Politikerinnen oder Politiker gezeigt oder genannt werden beziehungsweise geretweetet, dann lässt sich bei der AfD im Gegensatz eine größere Variation erkennen.

Thematik

3. Wenn politische Themen behandelt werden, dann stellt die AfD die Themen negativer und personen(gruppen)feindlicher dar als die FDP.
4. Wenn Tweets über andere Parteien oder Politiker verfasst werden, dann sind diese bei der AfD negativer und kritischer als bei der FDP.
5. Wenn Angela Merkel in den Tweets angesprochen wird, dann werden ihre Handlungen und Entscheidungen von der AfD negativer dargestellt.
6. Wenn politische Themen auf Twitter behandelt werden, dann sind sie bei der FDP lösungsorientierter und bei der AfD vorwurfsvoller und unruhestiftenderer.

Sprache

7. Wenn die FDP Hashtags benutzt, dann in Bezug auf politischen Inhalt und wenn die AfD Hashtags setzt, dann mit Bezug auf das eigene Hashtag.

Inhalt

8. Wenn Inhalte der öffentlichen Presse geteilt werden, dann finden sich diese eher bei der FDP als bei der AfD.
9. Wenn die Tweets patriotische Äußerungen gegenüber Deutschland beinhalten, dann findet man sie eher bei der AfD als bei der FDP.

Zeitraum der Codierung

Die Tweets auf Twitter der Parteien AfD und FDP wurden im Zeitraum vom 19.09.2018 bis zum 20.10.2018 kodiert

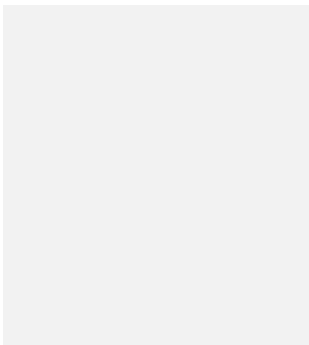
Formale Kriterien

A Twitteraccounts

1 – AfD (<https://twitter.com/afd?lang=de>)

2 – FDP (<https://twitter.com/fdp?lang=de>)

B Codierer



C Codewoche

1 – 19.09 - 26.09

2 – 27.09 - 4.10

3 – 5.10 - 12.10

4 – 13.10 - 20.10

Zu Hypothese 1

Provokation und Selbstverherrlichung

Untersucht werden hier nur Tweets, die ein Bild eingebunden haben.

Tauchen bei den Parteiinternen mehr als einer Person in einem Post auf, wird die durchschnittliche Bewertung der Personengruppe ermittelt.

Parteiinterne

1000 – keine

1001 – eine Person

1002 – zwei Personen

1003 – drei Personen

1004 – vier Personen

Darstellung der jeweiligen Partei und ihrer Akteure

1013 – Äußerst positiv (*Beispiel: „GRATULATION NACH BAYERN! AfD mit 11% im Landtag!“*)

1014 – Eher positiv

1015 – Neutral (*Beispiel: „#Bildungsföderalismus Gute Bildung darf nicht vom Wohnort abhängen.“*)

1016 – Eher negativ

1017 – Äußerst negativ

Tauchen bei den Parteiexterne mehr als einer Person in einem Post auf, wird die durchschnittliche Bewertung der Personengruppe ermittelt.

Parteiexterne

1020 – keine

1021 – eine Person

1022 – zwei Personen

1023 – drei Personen

1024 – vier Personen

Darstellung parteiexterne Akteure

1030 – Äußerst positiv

1031 – Eher positiv

1032 – Neutral

1033 – Eher negativ (*Beispiel: „Bayern mit der CSU. Gar nicht so sicher!“*)

1034 – Äußerst negativ (*Beispiel: „Grüne Spitzenkandidatin (künftige Innenministerin?) blamiert sich bis auf die Knochen!“*)

Ton des Textes

1040 - Eher sachlich (*Beispiel: „Eine liberale Einwanderungspolitik basiert auf klaren Regeln, Kontrolle und funktionierendem Management – nicht auf kultureller oder ethnischer Abschottung.“*)

1041 – Neutral

1042 – Eher unsachlich (*Beispiel: „AfD wirkt! Barbara Stamm schwitzt schon!“*)

Bezug des Textes

1050 – Person (Beispiel: „Angela Merkel ist politisch erschöpft.“)

1051 – Personengruppe (Beispiel: „Unsichere Zeiten für Homosexuelle: Migranten fehlt es an Toleranz!“)

1052 – Partei (Beispiel: „Solidaritätszuschlag abgeschafft! Von CDU, CSU, SPD, Grüne und Linke VERHINDERT!“)

1053 – Konzept (Beispiel: „Wir klagen gegen das Polizeiaufgabengesetz!“)

Zu Hypothese 2

Art der Erwähnung

2000 – Retweet

Wenn die Beiträge der Politiker als Retweets eingehen

➔ *Achtung: Retweets werden nur unter der Kategorie Retweet aufgeführt – auch wenn die darin enthaltenen Informationen die Politiker in Bild, Text, Link oder Video enthalten.*

2001 – Text

Wenn die Politiker im Text erwähnt werden

2002 – Bild + Text

Wenn die Politiker auf dem Bild gezeigt & im Text darüber namentlich erwähnt werden

2003 – Video + Text

Wenn die Politiker im Video gezeigt und im Text erwähnt werden

2004 – Links + Text

Wenn die Politiker im verlinkten Beitrag und im Text erwähnt werden

Politiker und Politikerinnen

Zu AfD

2010 – Alice Weidel @Alice_Weidel

2011 – Georg Pazderski @Georg_Pazderski

2012 – Beatrix von Storch @Beatrix_vStorch

2013 – Jörg Meuthen @Joerg_Meuthen

2014 – Leif-Erik Holm @Leif_Erik_Holm

2015 – Sonstige

Zu FDP

2020 – Christian Lindner @c_lindner

2021 – Nicola Beer @nicolabeerfdp @Nicola Beer

2022 - Marco Buschmann @MarcoBuschmann

2023 – Katja Suding @KatjaSuding

2024 – Alexander Lambsdorff @Lambsdorff

2025 – Sonstige

Erwähnung anderer Politiker in Retweets

Es wird dabei auf alle Politiker geachtet.

2030 – keine

2031 – eine Person

2032 – zwei Personen

2033 – drei Personen

2034 – vier Personen

Zu Hypothese 3

Inhalt des Tweets

Flüchtlingspolitik beinhaltet sowohl den außen- als auch den innenpolitischen Umgang mit Migranten und Asylbewerbern, die aus Ländern fliehen, in denen kriegsartige Zustände herrschen oder zu herrschen drohen. Sie wollen entweder temporär einreisen, oder sich dauerhaft in Deutschland aufhalten. Hierbei ist zu beachten, dass Flüchtlinge in diesem Kontext als auf Hilfe angewiesen behandelt werden.

3000 – anderes Thema

3001 – Politisches Thema, dass Flüchtlinge behandelt, die dem Islam angehören.

3002 – Politisches Thema, dass Flüchtlinge behandelt, die dem Christentum angehören.

Bewertung des Themas

3010 – äußerst positiv

Flüchtlinge bzw. Migranten werden als potenzielle Fachkräfte dargestellt, die zudem dem demographischen Wandel entgegenwirken sollen und das Land kulturell bereichern. Es wird betont, dass von ihnen keine größere Gefahr ausgeht.

3011 – eher positiv

3012 – neutral

3013 - eher negativ

3014 – äußerst negativ

Flüchtlinge werden als akute Gefahr für das Land dargestellt. Man fürchtet den Verlust der eigenen nationalen Kultur, eine Überfremdung, einen hohen Anstieg der Kriminalitätsrate, eine Schädigung der Wirtschaft.

Wertung der angesprochenen Person/Personengruppe

3030 – äußerst freundlich

Personen/Personengruppen werden höflich behandelt und positiv dargestellt. Ihnen wird ein positiver Beitrag zugesprochen.

3031 – eher freundlich

3032 – neutral

3033 – eher feindlich

3034 – äußerst feindlich

Personen/Personengruppen werden diskriminiert und/oder schlecht dargestellt. Sie werden für Probleme verantwortlich gemacht und ihnen wird mit möglichen Konsequenzen gedroht.

Zu Hypothese 4

Erwähnung von anderen Parteien in Tweets (außer der eigenen)

4000 – werden nicht erwähnt

4001 – werden erwähnt

Erwähnung anderer Politiker

4010 – werden nicht erwähnt

4011 – werden erwähnt

Wertung der Parteien bzw. der Politiker

4020 – äußerst positiv

Politische Handlungen oder Politiker werden bedingungslos gelobt. Dabei werden Gegenmeinungen nicht angesprochen. Falls doch, mit dem Versuch sie zu entkräften.

4021 – eher positiv

4022 – neutral

4023 - eher negativ

4024 – äußerst negativ

Politische Handlungen oder Politiker werden als fehlerhaft, voreilig handelnd und/oder uneinsichtig bezeichnet. Gegenmeinungen werden dabei nicht angesprochen. Falls doch, mit dem Versuch sie zu entkräften.

Kritik an Parteien bzw. Politikern

4030 – kritisiert nicht

4031 – kritisiert

Wertung der Kritik an Parteien bzw. der Politiker

4041 – konstruktiv

Kritik ist konstruktiv, wenn sie auf Fehler im Sachverhalt hinweist und Verbesserungsvorschläge mitliefert. Der Kritiker achtet dabei auf einen sachlichen bis freundlichen Ton.

4042 – neutral

4043 – destruktiv

Destruktive Kritik zeigt Fehler auf und ist ggf. auch an gehässiger Sprache oder Spott zu erkennen. Destruktive Kritiker überschreiten mitunter auch den Rahmen des Sachverhalts und kritisieren die Person oder Institution selbst.

Zu Hypothese 5

Es wird auf den Text im Tweet und auf dem Bild eingegangen

Erwähnung von Handlungen und Entscheidungen der Person Angela Merkel

5000 – wird nicht erwähnt

5001 – wird direkt adressiert

5002 – wird erwähnt, jedoch nicht von Relevanz

Darstellung/ Wertung der Kanzlerin

5010 – äußerst positiv

Die Kanzlerin wird bedingungslos gelobt. Dabei werden Gegenmeinungen nicht angesprochen. Falls doch, mit dem Versuch sie zu entkräften.

5011 – eher positiv

5012 – neutral

5013 – eher negativ

5014 – äußerst negativ

Die Kanzlerin wird als fehlerhaft, voreilig handelnd und/oder uneinsichtig bezeichnet. Gegenmeinungen werden dabei nicht angesprochen. Falls doch, mit dem Versuch sie zu entkräften.

Zu Hypothese 6

Es wird auf den Text im Tweet und auf dem Bild eingegangen

Politisches Thema

Definition politische Themen: Als politische Themen bezeichnen wir solche, welche Sachverhalte Problemstellungen innerhalb der Gesellschaft oder zwischen (Teil-)Gesellschaften behandeln.

6000 – konkretes politisches Thema

Aktuelle politische Themen von Relevanz

6001 – allgemeines politisches Thema

Parteitag, Bundestag, Wahlen, ...

6002 – anderes Thema

Umgang mit politischem Thema

6010 – nicht lösungsorientiert

Es werden lediglich Probleme und ihre Folgen aufgeführt oder sich auf die Beschreibung der Situation beschränkt.

6011 – lösungsorientiert

Das Problem, ihre Konsequenzen und/oder Ursachen werden erkannt und es werden entsprechende Gegenmaßnahmen bzw. Alternativen vorgeschlagen.

Auslage des Themas

6020 – vorwurfsvoll

Eine angesprochene Gruppe wird für einen Umstand verantwortlich gemacht. Es wird so dargestellt, als hätte diese unbedacht gehandelt und somit das Problem verursacht oder zumindest mit verursacht oder nicht verhindert, obwohl dies eventuell möglich gewesen wäre. Die Partei weist die Schuld von sich oder sieht sich nicht als Mitverursacher.

6021 – nicht vorwurfsvoll

Namentlich erwähnte Gruppen werden nicht als schuldig dargestellt.

Wirkung des Tweets

6030 – nicht unruhestiftend

6031 – unruhestiftend

Der Tweet spricht besonders die Emotionen der Leser an. Die Gefühle der Unsicherheit und Angst werden in den Vordergrund gerückt. Erdrückende Zahlen und düstere Zukunftsmalereien sollen den Druck auf die Nutzer erhöhen.

Emotionen werden im Leser erweckt, wenn (tragische) Individualschicksale benutzt werden, um einen Sachverhalt zu verdeutlichen. Die Einführung einer Bezugsperson ermöglicht emotionale Identifikation und Empathie. Es wird sich von einer neutralen Darstellung des Sachverhalts distanziert. Rezipienten fühlen sich besonders betroffen, wenn die dargestellten Sachverhalte auch ihnen passieren könnten.

Zu Hypothese 7

Vorkommen von Hashtags im Tweet

7000 – keine Hashtags

7001 – 1 Hashtag

7002 – 2 Hashtags

7003 – 3 Hashtags

7004 – mehr als 3 Hashtags

Bezug der Hashtags

7010 – auf eigene Partei

7011 – auf politisches Thema

7012 - Sonstiges

7013 – auf Partei und politisches Thema

7014 – auf politisches Thema und Sonstiges

7015 – auf Partei und Sonstiges

7016 – Partei, politisches Thema und Sonstiges

Anzahl der Hashtags

#afd – (auszählen)

#fdp – (auszählen)

Zu Hypothese 8

(Presse = Publikationen eines parteiunabhängigen Mediums)

8000 – Öffentliche Presse

8001 – Keine öffentliche Presse

Zu Hypothese 9

Es wird auf den Text im Tweet und auf dem Bild eingegangen

Definition patriotische Äußerung: Ein Beitrag, der die Liebe zum Vaterland, in diesem Fall Deutschland, thematisiert.

Patriotische Äußerung

9000 – Ja

9001 – Nein

Wenn Ja, dann Bewertung der patriotischen Äußerung

9010 – Harmlose Äußerung:

Deutsche werden positiv bewertet, aber nicht überlegen dargestellt

9011 – Radikale Äußerung:

Deutsche werden über andere Nationalitäten erhoben ohne diese niederzumachen

9012 – Extremistische Äußerung:

Deutsche werden über andere Nationalitäten erhoben und als überlegen dargestellt, alle anderen werden zusätzlich schlechtgemacht und abgewertet

11 Altes Codebuch

Hypothesen

Multimedia

1. Wenn Bilder gepostet werden, dann tauchen sie eher bei der AfD auf als bei der FDP.
2. Wenn Videos gepostet werden, dann tauchen sie eher bei der FDP auf als bei der AfD.
3. Wenn multimediale Inhalte gepostet werden, dann steigt die Anzahl der Interaktion.
4. Wenn in den Bildüberschriften eine Handlungsaufforderung verwendet wird, dann eher bei der AfD als bei der FDP.
5. Wenn Bilder gepostet werden, dann sind sie bei der AfD provokativer und selbstverherrlichender als bei der FDP.

Formales

6. Wenn die AfD und die FDP auf ihren Seiten retweeten, dann sind mehr Retweets bei der AfD zu finden.
7. Wenn die Anzahl an Gefällt-Mir-Angaben und Kommentaren hoch ist, dann eher bei der AfD als bei der FDP.
8. Wenn auf den Twitterseiten Politikerinnen oder Politiker gezeigt oder genannt werden beziehungsweise geretweetet, dann lässt sich bei der AfD im Gegensatz zur FDP eine größere Variation erkennen.

Thematik

9. Wenn das Thema Flüchtlingspolitik behandelt wird, dann stellt die AfD das Thema negativer/ ausländerfeindlicher dar als die FDP.
10. Wenn Tweets über andere Parteien oder Politiker verfasst werden, dann sind diese bei der AfD negativer und kritischer als bei der FDP. *(in der Auswertung zwei Hypothesen: negativ nicht gleich Kritik)*
11. Wenn Angela Merkel in den Tweets angesprochen wird, dann werden ihre Handlungen und Entscheidungen von der AfD negativer dargestellt. *(Rückschlüsse auf die Regierung)*
12. Wenn politische Themen auf Twitter behandelt werden, dann sind sie bei der FDP lösungsorientierter und bei der AfD vorwurfsvoller und unruhestiftender.

Sprache

13. Wenn die AfD tweetet, dann eher mit kurzen prägnanten Sätzen und einfacher Sprache.
14. Wenn die FDP Hashtags benutzt, dann in Bezug auf politischen Inhalt und wenn die AfD Hashtags setzt, dann mit Bezug auf dem eigenen Hashtag.

Inhalt

15. Wenn Inhalte der öffentlichen Presse geteilt werden, dann finden sich diese eher bei der FDP als bei der AfD.
16. Wenn die AfD über die Gesellschaft berichtet, dann werden oft Klischees eines gesellschaftlichen Milieus verwendet.
17. Wenn die Tweets patriotische Äußerungen gegenüber Deutschland beinhalten, dann findet man sie eher bei der AfD als bei der FDP.

18. Wenn die Zielgruppe der Parteien in den Tweets angesprochen wird, dann werden bei der AfD die Arbeiter angesprochen und bei der FDP die jungen Unternehmer.

Zeitraum der Codierung

Die Tweets auf Twitter der Parteien AfD und FDP wurden im Zeitraum vom 26.09.2018 bis zum 07.11.2018 kodiert

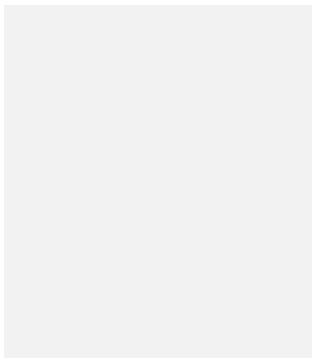
Formale Kriterien

A Twitteraccounts

1 – AfD (<https://twitter.com/afd?lang=de>)

2 – FDP (<https://twitter.com/fdp?lang=de>)

B Codierer



C Codewoche

1 – 26.09 - 3.10

2 – 3.10 - 10.10

3 – 10.10 - 17.10

4 – 17.10 - 24.10

5 – 24.10 - 31.10

6 – 31.10 - 7.11

Zu Hypothese 1

Bilder Anzahl

Die Anzahl der Bilder wird gezählt und quantitativ verglichen.

1 – Tweet mit Bild

2 – Tweet ohne Bild (*nur Text oder mit Video*)

Zu Hypothese 2

Videos Anzahl

Die Anzahl der Videos wird gezählt und quantitativ verglichen.

3 – Tweet mit Video

4 – Tweet ohne Video (*nur Text oder mit Bild*)

Zu Hypothese 3

Interaktion bei multimedialen Inhalten

Untersucht werden hier nur Tweets, die sowohl einen Text als auch eine Bild oder Video Datei eingebunden haben.

5 – sehr viel Interaktion (*Kommentare, Likes und Retweets zusammengerechnet über eine Anzahl von 1.000*)

6 – viel Interaktion (*Kommentare, Likes und Retweets zusammengerechnet bei einer Anzahl zwischen 200 und 1.000*)

7 – gemäßigte Interaktion (*Kommentare, Likes und Retweets zusammengerechnet unter einer Anzahl von 200*)

8 – gar keine Interaktionen (*keine Kommentare, Likes oder Retweets*)

Zu Hypothese 4

Imperativ in den Bildtexten

Untersucht werden hier nur Tweets, die ein Bild eingebunden haben (siehe Hypothese 1).

Definition Handlungsaufforderung: Verwendung eines Imperativs oder eines Ausrufezeichens

9 – Rezipient wird direkt angesprochen und aufgefordert etwas zu tun (*Beispiel: „Es gibt eine Alternative – Geht wählen!“*)

10 – Imperativ mit Kritik an einem Sachverhältnis (*Beispiel: „Keine neue Flagge für das Flüchtlingstaxi ‚Aquarius‘!“*)

11 – Imperativ ohne Kritik oder Handlungsaufforderung (*Beispiel: „Eritreer sticht Schülerin ab!“*)

12 – kein Imperativ (*Beispiel: „Anreize zum Wohnungsbau statt noch mehr Bürokratie.“*)

Zu Hypothese 5

Provokation und Selbstverherrlichung

Untersucht werden hier nur Tweets, die ein Bild eingebunden haben (siehe Hypothese 1).

Tauchen bei den Parteiinternen mehr als einer Person in einem Post auf, wird die durchschnittliche Bewertung der Personengruppe ermittelt.

Parteiinterne

0 – keine

1 – eine Person

2 – zwei Personen

3 – drei Personen

4 – vier Personen

Darstellung der jeweiligen Partei und ihrer Akteure

13 – Äußerst positiv (*Beispiel: „GRATULATION NACH BAYERN! AfD mit 11% im Landtag!“*)

14 – Eher positiv

15 – Neutral (*Beispiel: „#Bildungsföderalismus Gute Bildung darf nicht vom Wohnort abhängen.“*)

16 – Eher negativ

17 – Äußerst negativ

Tauchen bei den Parteiexterne mehr als einer Person in einem Post auf, wird die durchschnittliche Bewertung der Personengruppe ermittelt.

Parteiexterne

0 – keine

1 – eine Person

2 – zwei Personen

3 – drei Personen

4 – vier Personen

Darstellung parteiexterne Akteure

18 – Äußerst positiv

19 – Eher positiv

20 – Neutral

21 – Eher negativ (*Beispiel: „Bayern mit der CSU. Gar nicht so sicher!“*)

22 – Äußerst negativ (*Beispiel: „Grüne Spitzenkandidatin (künftige Innenministerin?) blamiert sich bis auf die Knochen!“*)

Ton des Textes

23 - Eher sachlich (Beispiel: „Eine liberale Einwanderungspolitik basiert auf klaren Regeln, Kontrolle und funktionierendem Management – nicht auf kultureller oder ethnischer Abschottung.“)

24 – Neutral

25 – Eher unsachlich (Beispiel: „AfD wirkt! Barbara Stamm schwitzt schon!“)

Bezug des Textes

25 – Person (Beispiel: „Angela Merkel ist politisch erschöpft.“)

26 – Personengruppe (Beispiel: „Unsichere Zeiten für Homosexuelle: Migranten fehlt es an Toleranz!“)

27 – Partei (Beispiel: „Solidaritätszuschlag abgeschafft! Von CDU, CSU, SPD, Grüne und Linke VERHINDERT!“)

28 – Konzept (Beispiel: „Wir klagen gegen das Polizeiaufgabengesetz!“)

Zu Hypothese 6

Die Daten werden für jede Codewoche einzeln erfasst:

- Auszählen der Retweets

Zu Hypothese 7

Die Daten werden für jede Codewoche einzeln erfasst:

- Auszählen der Gefällt-Mir-Angaben der Tweets
- Auszählen der Gefällt-Mir-Angaben der Retweets
- Auszählen der Kommentare der Tweets
- Auszählen der Kommentare der Retweets

Zu Hypothese 8

Art der Erwähnung

1 – Bild + Text

Wenn die Politiker auf dem Bild gezeigt und im Text darüber namentlich erwähnt werden

2 – Text

Wenn die Politiker im Text erwähnt werden

3 – Retweet

Wenn die Beiträge der Politiker als Retweets eingehen

4 – Links + Text

Wenn die Politiker im verlinkten Beitrag und im Text erwähnt werden

5 – Video + Text

Wenn die Politiker im Video gezeigt und im Text erwähnt werden

Achtung: Retweets werden nur unter der Kategorie Retweet aufgeführt – auch wenn die darin enthaltenen Informationen die Politiker in Bild, Text, Link oder Video enthalten.

Politiker und Politikerinnen

Zu AfD

1 – Alice Weidel @Alice_Weidel

2 – Georg Pazderski @Georg_Pazderski

3 – Beatrix von Storch @Beatrix_vStorch

4 – Jörg Meuthen @Joerg_Meuthen

5 – Leif-Erik Holm @Leif_Erik_Holm

6 – Sonstige

Zu FDP

- 1 – Christian Lindner @c_lindner
- 2 – Nicola Beer @nicolabeerfdp @Nicola Beer
- 3 – Marco Buschmann @MarcoBuschmann
- 4 – Katja Suding @KatjaSuding
- 5 – Alexander Lambsdorff @Lambsdorff
- 6 – Sonstige

Erwähnung anderer Politiker in Retweets

Es wird dabei nur auf die Politiker geachtet, die oben namentlich erwähnt wurden

- 0 – keine
- 1 – eine Person
- 2 – zwei Personen
- 3 – drei Personen
- 4 – vier Personen

Zu Hypothese 9

Inhalt des Tweets

Flüchtlingspolitik beinhaltet sowohl den außen- als auch den innenpolitischen Umgang mit Migranten und Asylbewerbern, die aus Ländern fliehen, in denen kriegsartige Zustände herrschen oder zu herrschen drohen. Sie wollen entweder temporär einreisen, oder sich dauerhaft in Deutschland aufhalten. Hierbei ist zu beachten, dass Flüchtlinge in diesem Kontext als auf Hilfe angewiesen behandelt werden.

- 0 – anderes Thema
- 1 – Politisches Thema, das Flüchtlinge behandelt, die dem Islam angehören.
- 2 – Politisches Thema, das Flüchtlinge behandelt, die dem Christentum angehören.

Bewertung des Themas

0 – äußerst positiv

Flüchtlinge bzw. Migranten werden als potenzielle Fachkräfte dargestellt, die zudem dem demographischen Wandel entgegenwirken sollen und das Land kulturell bereichern. Es wird betont, dass von ihnen keine größere Gefahr ausgeht.

1 – eher positiv

2 – neutral

3 - eher negativ

4 – äußerst negativ

Flüchtlinge werden als akute Gefahr für das Land dargestellt. Man fürchtet den Verlust der eigenen nationalen Kultur, eine Überfremdung, einen hohen Anstieg der Kriminalitätsrate, eine Schädigung der Wirtschaft.

Verhältnis zu Ausländern

Definition Ausländer: Wenn von Ausländern und Migranten gesprochen wird, gehen wir davon aus, dass überwiegend Personen aus dem Nahen Osten angesprochen werden, die nicht dem Christentum angehören, sondern eine andere Religion, Kultur oder Gedankengut in Deutschland einbringen.

0 – äußerst freundlich

Ausländer werden zuvorkommend höflich behandelt, es werden ihnen besondere Leistungen versprochen, die Deutschen Bürgern nicht zugesichert werden würden.

1 – eher freundlich

2 – neutral

3- eher feindlich

4 – äußerst feindlich

Ausländer werden diskriminiert und im Vergleich zu Deutschen als Menschen zweiter Klasse angesehen. Ihnen wird mit Abschiebung gedroht und man fordert eine Verschärfung der Einwanderungsgesetze.

Zu Hypothese 10

Erwähnung von anderen Parteien in Tweets (außer der eigenen)

0 – werden nicht erwähnt

1 – werden erwähnt

Erwähnung anderer Politiker

0 – werden nicht erwähnt

1 – werden erwähnt

Wertung der Parteien bzw. der Politiker

0 – äußerst positiv

Politische Handlungen oder Politiker werden bedingungslos gelobt. Dabei werden Gegenmeinungen nicht angesprochen. Falls doch, mit dem Versuch sie zu entkräften.

1 – eher positiv

2 – neutral

3 - eher negativ

4 – äußerst negativ

Politische Handlungen oder Politiker werden als fehlerhaft, voreilig handelnd und/oder uneinsichtig bezeichnet. Gegenmeinungen werden dabei nicht angesprochen. Falls doch, mit dem Versuch sie zu entkräften.

Kritik an Parteien bzw. Politikern

0 – kritisiert nicht

1 – kritisiert

Wertung der Kritik an Parteien bzw. der Politiker

1 – konstruktiv

Kritik ist konstruktiv, wenn sie auf Fehler im Sachverhalt hinweist und Verbesserungsvorschläge mitliefert. Der Kritiker achtet dabei auf einen sachlichen bis freundlichen Ton.

2 – neutral

3 – destruktiv

Destruktive Kritik zeigt Fehler auf und ist ggf. auch an gehässiger Sprache oder Spott zu erkennen. Destruktive Kritiker überschreiten mitunter auch den Rahmen des Sachverhalts und kritisieren die Person oder Institution selbst.

[Zu Hypothese 11](#)

Erwähnung von Handlungen und Entscheidungen Angela Merkel

0 – wird nicht erwähnt

1 – wird direkt adressiert

2 – wird erwähnt, jedoch nicht von Relevanz

Darstellung der Kanzlerin

0 – äußerst positiv

Die Kanzlerin wird bedingungslos gelobt. Dabei werden Gegenmeinungen nicht angesprochen. Falls doch, mit dem Versuch sie zu entkräften.

1 – eher positiv

2 – neutral

3 – eher negativ

4 – äußerst negativ

Die Kanzlerin wird als fehlerhaft, voreilig handelnd und/oder uneinsichtig bezeichnet. Gegenmeinungen werden dabei nicht angesprochen. Falls doch, mit dem Versuch sie zu entkräften.

Zu Hypothese 12

Politisches Thema

Definition politische Themen: Als politische Themen bezeichnen wir solche, welche Sachverhalte Problemstellungen innerhalb der Gesellschaft oder zwischen (Teil-)Gesellschaften behandeln.

1 – politisches Thema

2 – anderes Thema

Umgang mit politischem Thema

0 – nicht lösungsorientiert

Es werden lediglich Probleme und ihre Folgen aufgeführt oder sich auf die Beschreibung der Situation beschränkt.

1 – lösungsorientiert

Das Problem, ihre Konsequenzen und/oder Ursachen werden erkannt und es werden entsprechende Gegenmaßnahmen bzw. Alternativen vorgeschlagen.

Auslage des Themas

0 – vorwurfsvoll

Eine angesprochene Gruppe wird für einen Umstand verantwortlich gemacht. Es wird so dargestellt, als hätte diese unbedacht gehandelt und somit das Problem verursacht oder zumindest mit verursacht oder nicht verhindert, obwohl dies eventuell möglich gewesen wäre. Die Partei weist die Schuld von sich oder sieht sich nicht als Mitverursacher.

1 – nicht vorwurfsvoll

Namentlich erwähnte Gruppen werden nicht als schuldig dargestellt.

Wirkung des Tweets

0 – nicht unruhestiftend

1 – unruhestiftend

Der Tweet spricht besonders die Emotionen der Leser an. Die Gefühle der Unsicherheit und Angst werden in den Vordergrund gerückt. Erdrückende Zahlen und düstere Zukunftsmalereien sollen den Druck auf die Nutzer erhöhen.

Emotionen werden im Leser erweckt, wenn (tragische) Individualschicksale benutzt werden, um einen Sachverhalt zu verdeutlichen. Die Einführung einer Bezugsperson ermöglicht emotionale Identifikation und Empathie. Es wird sich von einer neutralen Darstellung des Sachverhalts distanziert. Rezipienten fühlen sich besonders betroffen, wenn die dargestellten Sachverhalte auch ihnen passieren könnten.

[Zu Hypothese 13](#)

Unterscheidung in Fälle:

0 – Nur Text im Tweet

1 – Nur Text im Bild

2 – Nur Text im Video

3 – Text im Tweet und im Bild

Kodierung der Fälle 0 und 1

4 – Text im Tweet und im Video

Kodierung der Fälle 0 und 2

Fall 0

Durchschnittliche Satzlänge pro Tweet

0 – Stichwortartig

Einzelne Wörter bis zwei Wörter.

1 – sehr kurz

3 bis 7 Wörter pro Satz.

2 – gemischt

3 – lang

Mehr als 10 Wörter pro Satz.

Komplexität der Sprache im Tweet

0 – sehr einfach

Simple Satzstruktur z.B. Subjekt - Prädikat – Objekt, aber auch Ellipsen, geringer Wortschatz, einfache Sprache. Unter einfacher Sprache verstehen wir den Gebrauch von alltäglichen Wörtern und keine Fachausdrücke. Adverbien wie „sehr“, „viel“ und „groß“ werde häufig benutzt.

1 – Standard

Längere Sätze, dennoch einfache Sprache, keine Schachtelsätze.

2 – gehoben

In Teilen verschachtelte Sätze und Benutzung von eingedeutschten Fremdwörtern, z.B. lateinische Sprichwörter, Anglizismen.

3 – Fachsprache

Verwendung von Fachjargon und schwierigem Satzbau, umfangreicher Wortschatz.

Fall 1

Durchschnittliche Satzlänge pro Bild

0 – Stichwortartig

Einzelne Wörter bis zwei Wörter.

1 – sehr kurz

3 bis 7 Wörter pro Satz.

2 – gemischt

3 – lang

Mehr als 10 Wörter pro Satz.

Komplexität der Sprache im Bild

0 – sehr einfach

Simple Satzstruktur z.B. Subjekt - Prädikat – Objekt, aber auch Ellipsen, geringer Wortschatz, einfache Sprache. Unter einfacher Sprache verstehen wir den Gebrauch von alltäglichen Wörtern und keine Fachausdrücke. Adverbien wie „sehr“, „viel“ und „groß“ werde häufig benutzt.

1 – Standard

Längere Sätze, dennoch einfache Sprache, keine Schachtelsätze.

2 – gehoben

In Teilen verschachtelte Sätze und Benutzung von eingedeutschten Fremdwörtern, z.B. lateinische Sprichwörter, Anglizismen.

3 – Fachsprache

Verwendung von Fachjargon und schwierigem Satzbau, umfangreicher Wortschatz.

Fall 2:

Durchschnittliche Satzlänge im Video

0 – Stichwortartig

Einzelne Wörter bis zwei Wörter.

1 – sehr kurz

3 bis 7 Wörter pro Satz.

2 – gemischt

3 – lang

Mehr als 10 Wörter pro Satz.

Komplexität der Sprache im Video

0 – sehr einfach

Simple Satzstruktur z.B. Subjekt - Prädikat – Objekt, aber auch Ellipsen, geringer Wortschatz, einfache Sprache. Unter einfacher Sprache verstehen wir den Gebrauch von alltäglichen Wörtern und keine Fachausdrücke. Adverbien wie „sehr“, „viel“ und „groß“ werde häufig benutzt.

1 – Standard

Längere Sätze, dennoch einfache Sprache, keine Schachtelsätze.

2 – gehoben

In Teilen verschachtelte Sätze und Benutzung von eingedeutschten Fremdwörtern, z.B. lateinische Sprichwörter, Anglizismen.

3 – Fachsprache

Verwendung von Fachjargon und schwierigem Satzbau, umfangreicher Wortschatz.

Zu Hypothese 14

Vorkommen von Hashtags im Tweet

0 – keine Hashtags

1 – 1 Hashtag

2 – 2 Hashtags

3 – 3 Hashtags

4 – mehr als 3 Hashtags

Bezug der Hashtags

0 – auf eigene Partei

1 – auf politisches Thema

3 – Sonstiges

4 – auf Partei und politisches Thema

5 – auf politisches Thema und Sonstiges

6 – auf Partei und Sonstiges

7 – Partei, politisches Thema und Sonstiges

Anzahl der Hashtags

#afd – (auszählen)

#fdp – (auszählen)

Zu Hypothese 15

1 – Öffentliche Presse (Presse = Publikationen eines parteiunabhängigen Mediums)

2 – Sonstige

Zu Hypothese 16

Definition Klischee: Unter Klischee wird im Folgenden ein Vorurteil gegenüber einer Personengruppe verstanden, das diesen Personengruppen eine Eigenschaft unabhängig rational zugeordnet. Die Eigenschaften können sowohl negativ als auch positiv sein, aber im Einzelfall ist nicht nachweisbar, ob dieses generelle Vorurteil zutrifft.

1 – Menschen mit Migrationshintergrund sind Kriminelle

Definition Mensch mit Migrationshintergrund: Menschen oder Menschen deren Eltern aus einem anderen Land nach Deutschland eingewandert sind.

Definition Krimineller: Jemand, der eine Straftat oder ein (Gewalt-)Verbrechen begangen hat

2 - Regierungspolitiker sind unfähig

3 - Deutsche Medien verschweigen Wahrheiten

4 - Alle Linken sind Extremisten

Definition Linke: Alle Parteipolitiker und Sympathisanten der Parteien SPD, Grüne und Die Linke

Definition Extremist: Jemand, der seine politische Einstellung radikal vertritt und diese mit extremen Mitteln, auch Gewalt, durchsetzen möchte

5- Regierungspolitiker machen nur leere Versprechen

6- Migranten nehmen Deutschen die Arbeit und das Geld weg

7- Die Regierung setzt ihre Prioritäten für Deutschland falsch (*Geld*)

8- Die Regierungspolitiker lassen sich von Lobbyisten beeinflussen

9- keine Klischee-Erwähnung

10- andere Klischee-Erwähnung

Zu Hypothese 17

Definition patriotische Äußerung: Ein Beitrag, der die Liebe zum Vaterland, in diesem Fall Deutschland, thematisiert.

Patriotische Äußerung

- 1- Ja
- 2- Nein

Wenn Ja, dann Bewertung der patriotischen Äußerung

- 1- Harmlose Äußerung: Deutsche werden positiv bewertet, aber nicht überlegen dargestellt
- 2- Radikale Äußerung: Deutsche werden über andere Nationalitäten erhoben ohne diese niederzumachen
- 3- Extremistische Äußerung: Deutsche werden über andere Nationalitäten erhoben und als überlegen dargestellt, alle anderen werden zusätzlich schlecht gemacht und abgewertet

12 Literaturverzeichnis

Beyme, Klaus von (2018): *Rechtspopulismus: Ein Element der Neodemokratie?*, Wiesbaden: Springer VS.

Bundeszentrale für politische Bildung (2017): *Ergebnisse der Bundestagswahl 2017*, [online] <http://www.bpb.de/politik/wahlen/bundestagswahl-2017/257201/ergebnisse-der-bundestagswahl-2017> [16.12.18]

Dusch, Andreas, Stefan Gerbig, Mario Lake, Sabrina Lorenz, Fabian Pfaffenberger und Urs Schulze (2015): Post, reply, retweet – Einsatz und Resonanz von Twitter im Bundestagswahlkampf 2013. In: Holtz-Bacha, Christina (Hrsg.), *Die Massenmedien im Wahlkampf: Die Bundestagswahl 2013*, Wiesbaden: Springer VS, S. 275-294.

Primbs, Stefan (2016): *Social Media für Journalisten: Redaktionell arbeiten mit Facebook, Twitter & Co*, Wiesbaden: Springer VS.

Schmidt, Jan-Hinrik (2018): *Social Media*, 2. Aufl., Wiesbaden: Springer VS.

Statista (2018): *Beliebteste politische Parteien in sozialen Netzwerken in Deutschland im Januar 2018*, [online] <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/172474/umfrage/politische-parteien-nach-anzahl-der-fans-bei-facebook/> [14.12.18]

Zeh, Reimar (2016): Der Europawahlkampf in 140 Zeichen. Jean-Claude Juncker und Martin Schulz auf Twitter, In: Holtz-Bacha, Christina (Hrsg.), *Europawahlkampf 2014: Internationale Studien zur Rolle der Medien*, Wiesbaden: Springer VS, S. 153-174.