

Forschungspraktikum: Staatspropaganda in sozialen Medien?

Universität Bern

Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft

Herbstsemester 2023

Durchgeführt von: Dr. Franziska Keller

Zeit: Mittwoch 14:15-18:00

Ort: Hauptgebäude, Seminarraum 212

E-mail: franziska.keller@unibe.ch

Sprechstunde: Mittwoch 11:00-12:30 oder nach Vereinbarung

Büro: A123, Fabrikstrasse 8

Kursinhalt: Im Forschungspraktikum geht es darum, eigene Forschungsideen in die Praxis umzusetzen. Im Mittelpunkt stehen in diesem Forschungspraktikum die Kommunikation von staatlichen und staatsnahen Akteuren in sozialen Medien.

Die Studierenden wählen im Laufe des Praktikums eine oder mehrere Regierungs- oder regierungsnahe Organisationen oder Kampagnen aus und stellen einen Datensatz der damit verbundenen Beiträge auf sozialen Medien zusammen, welchen sie dann analysieren. Wir werden uns anfänglich auf YouTube, facebook und Instagram konzentrieren, je nach Interesse und Vorkenntnisse der Studierenden können aber auch andere Plattformen gewählt werden. Für die statistischen Analysen und Datensammlung werden wir R verwenden, wobei es eine Einführung durch die Dozentin geben wird.

Lernziele:

- Studierende kennen die wesentlichen Elemente eines wissenschaftlichen Artikels, und können diese in den Artikeln und Büchern andere Forscher identifizieren
- Studierende können ein Forschungsthema eingrenzen, eine Forschungsfrage und damit verbunden Hypothesen formulieren, und können realistische Wege aufzeigen, diese Hypothesen zu testen
- Die Studierenden kennen Konzepte und Theorien in den Gebieten soziale Medien und Politischer Kommunikation.
- Studierende können selbständig Datensätze von YouTube und APIs anderer Plattformen herunterladen
- Studierende können solche Datensätze (z.B. mittels R) analysieren und dadurch relevante Hypothesen testen
- Studierende sind in der Lage, konstruktive Kritik an wissenschaftlichen Arbeiten anderer Studierender zu äussern.

Lernaktivitäten:

Präsentationen, Diskussionen, Erfahrungsberichte, peer review, Forschungsarbeit

Leistungskontrolle und Bewertung:

Diese setzt sich zusammen aus individuellen und Gruppenleistungsnachweisen – wenn die Studierenden einer Gruppe individuelle Bewertungen haben möchten, dann sollten sie sich

idealerweise gleich am Anfang darauf einigen und dokumentieren, welches Gruppenmitglied für welche Aufgaben und Teile der Arbeit zuständig war.

Individuelle Literaturpräsentation (10%): Während des Forschungspraktikums präsentieren die Studierenden einen Forschungsartikel, welchen sie für die anderen Teilnehmenden in 8 Minuten zusammenfassen. Dies dient dazu, dass die anderen wissen, ob sie den entsprechenden Artikel für ihre Forschungsarbeit lesen sollen.

Individuelle peer review (10%): Studierende lesen eine Forschungsarbeit eines/r Teilnehmenden und schreiben eine peer review mit konstruktiver Kritik.

Individuelle Teilnahme während des Unterrichts (5%): Von den Studierenden wird erwartet, dass sie die unter «Literatur» angeführten Artikel und Kapitel bei der jeweiligen Sitzung (bei Vorkenntnissen auch bloss quer) gelesen haben und deshalb im Unterricht dazu Fragen stellen können. Ausserdem sollten die Studierenden sich gegenseitig bei Präsentationen mit Kommentare, Hilfestellungen und Fragen unterstützen.

Drei individuelle Erfahrungsberichte zur Verwendung von KI-tools – Forschungsfrage, Literaturrecherche, Präsentation (10%): Die Studierenden dokumentieren und reflektieren in einem kurzen Forschungsbericht ihren Gebrauch von Hilfsmittel mit künstlicher Intelligenz (ChatGPT, Bard, BingAI, usw) für drei Arbeitsschritte: eine Forschungsfrage finden, die relevante Literatur dazu finden, und die Literaturpräsentation erstellen.

Forschungskonzept (Gruppen) (10%): In der Mitte des Semesters gibt die Gruppe ein Forschungskonzept / erste Version der Einleitung ab und erhält Rückmeldungen und Kommentare von mir dazu.

Endgültige Version der Forschungsarbeit (Gruppenarbeit) (55%): Bis nach Ende des Semesters schreiben die Studierenden eine Forschungsarbeit in einer Gruppe von 2-3 Personen. Dieser Teil der Bewertung hängt in erster Linie von der endgültigen Version der Arbeit ab.

Ressourcen:

- Merkblatt der Universität Bern zu Plagiaten:
https://www.unibe.ch/unibe/portal/content/e152701/e322683/e325102/e323212/ul_rl_plagiate_ger.pdf
- Richtlinien der Universität Bern betreffend der Benutzung von Künstlicher Intelligenz (d.h. ChatGPT & Co):
Leitlinien Universität Bern:
https://www.unibe.ch/unibe/portal/content/e809/e878/e880/e915/e36136/e1368980/e1383230/20230516_LeitlinienKI_datiert_ger.pdf
FAQ:
https://www.unibe.ch/universitaet/organisation/leitung_und_zentralbereich/vizerektorat_lehre/startseite_vizerektorat_lehre/faq_zur_verwendung_von_ki_gestuetzten_hilfsmitteln_in_der_lehre_vizerektorat_lehre_universitaet_bern/index_ger.html
- Hilfe bei psychologischen und anderen Problemen bietet die Beratungsstelle der Berner Hochschulen: <https://www.bst.bkd.be.ch/de/start.html>

Sitzungsinhalte:

1. 20/09/2023 – Einführung und Organisatorisches, Installation R und andere nützliche Programme, Zugangsberechtigungen zu crowdangle und YouTube API

Wer sind wir? Was machen wir in diesem Kurs? Was sind die Erwartungen und Ziele? Gegenseitiges Kennenlernen in Gruppen und Plenum: Welche Interessen und Vorkenntnisse haben die Studierenden? Installation von Rstudio und R, relevanten R packages, YouTube API Konto eröffnen, Demonstration crowdangle

Ziel:

- Aufgaben und Ziele des Kurses sind den Studierenden bekannt
- Teilnehmende kennen sich, ihre Interessen sind bekannt und können wenn möglich noch in den Semesterplan integriert werden.
- Vorkenntnisse der Studierenden im Programmieren und Statistik bekannt.
- Die meisten Studierenden haben RStudio und R sind auf laptop installiert, ein Konto für YouTube API eröffnet, und können auf das crowdangle dashboard zugreifen

2. 27/09/2023 - Wissenschaftliches Arbeiten & die Einleitung

Welches sind die Arbeitsschritte eines Forschungsprojektes, welches die Elemente wissenschaftlicher Forschungsartikel? Mit einer Übung zur Identifizierung der Elemente in einer Einleitung zu einem wissenschaftlichen Artikel

R: erste Schritte mit R, erste Daten heruntergeladen

Literatur: Brosius, H. B., Haas, A., & Koschel, F. (2008). Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. Kapitel 1: «Was sind Methoden, was ist Empirie?»

Literatur: Thomas, G. (2017). How to do your research project: A guide for students. Sage. Kapitel 1: «Starting Points: Your Introduction».

Ziel:

- Studierende können die verschiedenen Elemente in einem wissenschaftlichen Artikel identifizieren
- RStudio und R sind auf laptop installiert, erste Schritte mit R und erstes downloaden von Daten
- Innerhalb der nächsten Tage: Alle Studierende haben sich provisorisch für eine/mehrere Regierungen oder regierungsnahe Akteure entschieden, zu denen sie ihre Forschungsarbeit schreiben wollen.

3. 04/10/2023 – Forschungsthema und selbständig Daten herunterladen

Selbständige Arbeit – eventuell schon in Gruppen, falls sich zwei oder drei Studierende gefunden haben, die sich für dieselbe Regierung oder dasselbe Thema interessieren.

Ziel:

- Studierende wissen, auf welchen Plattformen und unter welchen «handles» / Kontonamen die Regierungsakteure, welche sie interessieren, aktiv sind.
- Studierende haben sich durch die relevanten Konten und neuesten Beiträge durchgescrollt und haben somit eine ungefähre Idee davon, auf welchen Konten welche Informationen verbreitet werden: wird grundsätzlich alles auf allen Plattformen/Konten geteilt? Oder gibt es eine Hauptplattform, ein Hauptkonto?
- Studierende haben selbständig Daten von YouTube (und eventuell über crowdangle facebook und Instagram) heruntergeladen
- Studierende haben zumindest versucht, die Daten (quantitativ oder qualitativ) zu analysieren und visuell darzustellen

4. 11/10/2023 – Präsentationen: erste Forschungsideen und Daten

Präsentation der Erkenntnisse und Daten, die in der letzten Woche gewonnen wurden, sowie möglicher Forschungsfragen. Die Präsentationen werden nicht bewertet.

Ziel:

- Die meisten Gruppen haben sich geformt und haben eine grobe Idee davon, was das Forschungsthema und die Forschungsfrage ist, und wie die Daten dazu in etwa aussehen.

17/10/2023: Abgabe individueller Erfahrungsbericht zur Verwendung von KI «Forschungsfrage» (maximal 1 Seite)

5. 18/10/2023 Wahlkampagnen & Literaturrecherche

Literatur: Thomas, G. (2017). How to do your research project: A guide for students. Sage. Kapitel 3: «The Literature Review».

Literatur: Fallis, T. W. (2017). Political advertising. The Oxford handbook of political communication, 147-162.

Literatur: Benoit, W. L. (2017). The functional theory of political campaign communication. The Oxford handbook of political communication, 195-207.

Präsentation: Bossetta, M., & Schmøkel, R. (2023). Cross-platform emotions and audience engagement in social media political campaigning: Comparing candidates' Facebook and Instagram images in the 2020 US election. Political Communication, 40(1), 48-68.

Präsentation: Bossetta, M. (2018). The digital architectures of social media: Comparing political campaigning on Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat in the 2016 US election. Journalism & mass communication quarterly, 95(2), 471-496.

Präsentation: Flores-Saviaga, C., Keegan, B., & Savage, S. (2018, June). Mobilizing the trump train: Understanding collective action in a political trolling community. In Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media (Vol. 12, No. 1).

Präsentation: Bright, J., Hale, S., Ganesh, B., Bulovsky, A., Margetts, H., & Howard, P. (2020). Does Campaigning on Social Media Make a Difference? Evidence from

candidate use of Twitter during the 2015 and 2017 UK Elections. Communication Research, 47(7), 988-1009.

Präsentation: Kreiss, D., Lawrence, R. G., & McGregor, S. C. (2020). In their own words: Political practitioner accounts of candidates, audiences, affordances, genres, and timing in strategic social media use. In Studying Politics Across Media (pp. 8-31). Routledge.

Die Uni-Bibliothek bietet euch eine **individuelle Rechercheberatung** an. Meldet euch für einen Termin sobald ihr euer Forschungsthema und eure Forschungsfrage ungefähr eingegrenzt und die Mitglieder eurer Gruppe gefunden habt.

Ziel:

- Studierende kennen (spätestens nach der individuellen Rechercheberatung) die relevante Literatur für ihr Forschungsthema / ihre Forschungsfrage
- Studierende kennen relevante Konzepte und Theorien der Wahlkampagnenliteratur

6. 25/10/2023 – Black, white, grey «Propaganda»? & die Forschungsfrage

Das Forschungsthema und die Forschungsfrage: Warum ist das Thema/die Frage wichtig? Haben soziale Medien einen Einfluss auf das «reale Leben»? Müssen sie? Why do we care?

Literatur: Thomas, G. (2017). How to do your research project: A guide for students. Sage. Kapitel 1: «Starting Points: Your Introduction». [Siehe auch 2. Woche]

Literatur: Jowett, G. S., & O'Donnell, V. (2012). What is propaganda, and how does it differ from persuasion. Propaganda & persuasion, 1-48.

Präsentation: Keller, F. B., Schoch, D., Stier, S., & Yang, J. (2020). Political astroturfing on Twitter: How to coordinate a disinformation campaign. Political Communication, 37(2), 256-280.

Präsentation: Sobolev, A. (2019). How pro-government "trolls" influence online conversations in Russia. Paper presented at WPSA.

Präsentation: King, G., Pan, J., & Roberts, M. E. (2017). How the Chinese government fabricates social media posts for strategic distraction, not engaged argument. American Political Science Review, 111(3), 484-501.

Präsentation: Lukito, J. (2020). Coordinating a multi-platform disinformation campaign: Internet Research Agency activity on three US social media platforms, 2015 to 2017. Political Communication, 37(2), 238-255.

Präsentation: Lukito, J., Suk, J., Zhang, Y., Doroshenko, L., Kim, S. J., Su, M. H., ... & Wells, C. (2020). The wolves in sheep's clothing: How Russia's Internet Research Agency tweets appeared in US news as vox populi. The International Journal of Press/Politics, 25(2), 196-216.

Ziel:

- Studierende kennen ihre Forschungsfrage
- Studierende sind mit grundlegenden Konzepten der Propagandaliteratur vertraut

**27/10/2023: Abgabe individueller Erfahrungsbericht zur Verwendung von KI
«Literaturrecherche» (maximal 1 Seite)**

7. 01/11/2023 - ausgefallen

8. 08/11/2023 – Audience & Natural Language Processing

Literatur: Witzleb, N., & Paterson, M. (2021). Micro-targeting in Political Campaigns: Political Promise and Democratic Risk. In U. Kohl & J. Eisler (Eds.), Data-Driven Personalisation in Markets, Politics and Law (pp. 223-240). Cambridge: Cambridge University Press. doi:10.1017/9781108891325.017

Literatur: Hirschberg, J., & Manning, C. D. (2015). Advances in natural language processing. Science, 349(6245), 261-266.

Präsentation: Neagli, J. P. (2021). Grassroots, astroturf, or something in between? Semi-official WeChat accounts as covert vectors of party-state influence in contemporary China. Journal of Current Chinese Affairs, 50(2), 180-208.

Präsentation: Stier, S., Bleier, A., Lietz, H., & Strohmaier, M. (2020). Election campaigning on social media: Politicians, audiences, and the mediation of political communication on Facebook and Twitter. In Studying Politics Across Media (pp. 50-74). Routledge.

Präsentation: McGregor, S. C. (2020). "Taking the temperature of the room" how political campaigns use social media to understand and represent public opinion. Public Opinion Quarterly, 84(S1), 236-256.

Präsentation: Fowler, E. F., Franz, M. M., Martin, G. J., Peskowitz, Z., & Ridout, T. N. (2021). Political advertising online and offline. American Political Science Review, 115(1), 130-149.

Präsentation: Papakyriakopoulos, O., Tessono, C., Narayanan, A., & Kshirsagar, M. (2022, July). How algorithms shape the distribution of political advertising: Case studies of Facebook, Google, and TikTok. In Proceedings of the 2022 AAAI/ACM Conference on AI, Ethics, and Society (pp. 532-546).

Ziel:

- Studierende haben sich Gedanken dazu gemacht, wer das Publikum ist, welches die untersuchten Konten anspricht

9. 15/11/2023 – Framing & Theorien und Konzepte (und wie man sie misst)

Übung: Teilnehmende schlagen Konzepte vor, die für ihre Forschungsfrage wichtig sind und wenden Goertz's approach auf diese Konzepte an.

Literatur: Goertz, G. (2012). Social science concepts. A User's Guide. Princeton University Press. : Introduction 1-12, Chapter Two: Structuring and Theorizing Concepts 27-41, 59-67, Chapter Four: Increasing Concept-Measure Consistency, 95-109.

Literatur: Matthes, J. (2014). Framing. Nomos Verlagsgesellschaft GmbH & Co. KG, 9-23, 44-45.

Präsentation: Parmelee, J. H., & Roman, N. (2019). Insta-politicos: Motivations for following political leaders on Instagram. Social media+ society, 5(2), 2056305119837662.

Präsentation: Hamdy, N., & Gomaa, E. H. (2012). Framing the Egyptian uprising in Arabic language newspapers and social media. Journal of Communication, 62(2), 195-211.

Präsentation: Präsentation: Sahly, A., Shao, C., & Kwon, K. H. (2019). Social media for political campaigns: An examination of Trump's and Clinton's frame building and its effect on audience engagement. Social Media+ Society, 5(2), 2056305119855141.

Präsentation: Wijermars, M. (2022). Selling internet control: the framing of the Russian ban of messaging app Telegram. Information, Communication & Society, 25(15), 2190-2206.

Präsentation: Banks, A., Calvo, E., Karol, D., & Telhami, S. (2021). # polarizedfeeds: Three experiments on polarization, framing, and social media. The International Journal of Press/Politics, 26(3), 609-634.

Präsentation: Rauchfleisch, A., & Metag, J. (2016). The special case of Switzerland: Swiss politicians on Twitter. New Media & Society, 18(10), 2413-2431.

Ziel:

- Studierende haben die relevanten Konzepte ihres Forschungsprojektes diskutiert und definiert
- Studierende wissen, um was es sich beim «Framing» handelt und wie man dieses Konzept anwenden könnte

17/11/2023 – 27/11/2023: Abgabe Forschungskonzept Gruppe – maximal 5 Seiten.

10. 22/11/2023 – Public diplomacy & das Forschungsdesign und –methoden

Literatur: Nye Jr, J. S. (2008). Public diplomacy and soft power. The annals of the American academy of political and social science, 616(1), 94-109.

Literatur: Thomas, G. (2017). How to do your research project: A guide for students. Sage. Kapitel 6: «Methodology Part 2: the Design Frame».

Präsentation: Barberá, P., & Zeitzoff, T. (2018). The new public address system: Why do world leaders adopt social media? International Studies Quarterly, 62(1), 121-130.

Präsentation: Salikov, A. (2019). Telegram as a Means of Political Communication and its use by Russia's Ruling Elite. Politologija, (3 (95)), 83-110.

Präsentation: Manor, I. (2021). The Russians are laughing! The Russians are laughing! How Russian diplomats employ humour in online public diplomacy. Global Society, 35(1), 61-83.

Präsentation: Kuznetsova, D. (2023). Broadcasting Messages via Telegram: Pro-Government Social Media Control During the 2020 Protests in Belarus and 2022 Anti-War Protests in Russia. Political Communication, 1-22.

Präsentation: Sevin, E., & Ingenhoff, D. (2018). Public diplomacy on social media: Analyzing networks and content. International Journal of Communication, 12, 3663-3685.

Ziel:

- Studierende wissen, welche Methoden und welches Forschungsdesign sie in ihrer Arbeit anwenden wollen
- Studierende kennen sich mit grundsätzlichen Ideen der Regierungskommunikation in Internationalen Beziehungen aus

11. 29/11/2023 – Information Disorders & Hypothesen testen

Literatur: Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking. Council of Europe Report DGI (2017) 09. Strasbourg, France. Seiten 10-48. <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>

Präsentation: Bradshaw, S., & Henle, A. (2021). The Gender Dimensions of Foreign Influence Operations. International Journal of Communication, 15, 23.

Präsentation: Schoch, D., Keller, F.B., Stier, S., & Yang, J. Coordination patterns reveal online political astroturfing across the world.

Präsentation: Urman, A., & Katz, S. (2022). What they do in the shadows: examining the far-right networks on Telegram. Information, communication & society, 25(7), 904-923.

Präsentation: Downing, J., & Ahmed, W. (2019). #MacronLeaks as a “warning shot” for European democracies: challenges to election blackouts presented by social media and election meddling during the 2017 French presidential election. French Politics, 17, 257-278.

Ziel:

- Studierende kennen verschiedene Arten von «information disorders» und können diese identifizieren und analysieren
- Studierende haben sich Gedanken dazu gemacht, wie sie ihre Forschungsfrage/Hypothesen testen wollen

12. 06/12/2023 – Datenbearbeitung und deren Dokumentation & Peer Review

Literatur: Nagler, J. (1995). Coding style and good computing practices. PS: Political Science & Politics, 28(3), 488-492.

Literatur: Miller, B., Pevehouse, J., Rogowski, R., Tingley, D., & Wilson, R. (2013). How to be a peer reviewer: a guide for recent and soon-to-be PhDs. PS: Political Science & Politics, 46(1), 120-123.

Präsentation: Reveilhac, M., & Morselli, D. (2023). The impact of social media use for elected parliamentarians: Evidence from politicians' use of Twitter during the last two Swiss legislatures. Swiss Political Science Review, 29(1), 96-119.

Präsentation: Olof Larsson, A. (2023). The rise of Instagram as a tool for political communication: A longitudinal study of European political parties and their followers. New Media & Society, 25(10), 2744-2762.

Präsentation: Gilardi, F., Gessler, T., Kubli, M., & Müller, S. (2022). Social media and political agenda setting. Political Communication, 39(1), 39-60.

Ziel:

- Studierende können eigene reproduzierbare Datensätze erstellen, und angemessen dokumentieren
- Studierende wissen, wie man eine konstruktive peer review schreibt

13. 13/12/2023 – Selbständiges Arbeiten an der Forschungsarbeit

Falls notwendig: Gruppenbesprechungen mit Dozentin

Ziel:

- Die Gruppen haben eine erste Version der Forschungsarbeit bereit zur Präsentation an der Mini-Konferenz

19/12/2023: Abgabe provisorische Version der Forschungsarbeit für die Mini-Konferenz und peer review durch Teilnehmende

14. 20/12/2023 – Mini-Konferenz: Präsentation Forschungsarbeit

07/01/2024: Abgabe peer review

18/02/2024: Abgabe Forschungsarbeit