

9. Anhang: Codebuch

1. Definition des Forschungsgegenstandes

Wie gelingt der Polizei die Kommunikation auf Twitter und welche Vorgehensweise wird von den Rezipienten besser aufgenommen?

2. Hypothesen

1. Wenn unterhaltsame Tweets gepostet werden, dann bekommen diese mehr Aufmerksamkeit. Unterhaltsam definieren
2. Je mehr Follower der Twitteraccount hat, desto stärker ist die Interaktion innerhalb der Follower.
3. Wenn ein Beitrag politischer ist, dann ist die Anzahl der Kommentare höher.
4. Wenn die Polizei twittert, dann emotionalisiert sie mit ihren Tweets.
5. Wenn die Polizei twittert, dann wird die Bevölkerung mit Hilfe von Tweets in die Arbeit der Polizei involviert.
6. Wenn die Polizei bei ihren Tweets Emojis verwendet, macht sie das in einem bestimmten Kontext und die Tweets erfahren eine stärkere Aufmerksamkeit.
7. Wenn die Polizei tweetet verfolgt sie ein Ziel.
8. Wenn die Polizei twittert, dann gibt es wiederkehrende Nutzer*innen die sich ausschließlich negativ zu diesen Postings äußern.

3. Stichprobenziehung

Die Stichproben werden über den Zeitraum vom 13. März 2019 bis zum 17. April 2019 von den Seiten der jeweiligen Twitteraccounts der Polizei in München, Hamburg, Berlin, Frankfurt, Stuttgart und Wilhelmshaven/Friesland gezogen. Der untersuchte Zeitraum beträgt damit vier Wochen und vier Tage.

4. Codieranweisungen

Zunächst wurden die Tweets den jeweiligen Polizeiaccounts zugeordnet und dabei in die verschiedenen Wochen der Stichproben untergeordnet.

Anschließend wurden Codes erstellt, anhand deren der/die Codierer/innen die Tweets untersuchen sollten.

5. Codesystem

A. Ziele von Tweets

Es wird untersucht, welche Ziele die Polizei hinter ihren Tweets verfolgt.

1=Ziele der Polizei

1.2=Entwarnung

1.3=Kommunikation

1.4=Warnung

1.5=Unterhaltung

1.6=Aufklären

1.7=Info

1.7.1=Entwarnung

1.8=Mithilfe

1.9=Stellenangebote

B. Smileys

Die Verwendung von Smileys/Emojis in Tweets der Polizei wird untersucht.

2=Emoji

C. Aufrufe

Ob die Polizei gezielt Aufrufe an die Bevölkerung richtet, wird hier untersucht.

3=Aufruf an die Bevölkerung

3.1=Retweets des Aufrufs

D. Emotionalisierungen

Die Polizei versucht gezielt mit Tweets Emotionen beim Rezipienten auszulösen.

4=Emotionen

4.1=Dankbarkeit

4.2=Mitgefühl

4.3=Wut

4.5=Trauer

4.6=politischer Beitrag

E. Interaktion

Hier wird die Interaktion zwischen Followern und der Polizei analysiert.

5=Interaktion

5.1=Interaktion mit der Polizei

5.2=Interaktion unter Followern

F. Resonanz

Unter diesen Codes soll die Resonanz der Tweets untersucht werden.

6=positive Resonanz

7=auffällig viele Retweets

8=Kommentare

9=Likes

10=anzüglich

11=Kritik

12=Ironie

13=Unterhaltsam

Inhalt Multimedial

Unter diesem Code wird analysiert ob die Tweets multimediale Inhalt enthalten.

14=Videoinhalt

Verkehrsmeldungen

Es soll untersucht werden ob die Polizei Meldungen zum Verkehr twittert.

15=Verkehrsmeldung