



universität  
wien

# MAGISTERARBEIT

Titel der Magisterarbeit

„Österreichs Politiker 2.0 –

Wie verständigungsorientiert kommunizieren politische  
Akteure auf Facebook?“

Verfasserin

Sylvia Hödlmoser, Bakk.phil.

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag.phil.)

Wien, im Juni 2015

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Magisterstudium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Betreut von:

Univ.-Prof. Dr. Jürgen Grimm



## **DANKSAGUNG**

Zuerst möchte ich mich bei meinen Eltern dafür bedanken, dass sie es mir durch meine Schulbildung ermöglicht haben, eine universitäre Laufbahn einzuschlagen und dieses Studium zu verfolgen.

Außerdem danke ich ganz besonders meinem Lebenspartner Florian Ragossnig und all meinen lieben Freunden, die mich durch diese wichtige und schöne Phase meines Lebens durch alle Höhen und Tiefen stets begleitet haben.

Abschließend möchte ich mich auch noch bei meinem Betreuer Prof. Jürgen Grimm für die kompetente Beratung und Hilfestellung bedanken.



## **WIDMUNG**

Ich möchte diese Magisterarbeit gerne meinen verstorbenen Großeltern Franz Schilcher und Elisabeth Hödlmoser widmen, die zu Lebzeiten immer für mich da waren und leider meinen Studienabschluss nicht mehr erleben durften. Sie werden für immer einen besonderen Platz in meinem Herzen haben.



## INHALTSVERZEICHNIS

<b>1. EINLEITUNG</b>	<b>8</b>
<b>I. KOMMUNIKATIONSTHEORETISCHER TEIL</b>	<b>11</b>
<b>2. THEORIE DES KOMMUNIKATIVEN HANDELNS (HABERMAS)</b>	<b>12</b>
<b>2.1. DER VERSTÄNDIGUNGSBEGRIFF</b>	<b>12</b>
<b>2.2. GELTUNGSANSPRÜCHE UND WELTKONZEPTE</b>	<b>14</b>
<b>2.3. DISKURSTYPEN UND IDEALE SPRECHSITUATION</b>	<b>15</b>
<b>3. DAS KONZEPT DER VERSTÄNDIGUNGSORIENTIERUNG</b>	<b>17</b>
<b>3.1. VERSTÄNDIGUNGSORIENTIERTE ÖFFENTLICHKEITSARBEIT (VÖA)</b>	<b>17</b>
3.1.1. THEORETISCHER HINTERGRUND	18
3.1.2. ZIELE VERSTÄNDIGUNGSORIENTIERTER ÖFFENTLICHKEITSARBEIT	21
3.1.3. KRITIK ZUR VÖA	25
<b>3.2. VERSTÄNDIGUNGSORIENTIERTER JOURNALISMUS</b>	<b>26</b>
3.2.1. QUALITÄTSMERKMALE VON JOURNALISMUS (BURKART ET AL. 2010)	28
3.2.2. DER VERSTÄNDIGUNGSORIENTIERUNGSDIMENSION (VOI)	31
<b>4. POLITISCHE KOMMUNIKATION</b>	<b>32</b>
<b>4.1. DEFINITION UND EINGRENZUNG</b>	<b>32</b>
<b>4.2. POLITIK UND MEDIEN</b>	<b>35</b>
<b>4.3. POLITISCHE KOMMUNIKATION IM WEB 2.0</b>	<b>39</b>
4.3.1. POLITIKER ALS KOMMUNIKATOREN	41
4.3.2. BÜRGER ALS REZIPIENTEN	43
<b>5. FACEBOOK - DAS ERFOLGREICHSTE SOZIALE NETZWERK</b>	<b>44</b>
<b>5.1. GRÜNDUNGSGESCHICHTE</b>	<b>44</b>
<b>5.2. FUNKTIONEN, DATEN UND FAKTEN</b>	<b>45</b>
<b>II. EMPIRISCHER TEIL</b>	<b>49</b>

<b><u>6. FORSCHUNGSDESIGN</u></b>	<b>50</b>
<b>6.1. ERKENNTNISINTERESSE UND GESELLSCHAFTLICHE RELEVANZ</b>	<b>50</b>
<b>6.2. ZIEL DER ARBEIT</b>	<b>52</b>
<b>6.3. FF UND HYPOTHESEN</b>	<b>52</b>
<b>6.4. FORSCHUNGSMATERIAL</b>	<b>55</b>
<b>6.5. ANALYSEMATERIAL UND ERHEBUNGSZEITRAUM</b>	<b>56</b>
<b>6.6. ANALYSEKATEGORIEN UND DEFINITIONEN</b>	<b>58</b>
<b>6.7. INDIKATOREN DER VERSTÄNDIGUNGSORIENTIERUNG (BURKART ET AL.)</b>	<b>59</b>
6.7.1. BEGRÜNDUNGSNIVEAU	59
6.7.2. LÖSUNGSVORSCHLAG	60
6.7.3. RESPEKTMAß	61
6.7.4. ZWEIFEL	62
<b>6.8. OPERATIONALISIERUNG DES VOI (NACH GRIMM 2009)</b>	<b>63</b>
<b>6.9. DURCHFÜHRUNGSDOKUMENTATION</b>	<b>66</b>
6.9.1. PRETEST	66
6.9.2. RELIABILITÄT UND VALIDITÄT	67
<b><u>7. AUSWERTUNG UND DISKUSSION DER ERGEBNISSE</u></b>	<b>69</b>
<b>7.1. ALLGEMEINE DESKRIPTIVE STATISTIK</b>	<b>69</b>
<b>7.2. BEANTWORTUNG DER FF UND HYPOTHESENGENERIERUNG</b>	<b>73</b>
7.2.1. FORSCHUNGSFRAU 1	76
7.2.2. FORSCHUNGSFRAU 2	91
7.2.3. FORSCHUNGSFRAU 3	94
<b>7.3. ÜBERSICHT FF UND DAZUGEHÖRIGE HYPOTHESEN</b>	<b>97</b>
<b><u>8. RESÜMEE UND AUSBLICK</u></b>	<b>100</b>
<b><u>9. VERZEICHNISSE</u></b>	<b>103</b>
<b>9.1. LITERATURVERZEICHNIS</b>	<b>103</b>
<b>9.2. ABBILDUNGSVERZEICHNIS</b>	<b>107</b>
<b>9.3. DIAGRAMMVERZEICHNIS</b>	<b>108</b>
<b>9.4. TABELLENVERZEICHNIS</b>	<b>108</b>
<b><u>10. ABSTRACT</u></b>	<b>110</b>
<b><u>11. ANHANG</u></b>	<b>113</b>

**A LEBENSLAUF**

**114**

**B CODEBUCH**

**115**

**C SPSS OUTPUT-TABELLEN**

**137**

Zu Beginn soll hier darauf hingewiesen werden, dass beim Verfassen dieser Forschungsarbeit auf jegliche genderspezifische Formulierungen verzichtet wurde, um die flüssige Lesbarkeit des Textes zu bewahren.

## **1. Einleitung**

Tagtäglich surfen Millionen von Menschen im Internet, viele davon bewegen sich hauptsächlich auf sozialen Plattformen wie Facebook, Twitter oder Youtube. Es werden Kontakte geknüpft, Videos geschaut, Fotos hochgeladen, oder auch Informationen konsumiert und ausgetauscht. Es dauerte folglich nicht allzu lange bis auch die Politik das große Potential des Social Webs erkannte und anfing an ihren Internetpräsenzen zu arbeiten. Besonders auf der populärsten sozialen Plattform Facebook findet sich heutzutage der Großteil der politischen Akteure und präsentiert sich kontrolliert und gezielt dem Publikum. Die Vorteile dieser neuen Art der politischen Kommunikation liegen auf der Hand: direkt und ungefiltert, ohne an dem „Gatekeeper“ Journalisten vorbei zu müssen, werden hier politische Informationen und Agenden platziert und den Usern genau so präsentiert, wie es erwünscht ist. Es verwundert daher ein bisschen, dass es trotz der hohen Aktualität und gesellschaftlichen Relevanz, nur sehr eingeschränkte empirische Forschungen bzw. Studien zu dieser Thematik gibt. Aus diesem Grunde soll die vorliegende Forschungsarbeit zumindest einen Teilaspekt dieser Problemstellung genauer betrachten und analysieren. Mit der forschungsleitenden Fragestellung „Wie verständigungsorientiert kommunizieren österreichische Politiker auf Facebook?“ soll die Qualitäts- bzw. Verständigungsorientierung fünf ausgewählter politischer Akteure in dem sozialen Netzwerk näher untersucht werden. Analysiert und miteinander verglichen werden hierfür die FB-Beiträge von Werner Faymann, Sebastian Kurz, Eva Glawischnig, HC Strache sowie Matthias Strolz. Die Arbeit ist weiters unterteilt in einen kommunikationstheoretischen sowie einen empirischen Abschnitt und gliedert sich wie folgt:

Zu Beginn liegt das Augenmerk auf dem theoretischen Grundgerüst, welches den empirischen Forschungsteil begründet und daher werden zuerst die für diese Arbeit relevanten Kommunikationstheorien präsentiert und erläutert. Beginnend mit der *Theorie des kommunikativen Handelns* von Habermas wird die Funktion bzw. der Stellenwert von Sprache in demokratischen Gesellschaften aufgezeigt und näher erklärt. Es wird beschrieben wie Verständigung zwischen Menschen

funktioniert, welche Geltungsansprüche und Weltkonzepte dabei zum Einsatz kommen, welche Arten von Diskursen existieren und wie eine ideale Sprechsituation aufgebaut ist. Danach wird auf das Konstrukt der Verständigungsorientierung nach Burkart näher eingegangen und zwischen *Verständigungsorientierter Öffentlichkeitsarbeit* sowie *Verständigungsorientiertem Journalismus* differenziert. Das nächste Kapitel beschäftigt sich darauf mit dem Phänomen der politischen Kommunikation und nimmt ihre Definition sowie ihr Verhältnis zu den Medien genauer unter die Lupe. Besonderes Augenmerk wird dabei auch auf politische Kommunikation im Web 2.0 gelegt, da dies ja einen Teil des Forschungsinteresses dieser Arbeit wiederspiegelt. Der fünfte und letzte Abschnitt des Theorieteils beschäftigt sich mit der größten sozialen Plattform Facebook. Neben dessen Gründung werden auch diverse Funktionen für die User und aktuelle Zahlen und Daten des Netzwerks präsentiert.

Der zweite Teil der Arbeit fokussiert auf die empirische Erhebung und all ihre wissenschaftlichen Facetten. Zunächst wird das Forschungsdesign vorgestellt und die Problemstellung, die gesellschaftliche Relevanz sowie das Forschungsziel näher erläutert. Danach werden die Forschungsfragen und Hypothesen aufgezählt sowie alle Aspekte des Forschungsinstruments und des Analysematerials nähergebracht. Besonderer Fokus liegt hier auf der Beschreibung der Analysekategorien und dabei vor allem auf den Dimensionen der Verständigungsorientierung (Begründungsniveau, Lösungsorientierung, Respektmaß und Zweifelartikulation). Diese vier Qualitätsindikatoren stellen auch die Hauptkategorien der Inhaltsanalyse dar. Anschließend wird ihre Operationalisierung sowie die Berechnung des Verständigungsorientierungsindex (VOI) aufgezeigt und genau erklärt. Mithilfe des VOI werden später die Dimensionswerte der einzelnen Politiker untereinander vergleichbar. Danach beginnt der Auswertungsteil dieser Arbeit, in ihm werden die Forschungsfragen beantwortet, die Hypothesen überprüft bzw. neu gebildet und alle weiteren Ergebnisse der Analyse im Detail präsentiert. Abschließend werden nochmals alle Forschungsfragen und die dazugehörigen Hypothesen in einer Übersicht klar dargestellt, die Ergebnisse der Forschungsarbeit zusammengefasst und ein Ausblick für weitere relevante Forschung zu dieser Thematik gegeben.



## **I. KOMMUNIKATIONSTHEORETISCHER TEIL**

## **2. Theorie des kommunikativen Handelns (Habermas)**

Da der Fokus der vorliegenden Arbeit auf Verständigungsorientierung in politischer Kommunikation im sozialen Netzwerk liegt und das Konzept der Verständigungsorientierung sehr stark auf der Habermas'schen *Theorie des kommunikativen Handelns* basiert, soll genau diese Theorie nun die Einführung in die kommunikationstheoretischen Grundlagen dieser Forschungsarbeit darstellen.

### **2.1. Der Verständigungsbegriff**

Im Zentrum der Habermas'schen kommunikationstheoretischen Überlegungen steht die menschliche Sprache und dabei im Besonderen, der ihr innewohnende Verständigungsprozess. Um den genauen Umständen und maßgeblichen Faktoren menschlicher Sprache auf die Spur zu kommen, ist es ein Anliegen Habermas' die Struktur menschlicher Kommunikation näher zu beleuchten (Vgl. Burkart/Lang 2014: 42f.). Hierfür muss zunächst einmal der Begriff „Verständigung“ näher erläutert werden. Habermas sieht die Intention im sprachlichen Austausch von Menschen nämlich darin, Verständigung und in weiterer Folge ein gegenseitiges Einverständnis zu erzielen. Unter Verständigung versteht Habermas durchaus mehr, „als das identische Verstehen sprachlicher Ausdrücke“ (Burkart/Lang 2014: 45). Der Soziologe ist sogar davon überzeugt, dass „Sprache und Verständigung gleichursprüngliche, sich wechselseitig erläuternde Begriffe sind“, was ihn zu der These leitet, dass menschlicher Sprache „ein Telos von gegenseitiger Verständigung“ innewohnt (Habermas 1981: 387, zit. nach ebd.: 45). Unter Verständnis versteht Habermas nach Burkart und Lang (2014: 45) den „Prozess der Einigung unter kommunikationsfähigen Subjekten, wobei das Ziel die Herbeiführung eines Einverständnisses ist.“

Dieses Einverständnis muss allerdings ohne Drohung oder Zwang herbeigeführt werden, nur aufgrund von besseren, weil einleuchtenderen Argumenten bzw. Begründungen. Ist dem nicht so, handelt es sich nach Habermas nämlich nicht um verständigungsorientierte, sondern um *strategische Kommunikation* (Vgl.

Burkart/Lang 2014: 45f.). Habermas (1981: 385f.) unterscheidet demnach zwischen *verständigungsorientierter* und *strategischer Kommunikation* wie folgt:

„Indem ich strategische und kommunikative Handlungen als Typen bestimme, gehe ich davon aus, daß (sic!) sich konkrete Handlungen unter diesen Gesichtspunkten klassifizieren lassen. Ich möchte mit ‚strategisch‘ und ‚kommunikativ‘ nicht nur zwei analytische Aspekte bezeichnen, unter denen sich *dieselbe* Handlung einmal als die wechselseitige Beeinflussung von zweckrational handelnden Gegenspielern, und zum anderen als Prozeß (sic!) der Verständigung zwischen Angehörigen einer Lebenswelt beschreiben lassen. Vielmehr lassen sich soziale Handlungen danach unterscheiden, ob die Beteiligten entweder eine erfolgs- oder eine verständigungsorientierte Einstellung einnehmen.“

In seiner Handlungstypologie unterscheidet Habermas außerdem noch eine dritte Form der Interaktion, nämlich das *instrumentelle Handeln*. Für ihn ist eine zweckorientierte Handlung instrumentell, „wenn wir sie unter dem Aspekt der Befolgung technischer Handlungsregeln betrachten und den Wirkungsgrad einer Intervention in einen Zusammenhang von Zuständen und Ereignissen bewerten“ (Habermas 1981: 385). Im Unterschied zum strategischen Handeln ist instrumentelles Handeln nicht zwingend auch soziales Handeln, kann aber mit „sozialen Interaktionen“ verbunden sein (Vgl. ebd.: 385). Nachfolgend soll die Grafik der Habermas'schen Handlungstypen einen klaren Überblick verschaffen:

Handlungs- orientierung  Handlungs- situation	<b>erfolgsorientiert</b>	<b>verständigungsorientiert</b>
<b>nicht-sozial</b>	instrumentelles Handeln	---
<b>sozial</b>	strategisches Handeln	kommunikatives Handeln

**Abbildung 1: Handlungstypen nach Habermas (1981: 384)**

## 2.2. Geltungsansprüche und Weltkonzepte

Einen weiteren wichtigen Aspekt des Habermas'schen Verständigungsbegriffs stellen die vier Geltungsansprüche *Verständlichkeit*, *Wahrheit*, *Wahrhaftigkeit* und *Richtigkeit* dar. Habermas ist der Meinung, dass Kommunikation nur dann gelingen kann und folglich zu Verständigung führt, wenn diese Geltungsansprüche von den Gesprächspartnern wechselseitig anerkannt werden. Er erklärt dies so: „Der Begriff kommunikativen Handelns setzt Sprache als Medium einer Art von Verständigungsprozessen voraus, in deren Verlauf die Teilnehmer (...) gegenseitig Geltungsansprüche erheben, die akzeptiert und bestritten werden können“ (Habermas 1981: 148). Ausgehend davon, dass die Kommunikatoren die Sprache grammatikalisch und pragmatisch korrekt beherrschen und einsetzen (*Verständlichkeit*)<sup>1</sup>, müssen sie bei verständigungsorientierter Kommunikation noch folgenden drei Ansprüchen gerecht werden (Vgl. Habermas 1981: 149):

- Das Gesprochene muss wahr sein (*Wahrheit*),
- die Aussage/der Sprechakt muss im Hinblick auf normative Regeln und Werte richtig bzw. legitim sein (*Richtigkeit*) und
- die Intention des Kommunikators muss den Äußerungen entsprechen (*Wahrhaftigkeit*).

Außerdem spricht Habermas von *drei Weltkonzepten*, auf welche die Kommunikatoren Bezug nehmen und die sie als „einen Interpretationsrahmen“ voraussetzen, um Verständigung zu erreichen. Dabei handelt es sich nach Habermas (1981: 149) um „die *objektive Welt* (als der Gesamtheit aller Entitäten, über die wahre Aussagen möglich sind), die *soziale Welt* (als der Gesamtheit aller legitim geregelten interpersonalen Beziehungen) und die *subjektive Welt* (als der Gesamtheit der privilegiert zugänglichen Erlebnisse des Sprechers)“. Bei jeder Sprechhandlung setzen also die Kommunikatoren die vier Geltungsansprüche voraus und stellen dabei auch eine Verbindung zwischen sich und diesen drei Weltbezügen her:

---

<sup>1</sup> Laut Habermas würde Kommunikation ohne dieser Voraussetzung ohnehin nicht funktionieren und daher sofort abbrechen.

„Allein das kommunikative Handlungsmodell setzt Sprache als ein Medium unverkürzter Verständigung voraus, wobei sich Sprecher und Hörer aus dem Horizont ihrer vorinterpretierten Lebenswelt gleichzeitig auf etwas in der objektiven, sozialen und subjektiven Welt beziehen (...“ (Habermas 1981: 14).

## 2.3. Diskurstypen und ideale Sprechsituation

„Diskurse herrschen nicht.“

- Jürgen Habermas<sup>2</sup>

Habermas definiert kommunikatives Handeln zusammengefasst also, als verständigungsorientiertes, soziales Handeln, in dessen Prozess die Kommunikationspartner einen Weltbezug herstellen und gegenseitig Geltungsansprüche stellen, die entweder angenommen oder auch kritisiert bzw. bestritten werden können. Ist Letzteres der Fall, so ist die Kommunikation gestört oder bricht ab und muss „repariert“ werden, um den Verständigungsprozess fortsetzen zu können. Diesem kommunikativen Reparaturmechanismus wird der *Diskurs* gerecht. In ihm werden problematisch gewordene Geltungsansprüche nämlich selbst zum Thema der Kommunikation und durch Begründung bzw. Argumentation wieder hergestellt. Habermas (1981: 38) definiert die Argumentation als „den Typus von Rede, in dem die Teilnehmer strittige Geltungsansprüche thematisieren und versuchen, diese mit Argumenten einzulösen oder zu kritisieren“. Weiters unterscheidet er drei Formen des Diskurses, nämlich

- den *theoretischen Diskurs*, der „kontroverse Wahrheitsansprüche“ thematisiert;
- den *praktischen Diskurs*, der normative Richtigkeitsansprüche diskutiert sowie

---

<sup>2</sup> Quelle: Habermas, Jürgen (1990): Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft. Mit einem Vorwort zur Neuauflage 1990. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag. S. 44.

- den *explikativen Diskurs*, welcher Verständlichkeit bzw. Wohlgeformtheit der Sprache zum Thema macht. (Vgl. ebd.: 38ff.)

In der Praxis werden jedoch am ehesten die ersten beiden Diskursformen zum Einsatz kommen. Der Geltungsanspruch der Wahrhaftigkeit ist hier ein Sonderfall und nicht innerhalb eines Diskurses wieder „reparierbar“, da ein Kommunikator nicht mit Argumenten, sondern ausschließlich mit seinem Handeln unter Beweis stellen kann, dass das Gesprochene auch tatsächlich so gemeint ist (Vgl. Burkart/Lang 2014: 50).

Die ideale Sprechsituation wurde von Habermas dazu entwickelt, um sicherzustellen, dass das Ergebnis eines Diskurses ein „echter“ Konsens ist, „also nicht durch Irrtum, Zwang, Täuschung usw. zustande gekommen ist“ (Burkart/Lang 2014: 50). Ein Diskurs führt demnach zu einem „wahren“ Konsens, wenn er „frei ist von äußeren und inneren Zwängen“ (ebd.: 51) und die Diskurspartner eine Einigung aufgrund des „eigentlich zwanglosen Zwang des besseren, weil einleuchtenderen Arguments“ erzielen (Habermas zit. nach Burkart/Lang 2014: 51). Habermas beschreibt dies folgendermaßen:

„Ideal nenne ich eine Sprechsituation, in der Kommunikationen nicht nur nicht durch äußere kontingente Einwirkungen, sondern auch nicht durch Zwänge behindert werden, die sich aus der Struktur der Kommunikation selbst ergeben. (...) Und zwar erzeugt die Kommunikationsstruktur nur dann keine Zwänge, wenn für alle Diskursteilnehmer eine symmetrische Verteilung der Chancen, Sprechakte zu wählen und auszuführen, gegeben ist.“ (Habermas, zit. nach Burkart/Lang 2014: 51)

Obwohl Habermas hier die idealen Rahmenbedingungen einer Sprechsituation aufzeigt sowie auf deren Notwendigkeit im Hinblick auf einen „wahren“ Konsens hinweist, ist er sich aber natürlich sehr wohl im Klaren darüber, dass dies in der Realität fast nicht erreichbar ist und schon eher einer Utopie gleicht:

„Mit dem Eintritt in eine Argumentation können die Teilnehmer nicht umhin, wechselseitig die hinreichende Erfüllung von Bedingungen einer idealen Sprechsituation zu unterstellen. Und doch wissen sie, daß (sic!) der

Diskurs von den ausgeblendeten Motiven und Handlungszwängen niemals definitiv ‚gereinigt‘ ist.“ (Habermas, zit. nach Burkart/Lang 2014: 51)

### **3. Das Konzept der Verständigungsorientierung**

Nachdem nun bereits Habermas und seine *Theorie des kommunikativen Handelns* ausführlich beschrieben und erläutert wurde, soll im Folgenden auf die großteils darauf basierenden Konzepte der *verständigungsorientierten Öffentlichkeitsarbeit (VÖA)* sowie des *verständigungsorientierten Journalismus* näher eingegangen werden.

#### **3.1. Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit (VÖA)**

Der Kommunikationswissenschaftler und Wiener Universitätsprofessor Roland Burkart hat, unter Berücksichtigung des zuvor bereits erklärten Habermas'schen Verständigungsbegriffes, das Konzept der *verständigungsorientierten Öffentlichkeitsarbeit (VÖA)* als Instrument bzw. Kommunikationsstrategie im Zuge eines österreichischen PR-Forschungsprojektes entwickelt. Dabei ging es um die geplante Errichtung von zwei Sonderabfalldeponien an ausgewählten Gemeindestandorten in Niederösterreich, was zu sehr großen Unmut und auch heftigen Widerstand in der betroffenen Bevölkerung führte. Bei dem Forschungsprojekt sollten demnach wissenschaftlich fundierte Antworten auf die Frage gefunden werden, inwieweit die Herangehensweise der verantwortlichen Planer als „angemessen“ zu beurteilen war (Vgl. Burkart 1995: 7).

Laut Burkart (1995: 7) handelt es sich bei *verständigungsorientierter Öffentlichkeitsarbeit (VÖA)* um

„ein Kommunikationskonzept, das darauf abzielt, die Voraussetzungen zur einvernehmlichen Lösung von Interessenkonflikten zu schaffen. Die daraus abgeleitete Public-Relations-Strategie hat nicht die bloße Durchsetzung der

Interessen des jeweiligen Projektbetreibers (hier: des Deponieplaners) im Auge, sondern stellt das zu erzielende Einverständnis mit den betroffenen Bevölkerungsgruppen in den Mittelpunkt ihrer Überlegungen“.

Burkart betont hier nochmals ausdrücklich, dass das Konzept nicht bloß als strategisches Instrument von PR-Managern dienen soll, sondern wesentlich dazu beitragen kann, eine kommunikationstheoretisch erfolgreiche Verständigung zwischen Planern und Bürgern herzustellen und in Folge Einverständnis auf beiden Seiten zu erzielen.

Grundlegend für dieses Konzept ist nach Burkart die Betrachtung der Public Relations als Dialog, anstelle eines Monologs. Obwohl in der Fachwelt schon längere Zeit die gegenseitige Verständigung als eines der Hauptziele der PR hervorgehoben wurde, schien es sich dabei doch großteils um eine theoretische Floskel zu halten, da sie in der Praxis kaum bis nie Anwendung fand. Dies änderte sich jedoch mit der stetig anwachsenden Bereitschaft der Bürger zur Beteiligung und Mitsprache bei der Gestaltung des öffentlichen Raumes (Vgl. ebenda: 7ff.). Burkart (1995: 9) formuliert diesen Umstand folgendermaßen: „Öffentlichkeitsarbeit ist nunmehr gefordert, endlich das zu tun, was sie immer schon vorgibt, ohnehin zu sein – nämlich ein Medium zur Optimierung gesellschaftlicher Verständigungsverhältnisse“.

### **3.1.1. Theoretischer Hintergrund**

Um die angesprochene Verständigung zwischen den Parteien zu erreichen, muss der Blick zunächst darauf gelenkt werden, was unter Verständigung überhaupt verstanden wird und wie sich dieses Konstrukt aufgliedert. Dies führt uns wieder zurück zu Habermas und seiner Theorie. Da im vorigen Kapitel dieser Arbeit Habermas' sche Theorie bereits ausführlich dargestellt und diskutiert wurde, soll im Folgenden nur mehr kurz die, für das Konzept der *verständigungsorientierten Öffentlichkeitsarbeit*, wichtigen Punkte wiederholt werden. Wie in Kapitel 2 bereits erklärt, definiert Habermas in seiner *Theorie des kommunikativen Handelns* vier Geltungsansprüche, die zu einer gelungenen und folglich mit Verständigung

belohnten Kommunikation führen. Bei jedem kommunikativen Akt gibt es demnach folgende Geltungsansprüche, welche automatisch von den Kommunikationspartnern als gültig und notwendig angesehen bzw. anerkannt werden: 1. Verständlichkeit (verständliches Ausdrücken nach Sprachregeln), 2. Wahrheit (Kommunikationsobjekt existiert), 3. Wahrhaftigkeit (Wiedergabe tatsächlicher Absichten) und 4. Richtigkeit (den Normen und Werten angepasstes Artikulieren). Diese Geltungsansprüche können nach Habermas (Vgl. 1981, I: 149) weiters zu drei verschiedenen Weltendimensionen zugeteilt werden, nämlich der „objektiven Welt“ (Gesamtheit aller Entitäten worüber wahre Aussagen möglich sind), der „sozialen Welt“ (Gesamtheit aller sozialen Beziehungen) und der „subjektiven Welt“ (Gesamtheit der subjektiven Erfahrungen des Kommunikators).

Glaubt man der Habermas'schen Theorie, so kann Verständigung nur dann zustande kommen, wenn die Kommunikationspartner gemeinsam die Geltungsansprüche der Kommunikation anerkennen und dies auch beim Gegenüber voraussetzen. Sobald jedoch einer dieser Ansprüche angezweifelt wird, entsteht ein Ungleichgewicht, welches das Scheitern von Verständigung als Ziel des Kommunikationsaktes zur Folge hat. Denn laut Habermas ist das Ziel jeder Verständigung die „Herbeiführung eines Einverständnisses, welches in der intersubjektiven Gemeinsamkeit des wechselseitigen Verstehens, des geteilten Wissens, des gegenseitigen Vertrauens und des miteinander Übereinstimmens terminiert“ (Habermas 1976: 176, zit. nach Burkart 1995: 10). Habermas ist sich jedoch darüber im Klaren, dass es sich hierbei um die theoretisch „perfekte“ Form von Kommunikation und ihrem Ziel der optimalen Verständigung handelt und dies in der Praxis nicht der Normalzustand von Kommunikation ist. Aus diesem Grund nennt Habermas den „Diskurs“, in welchem zum Problem gewordene Geltungsansprüche durch Argumentation bzw. Begründung wieder „repariert“ werden können (Vgl. Burkart 1995: 10). Weiters definiert Habermas (1981: 38) die Argumentation als

„den Typus von Rede, in dem die Teilnehmer strittige Geltungsansprüche thematisieren und versuchen, diese mit Argumenten einzulösen oder zu kritisieren. Ein *Argument* enthält Gründe, die in systematischer Weise mit dem *Geltungsanspruch* einer problematischen Äußerung verknüpft sind.“

Habermas differenziert zwischen drei Formen des Diskurses, nämlich dem *theoretischen Diskurs* (bei problematischen Wahrheitsansprüchen), dem *praktischen Diskurs* (bei Problemen mit der normativen Richtigkeit) sowie dem *explikativen Diskurs* (bei Problemen mit der Verständlichkeit). Einzige Ausnahme stellt der Geltungsanspruch Wahrhaftigkeit dar, welcher nicht durch Argumente, sondern lediglich durch Taten bzw. Handlungen bewiesen werden kann (Vgl. Habermas 1981: 38ff). Laut Burkart (1995: 11) ist es das Ziel innerhalb eines solchen Diskurses „über problematisch gewordene Geltungsansprüche wieder ein Konsens“ herzustellen, der allein auf dem „eigentümlich zwanglosen Zwang des besseren, weil einleuchtenderen Arguments“ (Habermas 1984: 116, zit. nach Burkart: 1995: 11) basiert. Nach Burkart spricht Habermas hier von der „idealen Sprechsituation“, in welcher es einen echten Konsens geben soll, also einen, der durch die besseren bzw. einleuchtenderen Argumente hergestellt wird und nicht etwa durch Zwang oder Täuschung (Vgl. Burkart 1995: 11). Burkart (ebenda: 12) fasst die bisherigen Erkenntnisse über Verständigung wie folgt zusammen:

„Verständigung, als Prozeß (sic!) der Herbeiführung eines Einverständnisses, kommt nur dann zustande, wenn

1. die jeweiligen Kommunikationspartner einander die Wahrheit ihrer Aussagen, die Wahrhaftigkeit ihrer Absichten und die Richtigkeit/Angemessenheit ihrer Äußerungen unterstellen,
2. bei allen beteiligten Kommunikationspartnern ein Hintergrundkonsens (...) darüber besteht, daß (sic!) sie im Falle eines Anzweifelns (...) dieser Ansprüche diese selbst zum Thema von Kommunikation machen können,
3. Einigkeit darüber besteht, daß (sic!) in solchen Fällen ein Diskurs eingeleitet werden kann, der auf ein rational motiviertes Einverständnis hin ausgerichtet ist, d. h. in dem Behauptungen nur auf der Basis von Gründen Gültigkeit erhalten können, die von allen Teilnehmern akzeptiert werden und wenn sich
4. derartige Diskurse an der ‚idealen Sprechsituation‘ orientieren, in der für alle Teilnehmer die gleichen Chancen bestehen, Sprechakte (wie z. B. Behauptungen, Wünsche, Aufforderungen, Verurteilungen etc.) zu wählen und auszuführen.“ (Burkart 1995:12)

### **3.1.2. Ziele verständigungsorientierter Öffentlichkeitsarbeit**

Ausgehend von der *Theorie des kommunikativen Handelns* gelingt Verständigung zwischen den Kommunikationspartner demnach ausschließlich, wenn auf beiden Seiten die Geltungsansprüche von Kommunikation anerkannt und vorausgesetzt werden. Legt man diese Erkenntnis nun auf die PR und Öffentlichkeitsarbeit um, so kommt man zu dem Schluss, dass deren primäres Ziel das Einverständnis zwischen dem Unternehmen bzw. der Organisation und den Betroffenen ist. Im Hinblick auf die Habermas'sche Theorie bedeutet dies nun, dass ein Einverständnis unter Berücksichtigung der drei relevanten Geltungsansprüche (Wahrheit, Wahrhaftigkeit und Richtigkeit) auf drei verschiedenen Ebenen gesucht wird, nämlich in der objektiven, subjektiven und sozialen Welt der Kommunikatoren (Vgl. Burkart 1995: 13). Um es mit den Worten Burkarts (1995:13) zu formulieren:

„Konkret heißt das: Öffentlichkeitsarbeit hat dafür zu sorgen, daß (sic!) es zwischen dem PR-Träger und den von der Realisierung des jeweils verfolgten Interesses (möglicherweise) Betroffenen zu einem Einverständnis kommt im Hinblick auf

- die zu thematisierenden Gegenstände

Ziel ist es, mit den Betroffenen (...) zu einem Konsens darüber zu gelangen, was unter der Sache selbst (...) eigentlich zu verstehen ist.

= Anerkennung von Wahrheitsansprüchen aus der objektiven Welt

- das Vertrauen in den PR-Träger

Ziel ist es, mit den Betroffenen (...) zu einem Konsens über die Vertrauenswürdigkeit der jeweils involvierten Organisation/Institution bzw. deren Vertretern zu gelangen.

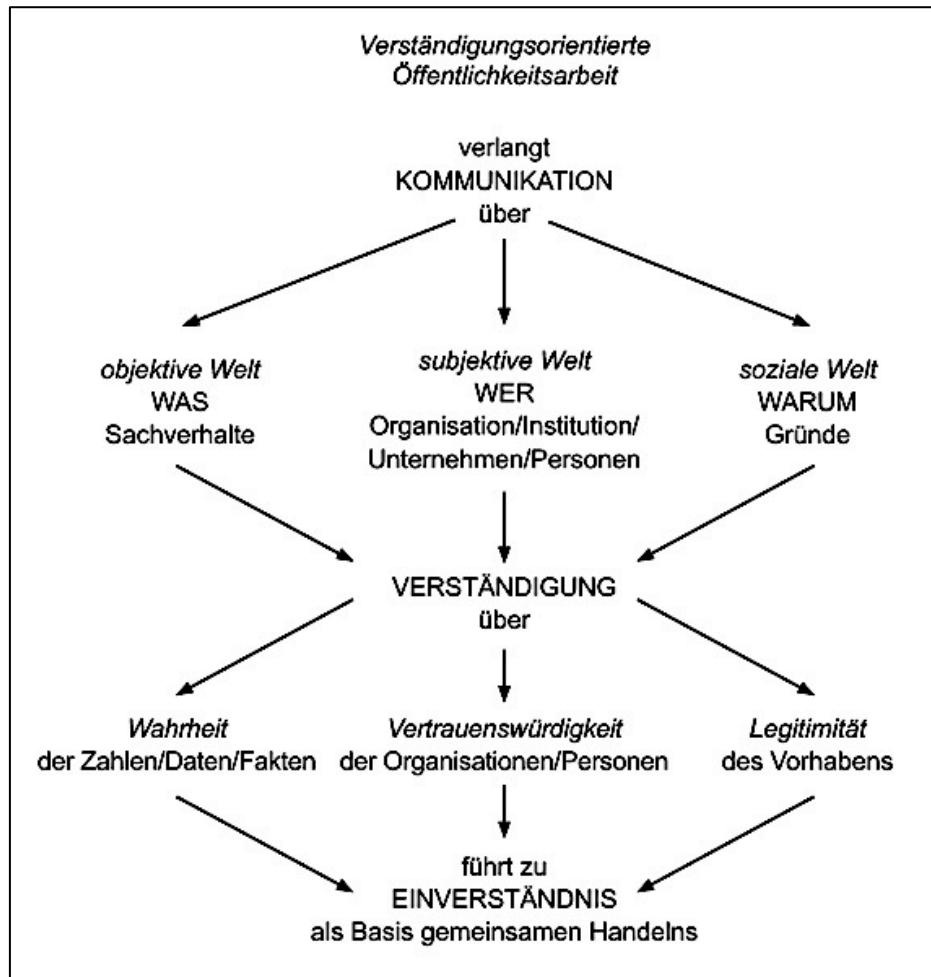
= Anerkennung von Wahrhaftigkeitsansprüchen aus der subjektiven Welt

- die Legitimität der vertretenen Interessen

Ziel ist es, mit den Betroffenen (...) zu einem Konsens zu gelangen, im Hinblick auf die Rechtmäßigkeit, mit der die jeweiligen Interessen vertreten werden.

= Anerkennung von Richtigkeitsansprüchen aus der sozialen Welt“ (Vgl. ebd.:13).

Die nachfolgende Darstellung (Abb. 2) soll noch einmal graphisch die Ziele von verständigungsorientierter Öffentlichkeitsarbeit veranschaulichen:



**Abbildung 2: Ziele der VÖA (Burkart 1995: 14)**

Weiters betont Burkart, dass es sich hier um den Idealfall von Kommunikation handelt, der in der Realität meist kaum zu erreichen ist. Aus diesem Grund sei es wichtig, dass auch in der PR-Praxis die Möglichkeit für einen Diskurs offen sein muss. Als „Wege zur Zielrealisierung“ bezeichnet er daher sein Vier-Phasen-Modell der Öffentlichkeitsarbeit, in welchem er die Phasen *Information*, *Diskussion*, *Diskurs* sowie *Situationsdefinition* unterscheidet (Vgl. Burkart 1995: 14ff.). Nachfolgendes Schaubild (Abb. 3) schafft zusammengefasst einen klaren Überblick über die **vier Phasen verständigungsorientierter Öffentlichkeitsarbeit**:

Kommunikation über			
PR-Phasen	Themen Sachverhalte objektive Welt	Organisation/Institu- tion/Personen subjektive Welt	Legitimität des Interesses soziale Welt
1. Information	Festlegung/Definition relevanter Sachverhalte und Begriffe und Erläuterung der Konsequenzen	Erläuterung des Selbstbildes, der Absichten Bekanntgabe von Ansprechpartnern	Rechtfertigung des Interesses durch Angabe von Gründen
2 Diskussion	Auseinandersetzung mit den relevanten Sachverhalten bzw. Begriffen	Kann nicht diskutiert werden	Auseinandersetzung über die Angemessenheit der Begründungen
3. Diskurs	Einigung über Richtlinien zur Einschätzung von Sachurteilen	Kann nicht diskursiv eingelöst werden	Einigung über Richtlinien zur Einschätzung von moralischen Urteilen
4. Situationsdefinition	Einigung über Sachurteile	Einigung über die Vertrauenswürdigkeit der Handlungsträger	Einigung über moralische Urteile

Abbildung 3: Vier Phasen der VÖA (Burkart 1995: 19)

Glaubt man an die These Burkarts (1995: 15), so geht es bei der VÖA hauptsächlich darum „wie eine Annäherung an das Einverständnis zwischen PR-Betreiber und den relevanten Teilöffentlichkeiten (im Hinblick auf die jeweils thematisierte objektive, subjektive und soziale Welt) erreicht werden kann“. Wie zuvor bereits erwähnt, sieht die *Theorie des kommunikativen Handelns* die Chance für Einverständnis darin, einen Diskurs abzuhalten, in welchem problematisch gewordene Geltungsansprüche selbst im Zentrum der Kommunikation stehen, was somit aufgrund des besseren Arguments einen Konsens zur Folge haben kann. Die Vorbereitungen für einen solchen Diskurs haben jedoch Schritt für Schritt zu erfolgen, was den Fokus wieder auf die bereits dargestellten vier Phasen lenkt (Vgl. Burkart 1995:15). Im Folgenden sollen daher kurz und prägnant die einzelnen Phasen (Abb. 3) in Anlehnung an Burkart vorgestellt und erklärt werden:

### ***Phase 1: Information***

Hier geht es darum den Betroffenen ausreichende Informationen zu dem geplanten Vorhaben zu liefern.

### ***Phase 2: Diskussion***

Ziel dieser Phase ist es, einen Dialog zwischen den PR-Akteuren und den Betroffenen zu schaffen, um ihnen somit die Möglichkeit zu bieten Zweifel zu äußern.

### ***Phase 3: Diskurs***

In dieser Phase liegt das Hauptaugenmerk darauf, die zuvor geäußerten Zweifel bzw. problematisch gewordenen Geltungsansprüche durch Begründung oder Argumentation zu beseitigen.

### ***Phase 4: Situationsdefinition***

Diese Phase unterscheidet sich deutlich von den anderen, da ihr Hauptziel nicht eine bestimmte Aktion, sondern die Prüfung der Gegebenheiten ist. Dadurch soll sichergestellt werden, dass es eine reelle Chance auf Einverständnis zwischen den beiden Parteien gibt.  
(Vgl. Burkart 1995: 15ff.)

Burkart (1995: 20) sieht das Hauptpotential der *verständigungsorientierten Öffentlichkeitsarbeit* darin, dass sie nicht nur verdeutlicht, „ob noch Verständigungsdefizite bestehen, sondern macht (...) zugleich auch erkennbar, wo sie anzusiedeln sind: im Bereich der objektiven, der subjektiven oder der sozialen Welt“. Dies hat den großen Vorteil, dass die PR-Betreiber dadurch sofort erkennen können, in welchem Feld sie noch Kommunikations- bzw. Überzeugungsarbeit leisten müssen. Das schlussendliche Fazit in den Worten Burkarts (2002: 448) lautet wie folgt:

„Mit Hilfe des Habermas'schen Verständigungsbegriffes lassen sich die Voraussetzungen für eine Öffentlichkeitsarbeit definieren, (...) wonach der Dialog, die Verständigung und der Interessenausgleich im Mittelpunkt von PR- Aktivitäten zu stehen habe“.

Der Vollständigkeit halber soll hier auch die Erkenntnis aus Burkarts Forschungsprojekt nicht unerwähnt bleiben, dass im konkreten Beispiel der geplanten Sonderabfalldeponien in Niederösterreich eine „potentielle Akzeptanz der geplanten Deponie seitens der Betroffenen (...) stets mit deutlichen Spuren erfolgreich abgelaufener Kommunikationsprozesse“ zusammenhang, „die auf Einverständnis mit dem Deponieplaner in wichtigen Sachthemen, aber auch im Hinblick auf die Legitimität seiner Absichten“ hindeuteten (Burkart 1995: 23).

### **3.1.3. Kritik zur VÖA**

Das Konzept der *verständigungsorientierten Öffentlichkeitsarbeit* von Roland Burkart erntete in der Fachwelt viel Beifall, wurde aber auch von einigen Kolleginnen und Kollegen unter einem kritischen Blickwinkel betrachtet. So hebt Gernot Brauer (1995: 28) die Tatsache hervor, dass Öffentlichkeitsarbeit immer auch strategisch und „interessensgeleitet“ ist. Das Interesse liege im Normalfall darin „Handlungsspielräume des Auftraggebers zu sichern, zu erweitern oder zu erneuern“. Diesem Fakt schenkt Burkart seiner Meinung nach bei seinem Konzept zu wenig Beachtung.

Auch Johanna Dorer und Matthias Marschik sehen die Schwäche in Burkarts Theorie in der fehlenden Interessens- und vor allem Machtattribute, die ihrer Meinung nach jeder Art von Kommunikation innewohnt. Genauer gesagt, sind sie der Meinung, dass „es zu keiner Thematisierung der Machtverhältnisse kommt“ und obendrein noch „durch den Rekurs auf Habermas Machtbeziehungen letztendlich zum Verschwinden gebracht werden“ (Dorer/Marschik 1995: 31ff.).

Weitere Kritik an Burkarts Konzept zur Öffentlichkeitsarbeit wird von Tobias Liebert geäußert. Liebert bemängelt, dass Burkart in seinen Überlegungen zur *verständigungsorientierten Öffentlichkeitsarbeit* sich zwar auf die Theorie von Habermas bezüglich kommunikativen Handelns stützt, dabei aber die

Habermas'schen Überlegungen zur Öffentlichkeitsarbeit aus dem Jahre 1962<sup>3</sup>, völlig außer Acht lässt (Vgl. Liebert: 1995: 38ff.). Weiters stellt er (1995: 39) in Frage, ob es angemessen sei strategische bzw. interessensgeleitete Kommunikation wie jener der Öffentlichkeitsarbeit, einer Theorie des „verständigungsorientierten, kommunikativen Handelns“ zuzuschreiben.

### **3.2. Verständigungsorientierter Journalismus**

In diesem Kapitel soll nun eine Studie vorgestellt werden, die von Roland Burkart in Zusammenarbeit mit Uta Rußmann und Jürgen Grimm im Jahre 2010 in Österreich publiziert wurde. Unter dem Titel „Wie verständigungsorientiert ist Journalismus? Ein Qualitätsindex am Beispiel der Berichterstattung über Europa im Österreichischen Nationalratswahlkampf 2008“<sup>4</sup> wird die Qualität von politischer Kommunikation in Österreich operationalisiert und anschließend überprüft bzw. analysiert. Untersucht wurden hierfür einerseits journalistische Produkte in Form von Presseartikeln von vier großen österreichischen Printmedien (Standard, Krone, Kurier, Presse) und andererseits Presseaussendungen von österreichischen Parteien bzw. politischen Akteuren. Hauptkriterium für eine Aufnahme in die Inhaltsanalyse war der zwingende thematische Europa-Bezug der Beiträge. Eine besondere Rolle wurde in dieser Studie dem Journalisten zugeschrieben, wurde er hier doch als „Anwalt des öffentlichen Diskurses“ gesehen, welcher „die Debatte zu öffentlichen Streitfragen wiedergibt und dadurch zugleich auch mitgestaltet“ (Burkart/Rußmann/Grimm 2010b: 256). Um das Konstrukt Qualität sowohl messbar, als auch vergleichbar zu machen, wurde innerhalb dieser Studie der Verständigungsorientierungs-Index, kurz VOI, entwickelt. Als Faktoren für journalistische Qualität im Sinne der Verständigungsorientierung wurden außerdem vier Indikatoren herausgearbeitet,

---

<sup>3</sup> Habermas, Jürgen (1962): Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Öffentlichkeit. Darmstadt und Neuwied.

<sup>4</sup> Dieser Forschungsbericht ist eine Substudie eines Forschungsprojekts von Burkart und Rußmann mit dem Titel „Die Qualität öffentlicher politischer Diskurse in der österreichischen Wahlkampfkommunikation 1966-2008“. In Zusammenarbeit mit Jürgen Grimm wurde hierfür der VOI (Qualitätsindex für Verständigungsorientierung) entwickelt.

nämlich Begründung, Lösungsorientierung, Respekt sowie Zweifel. Die Studienautoren (ebd.: 256f.) erklären dies wie folgt:

„Ein ‚verständigungsorientierter öffentlicher Diskurs‘ vermittelt nicht nur Positionen, sondern auch deren Begründungen. In strittigen Fragen werden Lösungs- und/oder Vermittlungsvorschläge transparent und die beteiligten Akteure gehen respektvoll miteinander um. Eine wichtige Rolle spielen außerdem Zweifel an Standpunkten und Argumenten“.

Die Indikatoren und ihre Operationalisierung werden im darauffolgenden Kapitel 3.2.1. noch näher betrachtet und im Detail vorgestellt.

Wie bereits erwähnt, geht es hier also darum journalistische Qualität zu definieren und in weiterer Folge auch messbar zu machen. Dies ist eine schwierige und kontroverse Aufgabe, da es bis zum heutigen Zeitpunkt keine allgemein anerkannte Definition von Qualität im Journalismus gibt. Der deutsche Medienwissenschaftler Stephan Ruß-Mohl hat diese Misere der Journalismusforschung folgendermaßen in Worte gefasst: „Qualität im Journalismus definieren zu wollen, gleicht dem Versuch, einen Pudding an die Wand zu nageln“ (Ruß-Mohl 1992: 85, zit. nach Burkart et al. 2010b: 258). Dies mag zwar so nicht mehr ganz der Fall zu sein, aber eine gewisse Wahrheit steckt auch heute noch in diesem berühmten Satz.

Anknüpfend an Habermas *Theorie des kommunikativen Handelns* sehen Burkart, Rußmohl und Grimm (2010b: 259) den Journalismus in ihrer Forschung „primär aus handlungstheoretischer Perspektive“. Das bedeutet, sie gehen aus von der Annahme, dass es bei Journalismus um „kommunikative Akte“ geht, welche als „verständigungsorientiert“ begriffen werden können (ebd.: 259): „Eine derartige ‚Verständigungsorientierung‘ stellt somit als gedankliches Konstrukt (...) den qualitativen Leitwert journalistischen Handelns dar, den es näher zu definieren bzw. zu operationalisieren gilt“. Aus diesem Grunde definierten die Studienautoren vier unterschiedliche Merkmale für journalistische Qualität, welche im nachfolgenden Kapitel näher unter die Lupe genommen werden.

### **3.2.1. Qualitätsmerkmale von Journalismus (Burkart et al. 2010)**

Im Folgenden sollen kurz die Qualitätsmerkmale für journalistische Produkte, auch Indikatoren der Verständigungsorientierung genannt, aufgezeigt und näher beschrieben werden. Diese Merkmale wurden auch als Kategorien für die Inhaltsanalyse der vorliegenden Arbeit herangezogen. Auf ihre Definitionen und die jeweilige Operationalisierung wird im empirischen Teil dieser Arbeit, in Kapitel 6.7., näher eingegangen.

#### **Begründungen**

Beim Qualitätsmerkmal Begründung geht es darum, wie der Name schon sagt, seine Position bzw. Einstellung mit der Angabe von Gründen zu untermauern bzw. zu legitimieren. Aus früheren Studienergebnissen zu Parlamentsdebatten von Markus Spörndli<sup>5</sup> (2004) geht etwa hervor, dass sich die Wahrscheinlichkeit einer Einigung in einer strittigen Debatte proportional mit der Qualität der dargelegten Begründungen für die jeweilige Position erhöht (Vgl. Burkart et al. 2010b: 261). Das heißt also, dass in der Existenz von Begründungen für gewisse Standpunkte bzw. Haltungen „ein zentrales Qualitätsmerkmal verständigungsorientierter journalistischer Berichterstattung“ liegt (ebd.: 261). Dies ist vor allem dann der Fall, wenn Journalismus wie hier als „stimulierende und orientierende Kraft zur Befriedigung kollektiver Legitimitätsbedürfnisse“ gesehen wird (ebd.: 261). Es wurden die Beiträge jedoch nicht nur im Hinblick auf Existenz bzw. Anzahl möglicher Begründungen analysiert, sondern es wurde auch noch zwischen unterschiedlichen Begründungsniveaus differenziert, wie der **pauschalen, einfachen sowie spezifischen Begründung** (Vgl. Burkart et al. 2010b: 261f.).

#### **Lösungsvorschläge**

Das nächste Merkmal handelt davon, dass für angesprochene Problemfälle bzw. problematische Standpunkte nicht nur Kritik, sondern auch diverse

---

<sup>5</sup> Für Interessierte zum Nachlesen: Spörndli, Markus (2004): Diskurs und Entscheidung. Eine empirische Analyse kommunikativen Handelns im deutschen Vermittlungsausschuss. Wiesbaden: VS Verlag.

Lösungsvorschläge präsentiert werden. Burkart et al. (2010b: 262) sehen die Notwendigkeit der Darstellung von vorhandenen Lösungsvorschlägen in Medienprodukten darin, dass „die verschiedenen Standpunkte öffentlich transparent und damit (potenziell) auch nachvollziehbar“ für die Öffentlichkeit werden. Dies bedeutet, zunächst wurde im Rahmen der Analyse überprüft, ob überhaupt Lösungsvorschläge von den politischen Akteuren geäußert wurden, um dann im nächsten Schritt festzuhalten, um welchen Typ von Lösungsvorschlag es sich dabei gehandelt hat. Auch hier unterschieden die Autoren zwischen zwei verschiedenen Niveaus des Lösungsvorschlags, nämlich zwischen dem **vagen** und dem **konkreten Lösungsvorschlag** (Vgl. ebd.: 262f.).

## Respekt

Der Qualitätsindikator Respekt gibt Aufschluss darüber, ob und inwieweit Achtung für das Gegenüber (hier: politischer Akteur oder Partei) bzw. für dessen Haltung zu einer gewissen Thematik entgegengebracht wird. Burkart et al. definieren „Respekt“ demnach als „weiteres wichtiges Element einer verständigungsorientierten Haltung“ (ebd.: 263). Sie beziehen sich dabei erneut auf die Forschung zu politischen Debatten von Spörndli (2004)<sup>6</sup>, welcher den Faktor Respekt als essentiell für politische Diskurse sieht und in seiner Forschung sogar einen positiven Zusammenhang zwischen gegenseitiger Anerkennung bzw. Respekt und der Wahrscheinlichkeit auf Einigung nachweisen kann. Auf die Überlegung, ob Journalisten dadurch nicht in ihrer Kritikfähigkeit eingeschränkt seien, antworten die Studienautoren: „Wir gehen davon aus, dass Kritik auch ohne Herabwürdigung und Missachtung des jeweils kritisierten Akteurs geäußert werden kann (...)“ (Burkart et al. 2010b: 263). Zusätzlich unterscheiden Burkart und seine Kollegen beim Indikator Respekt noch zwischen **Respekt gegenüber Akteure** bzw. **Respekt gegenüber Handlungen oder Positionen** von Akteuren. Weiters wird bei der Analyse das Qualitätsmerkmal bewertet und als **explizit respektlos** (bei Abwertung bzw. Missachtung), **implizit respektvoll** (bei weder explizit positiven noch explizit negativen Äußerungen) oder auch **explizit**

---

<sup>6</sup> Spörndli, Markus (2004): Diskurs und Entscheidung. Eine empirische Analyse kommunikativen Handelns im deutschen Vermittlungsausschuss. Wiesbaden: VS Verlag.

**respektvoll** (bei Wertschätzung und positiven Äußerungen) eingestuft bzw. codiert (Vgl. ebd.: 263f.).

### **Zweifel**

Beim vierten und letzten Qualitätsindikator wird der Fokus in der politischen Kommunikation darauf gelegt, ob und welche Art von Zweifel von den Kommunikatoren geäußert werden. Hier wird erneut an den Habermas'schen Verständigungsbegriff angeknüpft, der davon ausgeht, dass Verständigung nur dann gelingt, wenn keiner der kommunikativen Geltungsansprüche von den jeweiligen Kommunikationspartnern angezweifelt wird (Vgl. Burkart et al. 2010b: 264). Ist es tatsächlich der Fall, dass Zweifel an einem oder mehreren Geltungsansprüchen artikuliert werden, so kann die gescheiterte Kommunikation mithilfe eines Diskurses „repariert“ werden. Innerhalb eines Diskurses wird der Zweifel selbst zum Thema und das problematische Einverständnis kann durch Begründung bzw. Argumentation wieder hergestellt werden (Vgl. ebd.: 264f.). Burkart et al. sprechen in diesem Zusammenhang auch vom „Journalisten als Diskursanwalt“, da dieser im Idealfall in der politischen Kommunikation die Rolle als „Stellvertreter“ der Massen wahrnimmt und „anstelle von jedermann in den Diskurs mit jenen eintritt, die um Vertrauen und Zustimmung einer Gruppe (...) werben (ebenda: 264f.). Die Studienautoren unterscheiden hier nicht nur zwischen Zweifel, die von Politikern untereinander und jenen, die von Journalisten an Politikern verlautbart werden, sondern differenzieren in Anlehnung an Habermas auch noch zwischen **Zweifel** an der **Verständlichkeit**, an der **Wahrheit**, an der **Wahrhaftigkeit** sowie an der **Richtigkeit** bzw. Legitimität von Äußerungen oder Handlungen (Vgl. ebd.: 265).

### **3.2.2. Der Verständigungsorientierungsindex (VOI)**

Innerhalb der bereits vorgestellten Studie zum Thema Qualitätsorientierung in der politischen Berichterstattung in Österreich von Burkart, Rußmann und Grimm<sup>7</sup> wurde außerdem der sogenannte Verständigungsorientierungsindex (VOI) erarbeitet. Dieser dient dazu das komplexe Konstrukt der Verständigungsorientierung messbar und somit auch vergleichbar zu machen. Laut Burkart et al. (2010b: 266) ist das Ausmaß der Verständigungsorientierung „umso höher,

- je mehr Beiträge *begründete Positionsbekundungen* enthalten und je anspruchsvoller diese Begründungen sind,
- je mehr *Lösungs- und/oder Vermittlungsvorschläge* die Beiträge enthalten und je konkreter diese Vorschläge sind,
- je *respektvoller* die Akteure miteinander umgehen und je häufiger dies der Fall ist und
- je *diskursiver* die Beiträge gestaltet sind, d.h. je häufiger Zweifel an kommunikativen Geltungsansprüchen artikuliert werden“.

Es ist die Aufgabe des Verständigungsorientierungsindex, den Grad der Verständigungsorientierung der analysierten Beiträge in einer einzigen Kennzahl auszudrücken und somit besser vergleichbar zu machen. Gebildet wird der Index mithilfe eines „Punkteverfahrens, das sich auf jeder der vier Subdimensionen journalistischer Qualität am maximal erreichbaren Wert orientiert“ (Burkart et al. 2010b: 267ff.). Weiters wird durch diese „Standardisierung am Maximalwert“ sichergestellt, dass jeder der vier Indikatoren mit derselben Gewichtung in den VOI einfließt (ebd.: 267). Das exakte Verfahren der Punktevergabe durch die Indikatoren sowie die Formeln der Indexbildung werden im empirischen Teil dieser Arbeit, in Kapitel 6.8., noch im Detail erläutert und aufgezeigt.

---

<sup>7</sup> Burkart, Roland/Rußmann, Uta/Grimm, Jürgen (2010): Wie verständigungsorientiert ist Journalismus? Ein Qualitätsindex am Beispiel der Berichterstattung über Europa im Österreichischen Nationalratswahlkampf 2008

## **4. Politische Kommunikation**

Da in dieser Arbeit schriftliche Kommunikationsinhalte von Politikern auf der Social Media-Plattform Facebook untersucht werden und es sich dabei offensichtlich um politische Kommunikation handelt, soll dieses Kapitel nun einen Überblick über den aktuellen Forschungsstand dieser Thematik liefern.

### **4.1. Definition und Eingrenzung**

Trotzdem man im deutschsprachigen Raum bereits auf eine mehrere Jahrzehntelange Forschungstradition im Bereich der politischen Kommunikation zurückblicken kann, ist es bis dato noch nicht gelungen, einen in der Fachwelt allgemein anerkannten Definitionsbummel auszuarbeiten. Obwohl, oder vermutlich gerade *weil* dieses Phänomen ein interdisziplinäres ist, scheint es auch in der nächsten Zeit nicht zu gelingen, sich auf nur eine universelle Definition von politischer Kommunikation in der Wissenschaft festzulegen bzw. zu einigen. Sarcinelli (2011: 19) formuliert dieses Dilemma wie folgt:

„Es hängt auch damit zusammen, dass sich unterschiedliche Wissenschaftsdisziplinen – neben der Politikwissenschaft vor allem die Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, die Soziologie und Psychologie – auf der Basis je eigener theoretischer Ausgangspunkte und Erklärungsansätze, fachsystematischer Routinen, methodischer Präferenzen und Untersuchungsinteressen mit politischer Kommunikation beschäftigen“.

Ein Versuch politische Kommunikation trotz Interdisziplinarität universell zu definieren, kommt von Gruber Doris. Sie stellt das Kommunikationsprodukt bzw. die Nachricht ins Zentrum der Definition, wobei sich ihrem Verständnis nach politische Kommunikation „mit der Produktion, Mitteilung und Verbreitung von Kommunikationsbotschaften, die das Potential haben, substantiell – direkt oder indirekt – Effekte auf den politischen Prozess auszuüben“, beschäftigt (Vgl. Sarcinelli 2011: 19). McNair (2003, zit. nach Sarcinelli 2011: 20) fokussiert wiederum mehr auf den Kommunikator von politischer Kommunikation und definiert sie deshalb folgendermaßen:

- „1. All forms of communication undertaken *by* politicians and other political actors for the purpose of achieving specific objectives.
- 2. Communication addressed *to* these actors by non-politicians such as voters and newspapers columnists.
- 3. Communication *about* these actors and their activities, as contained in news reports, editorials, and other forms of media discussion of politics.“

Ähnlich wie McNair sieht das Schulz (2008: 16), der in seinem Lehrbuch „Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung“ politische Kommunikation als jene Kommunikation beschreibt, „die von politischen Akteuren ausgeübt wird, die an sie gerichtet ist, oder die politische Akteure, ihr Handeln und ihre Kognitionen beinhaltet“.

Die nächste und zugleich letzte hier vorgestellte Definition stammt von den beiden deutschen Kommunikationswissenschaftlern Otfried Jarren und Patrick Donges. Die Autoren des Lehrbuchs „Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft“ sind der Meinung politische Kommunikation sei „der zentrale Mechanismus bei der Formulierung und Artikulation politischer Interessen, ihrer Aggregation zu entscheidbaren Programmen, sowie der Durchsetzung und Legitimierung politischer Entscheidungen“ (Jarren/Donges 2011: 21).

Es ist also bereits unschwer zu erkennen, dass es aufgrund der „Grenzenlosigkeit und Hyperkomplexität“ (Saxer 1998: 22) nicht gerade einfach ist, politische Kommunikation in nur einer Definition festzulegen. Dennoch identifiziert Saxer (1998: 23f.) drei Attribute, die das Forschungsfeld „Politische Kommunikation“ seiner Ansicht nach auszeichnen und aufgrund ihrer immer noch herrschenden Aktualität, nachfolgend vorgestellt werden sollen:

1. Der Zusammenhang zwischen Massenmedien und Politik bzw. politischer Kommunikation im Hinblick auf deren Einfluss auf das demokratische System blieb lange Zeit zu wenig wissenschaftlich erforscht und beschränkt sich hauptsächlich auf „kommunikationswissenschaftliche Mikroansätze“.
2. Es hat sich jedoch „das Denken in Systemvorstellungen immer konsequenter durchgesetzt“, was sich auch in der interdisziplinären Basis

der „allgemeinen Systemtheorie“ äußert. Sie bildet – trotz unterschiedlicher Fokussierungen in den Teildisziplinen – einen „gemeinsamen Fundus von Grundkonzepten und Theoremen“, was wiederum den „interdisziplinären Brückenschlag“ vereinfacht.

3. Die sich teilweise widersprechenden Ergebnisse der Medienwirkungsforschung förderten die herrschende Skepsis in der Fachwelt „über den Stellenwert von Kommunikation“ in der Politikforschung. Die aktuelle Wirkungsforschung erscheint jedoch kontinuierlicher in ihren Resultaten, was sich wiederum in der allgemeinen Anerkennung der „relativen Medienmacht“ sowie der „kognitiven Strukturierungsleistungen von Kommunikation“ in der Politik wiederspiegelt. Es herrschen jedoch weiterhin wissenschaftliche „Diskrepanzen zwischen Mikro- und Makrobefunden“ in der politischen Kommunikationsforschung (Vgl. Saxon 1998: 23f.).

Zusammengefasst lässt sich also festhalten, dass es auch heute noch beinahe unmöglich ist, einen allgemein anerkannten Definitions begriff für politische Kommunikation zu finden, welcher der Komplexität sowie Interdisziplinarität dieses Forschungsfeldes gerecht wird. Trotzdem haben sich mittlerweile einige systemtheoretische Ansätze sowie struktur- bzw. demokratietheoretische Ansichten zu Medien und Politik weitgehend fächerübergreifend etabliert. Auf diese Phänomene politischer Kommunikation sowie ihrem Verhältnis zum Mediensystem soll nun auch im nachfolgenden Kapitel näher eingegangen werden.

## 4.2. Politik und Medien

*„Erst über die Massenmedien erreicht die Politik ihr Publikum.“*

- Ulrich Sarcinelli<sup>8</sup>

Sarcinelli spricht hier die wechselseitige, beinahe symbioseartige Abhängigkeit an, welche die Beziehung zwischen Medien und Politik ganz treffend auf den Punkt bringt. Denn einerseits kommuniziert die Politik mit ihrem Publikum hauptsächlich über die Massenmedien, und andererseits informieren die Medien wiederum die Politik von den Sorgen und Wünschen der Bürger. Daraus kann man schließen, dass die Massenmedien eine Art „Vermittlungsinstanz“ zwischen Politik und Öffentlichkeit bzw. der Bevölkerung in demokratischen Gesellschaften darstellt. Es ist aber durchwegs bekannt und in der Fachwelt auch vielmals diskutiert, dass es sich hierbei um einen idealtypischen Zustand handelt, welcher häufig sehr wenig mit der Realität übereinstimmt (Vgl. Sarcinelli 2011: 121). Oftmals wird in weiterem Sinne auch von den Medien als „vierte Gewalt“ gesprochen, deren Aufgabe es ist, die anderen drei demokratischen Säulen – Legislative, Judikative und Exekutive – zu überwachen bzw. zu kontrollieren. Darauf wird jedoch etwas später noch genauer eingegangen. Kommt man nun zurück auf die hier anfangs erwähnten Überlegungen, so muss auch ein Blick auf die nachfolgende These demokratietheoretischer Forschung geworfen werden:

„Zwischen der Herstellung von Politik im Entscheidungsprozess und der Politikdarstellung im Vermittlungsprozess bestehe eine immer größer werdende Kluft, öffne sich eine Schere, die für das demokratische System eine Art Legitimationsfalle darstellt. (...) In eine Legitimationsfalle gerate die Demokratie vor allem dadurch, dass dem Publikum ein unzutreffendes Politikbild vermittelt werde. Vielfach würden Erwartungen geweckt, die von der Politik nicht eingelöst werden könnten.“ (Sarcinelli 2011: 121)

Jarren und Donges (2011:119) sehen wiederum in den öffentlichen Medien ein eigenes System innerhalb des politischen Systems und beschreiben dies wie folgt:

---

<sup>8</sup> Quelle: (Sarcinelli 2011: 121)

„Innerhalb des politischen Systems lässt sich ein intermediäres System der Interessensvermittlung als relevante Struktur politischer Kommunikation ausmachen. Das intermediäre System vermittelt zwischen der Lebenswelt der Bürgerinnen und Bürger auf der einen und den politischen Entscheidungsträgern auf der anderen Seite.“

Sarcinelli beschreibt weiters folgende wissenschaftlich breit akzeptierten Paradigmen, in welchen völlig unterschiedliche Zugangsweisen zum Verhältnis von Politik und Medien geäußert werden, was wiederum zu jeweils differenzierten wissenschaftlichen Interessen und Forschungsfragen führt: das **Gewaltenteilungs-Paradigma**, das **Symbiose-Paradigma** sowie das **Instrumentalisierungs-Paradigma** (Vgl. Sarcinelli 2011: 122). Nachfolgend sollen diese in Anlehnung an Sarcinelli kurz vorgestellt werden:

### **Das Gewaltenteilungs-Paradigma**

Bei diesem Paradigma werden die Medien als vierte Gewalt in einem demokratischen Staat gesehen, deren Aufgabe es ist, die anderen drei Gewalten (Legislative, Judikative und Exekutive) zu kontrollieren und zu überwachen. Das politische und das mediale System werden außerdem als zwei autonome Gefüge gesehen. Wichtige Voraussetzung für den demokratischen Prozess ist hier die „Distanz zu und Unabhängigkeit von der Politik“ (ebd.: 122). Je nachdem ob die Position der Medien hier als „stark“ oder „schwach“ angesehen wird, reichen deren Aufgaben von Vermittlung zwischen Bürger und Politik über „Kontrolle und Kritik“ bis zu einer „anwaltlichen und gar kompensatorischen Funktion“ für das Volk bzw. das Publikum (Sarcinelli 2011: 122f.).

### **Das Instrumentalisierungs-Paradigma**

Hier wird der steuerungstheoretischen Frage nachgegangen, ob nun Medien die Politik steuern oder doch Politik die Medien. Werden die Medien hier als „schwach“ angesehen, so wird die Meinung vertreten, dass sie bloß ein „Verlautbarungsorgan“ für politische Akteure sind, oder sogar durch die Politik für gewisse Interessen instrumentalisiert werden (Sarcinelli 2011: 123). In der Fachwelt weiter verbreitet ist jedoch die These, dass Medien eine Art „Übermacht“

im demokratischen System besitzen, welche sie dazu befähigt, politische Entscheidungen zu steuern, zu beeinflussen bzw. „medienspezifischen Eigengesetzlichkeiten“ zu unterwerfen (ebd.:123).

### **Das Symbiose-Paradigma**

In diesem Paradigma wird, im Gegensatz zu den anderen beiden, der Fokus auf die Unterscheidung zwischen der „Herstellung“ und der „Darstellung“ von Politik gelegt. Die beiden Systeme stehen demnach in einem „Interaktionszusammenhang“ und sind voneinander abhängig (ebd.:123). Laut Sarcinelli (ebd.: 123) handelt es sich dabei um eine Art „Tauschbeziehung“, in welcher „Information gegen Publizität – und umgekehrt“ ausgetauscht wird. Es besteht also eine wechselseitige Abhängigkeit zwischen dem politischen und dem medialen System (Vgl. ebd.:123ff.).

Das nachfolgende Schaubild (Abb. 4) präsentiert die drei Paradigmen nochmals im Überblick:

<b>Paradigmen</b>	<b>Dominanter Beziehungsmodus</b>	<b>Medien im politischen Prozess</b>	<b>Analyseebenen</b>
<b>Gewaltenteilung</b>	<b>Autonomie</b>	<b>Neutralität Kritik und Kontrolle, Gegenmacht</b>	<b>vorwiegend makroanalytisch</b>
<b>Instrumentalisierung</b>	<b>Steuerung</b>	<b>a) Politik als Steuerungsobjekt der Medien b) Medien als Steuerungsobjekt der Politik</b>	<b>makro- und mikroanalytisch</b>
<b>Symbiose/ Interdependenz</b>	<b>Interaktion</b>	<b>Tauschbeziehung</b>	<b>vorwiegend mikroanalytisch</b>

**Abbildung 4: Verhältnis von Politik und Medien (Sarcinelli 2011: 125)**

Sarcinelli betont weiters die Notwendigkeit zur Differenzierung politischer Kommunikation in „Entscheidungspolitik“ und „Darstellungspolitik“. Zugleich vermisst dieser jedoch empirische Studien zum viel zitierten Einfluss der Darstellungspolitik in den Prozess der politischen Entscheidungsfindung:

„Wie die Problemwahrnehmung, die Thematisierung, die Problembehandlung und Entscheidungsfindung (...) von ‚Entscheidungspolitik‘ durch den viel behaupteten Bedeutungszuwachs medienzentrierter ‚Darstellungspolitik‘ beeinflusst wird, dazu liegen bisher kaum systematische Forschungen vor.“ (Sarcinelli 2011: 126)

Auch der Politikforscher und Universitätsprofessor Fritz Plasser (2004: 21) betont in seinem Handbuch mit dem Titel „Politische Kommunikation in Österreich“ die Vordergründigkeit der „öffentlichen Sichtbarkeit durch massenmediale Präsenz“ der Spitzengesetzgeber und ihrem ständigen Wechsel von „der Sphäre institutioneller Entscheidungspolitik“ zu „der Sphäre massenmedialer Darstellungspolitik“ und retour.

Sarcinelli (2011: 127) plädiert also weiters für eine Gegenüberstellung dieser beiden „politischen Realitätsebenen“, um deren Charakteristika vergleichen sowie deren „Wechselverhältnis“ erkennen zu können. Hierbei schlägt er (ebd.: 127) vor, den Fokus der Gegenüberstellung auf nachfolgende **fünf Dimensionen** zu legen:

- **Die Strukturdimension:** Welche Systemmerkmale geben die jeweiligen Rahmenbedingungen vor?
- **Die Akteursdimension:** Welche Rolle spielen die Faktoren Institution und Personal auf den beiden Ebenen?
- **Die Kompetenzdimension:** Welche Bedeutung haben Professionalität und Kompetenz?
- **Die Zeitdimension:** Wie wirkt sich der Faktor Zeit auf Entscheidungs- und Darstellungsprozesse aus?
- **Die Relevanzdimension:** Welche Faktoren wirken am stärksten auf Bedeutungsbeimessung bzw. Gewichtung von Themen? (Vgl. ebd.: 127)

Nachfolgende Abbildung 5 stellt diese fünf Dimensionen der politischen Realitätsebenen sowie ihre jeweiligen Besonderheiten nochmals zusammengefasst in einer Übersicht dar:

<b>Dominante Merkmale von Politik und Spannungsverhältnisse zwischen:</b>		
<b>Dimensionen</b>	<b>„Entscheidungspolitik“</b>	<b>„Darstellungspolitik“</b>
<b>Strukturen</b>	<i>Verhandlungs- und Aushandlungsdemokratie</i>	<i>Konflikt- und Wettbewerbsdemokratie</i>
<b>Akteure</b>	<i>Legitimation durch Verfahren</i>	<i>Legitimation durch Personalisierung</i>
<b>Kompetenzen</b>	<i>Fach- und Organisationskompetenz</i>	<i>Darstellungs- und Vermittlungskompetenz</i>
<b>Zeit</b>	<i>Problem- und verfahrensbedingter Zeitbedarf</i>	<i>aktualitätsbedingte Zeitknappheit</i>
<b>Relevanz</b>	<i>Problemlösungsdruck durch Sachzwänge</i>	<i>mediendramaturgische „Umwertung“</i>

Abbildung 5: Entscheidungs- vs. Darstellungspolitik (Sarcinelli 2011: 133)

#### 4.3. Politische Kommunikation im Web 2.0

Mit dem technischen Fortschritt und der stetigen Weiterentwicklung der Kommunikations- und Repräsentationsformen im Internet, hält nun auch seit einem guten Jahrzehnt das sogenannte „Web 2.0“, „Social Web“ oder „Social Media“ Einzug in den Alltag von Millionen von Menschen auf diesem Globus. Doch was ist dieses Web 2.0 eigentlich und welches kommunikationswissenschaftliche Potential steckt in ihm? Sucht man online im Duden nach einer Definition, so findet man folgende kurze Bedeutungsangabe: „Durch die Mitwirkung der Benutzer[innen] geprägte Internetangebote“ (Onlinequelle 3). Im Social Web selbst, genauer auf der deutschen Wikipedia-Seite, stoßt man auf eine etwas ausführlichere Erklärung. Hier ist Web 2.0 „ein Schlagwort, das für eine Reihe interaktiver und kollaborativer Elemente des Internets (...) verwendet wird. Dabei konsumiert der Nutzer nicht nur den Inhalt, er stellt als Prosument selbst Inhalt zur Verfügung<sup>9</sup>“ (Onlinequelle 4). Witte et al. (2010: 241) definieren das Web 2.0 als die Genese „zu einem nutzerzentrierten Internet, (...) dessen Anwendungen neuartige Formen des Informations-, Identitäts- und Beziehungsmanagements

<sup>9</sup> Bei dem Zusatz „2.0“ handelt es sich übrigens bloß um den Hinweis auf die „neue Generation“ des Internets, in Anlehnung an „Versionsnummern“ von neuer Software (Onlinequelle 4).

ermöglichen (...) und neue Kommunikationsmuster hervorbringen“. Außerdem werden die „Interaktions- und Partizipationspotentiale“ der Bevölkerung durch das Social Web bedeutend ausgeweitet (ebd.: 241). Die bekanntesten und größten Social Media-Seiten sind aktuell Facebook, Twitter, Youtube, Instagram und Wikipedia. Doch die Liste ließe sich noch beinahe ins Unendliche weiterführen, da ständig neue Social Media-Plattformen am Bildschirm auftauchen. Obwohl ihr Nutzen für die User teilweise sehr unterschiedlich ist (Freunde, Nachrichten, Videos, Fotos, Enzyklopädie...), so haben sie doch im Kern alle etwas gemeinsam: Die Menschen bzw. User können sich (oder ihre Meinung) hier präsentieren, untereinander vernetzen und folglich eben *selbst* eigenen Content generieren.

In der Wissenschaft stellt diese neue Art der Vernetzung und Online-Kommunikation zwar für die einen ein großes Potential der direkten Demokratie, jedoch für die anderen die Gefahr einer immer größer werdenden Kluft (Stichwort: Digitale Spaltung) in der Gesellschaft dar (Vgl. Bräuer/Seifert/Wolling 2008: 190f.). Einig ist man sich jedoch bei der Erwartung eines medienbedingten Wandels in der Politik und Gesellschaft. In welche Richtung diese Prognosen gehen, hängt laut Bräuer et al. (ebd.: 189) großteils von „den Vorstellungen von einer wünschens- und erstrebenswerten Gesellschafts- und Medienordnung“ ab. Dabei wird zwischen drei „**grundlegenden Perspektiven auf die Rolle der Medien in der Gesellschaft**“ differenziert (ebd.: 189):

**1. Kontrollfantasien – Sicherheit:**

Medien als „mächtige Beeinflussungsinstrumente“ → deshalb Bedürfnis der Menschen nach Kontrolle und Sicherheit.

**2. Freiheitsfantasien – Freiheit:**

Medien als Schützer des „offenen gesellschaftlichen Diskurses“ → deshalb Erhaltung der Medienfreiheit sowie der freien Mediennutzung.

**3. Gleichheitsfantasien – Gleichheit:**

Medien als Bereitsteller von Information und „Kommunikationskanälen“ → deshalb Gleichberechtigung und Teilnahme der Bürger durch Abbau der Wissenskluft. (Vgl. ebd.: 189f.)

Was bedeuten diese gesellschaftstheoretischen Grundlagen nun aber für politische Kommunikation im virtuellen Raum des Social Webs? Den politischen Akteuren als Kommunikatoren bietet es einige entscheidende Vorteile: Zum einen können sie damit das *junge Publikum* erreichen, das aufgrund der weit verbreiteten Politikverdrossenheit mit „klassischen“ Medien in der Regel sehr schwer zu fassen ist. Zum anderen können Mitteilungen und Themen *direkt und ungefiltert* an das Volk kommuniziert werden, ohne dabei eventuell an den öffentlichen Medien und ihrer Rolle als „Gatekeeper“ bzw. „Agenda-Setter“ zu scheitern (Vgl. Heigl/Hacker 2010: 60ff. und Rußmann 2010: 169ff.). Obwohl Studienergebnisse bereits auf eine Zunahme der „Rezeption politischer Informationsangebote“ im WorldWideWeb hingewiesen haben, fehlt bisher jedoch der empirische Beleg für eine verstärkte Mobilisierung von Wählern bzw. Partizipation durch das Social Web (Bräuer et al. 2008: 192ff.). Es gibt jedoch sehr wohl Befunde darüber, dass aktive User des Webs 2.0 häufiger Politiker-Homepages besuchen, auch öfters mit politischen Akteuren in Kontakt treten und vermehrt über Politik im Verwandten- und Bekanntenkreis diskutieren (Vgl. Bräuer et al. 2008: 204f.). Trotzdem ist das Potential des Social Webs für politische Kommunikation in einigen Aspekten noch nicht ausreichend untersucht. Wie sich dieses Potential ausschöpfen lässt und ob es inzwischen vielleicht sogar schon Entwicklungen bzw. demokratiebedingte Veränderungen in der Gesellschaft gegeben hat, müssen aktuellere Studien zukünftig unter Beweis stellen. Auf die Rolle der Politiker als Kommunikatoren und jener der Bevölkerung als Rezipienten im Web 2.0 soll nun in den beiden nachfolgenden Kapiteln näher eingegangen werden.

#### **4.3.1. Politiker als Kommunikatoren**

Jens Wolling, Anja Schmolinsky und Martin Emmer haben in ihrer Studie mit dem Titel „Politiker vernetzt: Wie und warum sich Landtagsabgeordnete online präsentieren“ überprüft, warum sich Politiker im Internet präsentieren und dafür über 500 Landtagsabgeordnete mittels Fragebogen interviewt. Schon in der Einleitung wird festgestellt, dass das Internet von politischen Akteuren nicht nur als Repräsentationsmedium gesehen wird, sondern ihnen auch ermöglicht „die Bürger

zu Stellungnahmen und zur Diskussion zu ermuntern, um auf diese Weise Anstöße für die weitere politische Arbeit“ zu erhalten (Wolling et al. 2010: 59). Weiters gäbe es „kaum noch Politiker, die meinen, auf politische Interaktivitäten verzichten zu können“ (ebd.: 59), was wiederum auf die Wichtigkeit der Online-Präsentation von politischen Akteuren schließen lässt. Aus früheren Studien, welche die Webseiten von Politikern bzw. Parteien inhaltsanalytisch untersucht haben, lässt sich jedoch festhalten, dass der große Vorteil des Webs 2.0, nämlich die viel zitierte Interaktivität, kaum bis gar nicht auf solchen Seiten möglich bzw. vorhanden ist. Auf der anderen Seite zeigte es sich aber auch, dass der Großteil der Bevölkerung zwar Interaktion von Politkern im Internet fordert, die Möglichkeit (falls vorhanden) jedoch nur von einer Minderheit genutzt wird (Vgl. ebd.: 61ff.). Bei der Befragung der Landtagsabgeordneten zeigte sich, dass das Hauptmotiv für eine Onlinepräsenz die Selbstdarstellung ist, gefolgt von dem Wunsch nach „Feedback“ der Bürger. An dritter Stelle stand die Intention dadurch Wählerstimmen zu generieren, also „politische Unterstützung“ zu erhalten (Vgl. ebd.: 69). Interessant ist, dass hier der Wunsch nach Feedback und die damit zusammenhängende Interaktivität der Internetpräsenz schon an zweiter Stelle steht, diese Möglichkeit aber in der Praxis von politischen Akteuren kaum umgesetzt bzw. genutzt wird (Vgl. Wolling et al.: 81).

Dasselbe Phänomen erschien bei einer Untersuchung der Bremer Parteien und ihrer Präsenz im Web 2.0 von Barbara Witte, Kirsten Rautenberg und Claudia Auer (2010: 245): „Die Ergebnisse der Analyse zeigen, dass die *Dialog*möglichkeiten des Webs mit zwei Ausnahmen (...) nicht genutzt werden. Zu einer Enthierarchisierung (...) kann es nicht kommen.“ Mit „Enthierarchisierung“ wird hier die Top-down-Kommunikation angesprochen, was bedeutet, dass politische Kommunikation immer erst vom politischen Akteur zum Journalisten und dann über die Massenmedien an den Bürger vermittelt wird (Vgl. ebd. : 242ff.). Mit der neuen Möglichkeit der Interaktivität könnte diese Art des Kommunikationsflusses gestoppt werden, da Politiker via Webseite bzw. Facebook-Auftritt ihre Themen direkt und ungefiltert an das gewünschte Publikum aussenden können - die Kommunikationsstruktur also folglich „enthierarchisiert“ wird.

Davon sprechen auch Andrea Heigl und Philipp Hacker (2010: 61), wenn sie behaupten, dass politische Information erst durch einen medialen Filterprozess des „Gatekeepings“ und „Agenda-Settings“ muss, bevor sie (möglicherweise) bei den Rezipienten, also den Bürgern bzw. potentiellen Wählern, ankommt. Diese Filter können nun von den politischen Akteuren durch richtige Nutzung des Social Webs ausgeschaltet bzw. umgangen werden. Weiters sind auch Heigl und Hacker der Meinung, dass Politiker und Parteien in Österreich ohne Internetpräsenz das Nachsehen haben würden (Vgl. Heigl/Hacker 2010: 60f.). Ihr Fazit (ebd.: 125) lautet wie folgt:

„Fakt ist, dass es das Internet ermöglicht, Menschen schnell und (relativ) kostengünstig zu erreichen. Und diese Chance kann und darf sich niemand entgehen lassen; aus parteipolitischen Gründen der Wählervermehrung ebenso wenig wie aus grundlegenden demokratischen Gründen.“

#### ***4.3.2. Bürger als Rezipienten***

Marco Bräuer, Markus Seifert und Jens Wolling haben in ihrer Studie zur politischen Kommunikation im Web 2.0 die Nutzer- bzw. Rezipientenseite näher beleuchtet und Antworten auf die Frage gesucht, ob und falls ja, welche Auswirkungen das Social Web auf die individuelle politische Kommunikation der Menschen hat. Das Forschungsprojekt mit dem Titel „Politische Online-Kommunikation“<sup>10</sup> wurde von 2001 bis 2009 mittels Befragungen der deutschen Bevölkerung ab 16 Jahren durchgeführt (Stichprobengröße: 1.303 Personen) und von der deutschen Forschungsgemeinschaft finanziert. Bei der Auswertung der Ergebnisse stellte sich heraus, dass der typische aktive Web 2.0-Nutzer großteils männlich, eher jung (16-25 jährig) und höher gebildet ist (Abitur bzw. Studium) als der Nicht-Nutzer. Diese Gruppe wird hier auch als „Innovatoren“ bezeichnet. Bezüglich des politischen Interesses dieser Gruppe ist das Ergebnis zwiespältig: Es gibt besonders viele „politisch Interessierte“, aber auch „Uninteressierte“ (Vgl. Bräuer et al. 2008: 198). Weiters zeigt sich, dass die Web 2.0 affinen Nutzer signifikant häufiger auf Politiker-Webseiten zu finden sind, im Internet aktiver kommunizieren sowie „Online-Partizipationsangebote deutlich stärker als die

---

<sup>10</sup> Für Interessierte hier der Link zum Projekt: <http://www.politische-online-kommunikation.de>

Gruppe der konventionellen Internetnutzer“ in Anspruch nehmen (ebd.: 199f.). Es zeigen sich außerdem große Unterschiede bei der persönlichen Gewichtung von „gesellschaftlichen Werten“ (Freiheit, Gleichheit, Sicherheit) für Web 2.0-Nutzer im Vergleich zu Nicht-Nutzer: Für Erstere sind die Werte Freiheit und Gleichheit am wichtigsten. Für die Nicht-Nutzer wiederum stehen die Werte Sicherheit und Gleichheit an oberster Stelle. Das heißt, während für Web 2.0-User die Freiheit das höchste demokratische Gut ist, so ist es für die Offliner die Sicherheit. Sicherheit rangiert bei den Onlinern wiederum nur am letzten Platz (Vgl. ebd.: 201f.).

Zusammengefasst halten die Studienautoren (ebd.: 204) fest, dass „sich auch in der Phase des Web 2.0 das Engagement der Bürger bei der aktiven Erstellung eigener politischer Angebote nicht grundsätzlich verändert hat“. Es fehlt auch an empirischen Belegen dafür, dass „die neuen Möglichkeiten zu erheblichen Mobilisierungen“ der Wähler geführt haben (ebd.: 204). Dennoch stellt das Social Web ein großes Potential für Kommunikatoren sowie Rezipienten politischer Kommunikation dar, welches in Zukunft noch genauer zu beobachten und empirisch zu erforschen gilt.

## **5. Facebook – das erfolgreichste soziale Netzwerk**

Da in der vorliegenden Arbeit Inhalte von politischer Kommunikation auf Facebook analysiert werden, soll die Social Media-Plattform nun in diesem Kapitel näher vorgestellt werden.

### **5.1. Gründungsgeschichte**

Die beliebte soziale Plattform wurde von dem jungen und sehr ehrgeizigen Harvard-Studenten namens Mark Zuckerberg am Campus der Elite-Uni gegründet

und mit Hilfe von Mitstudenten umgesetzt. Die Seite ging im Februar 2004 das erste Mal online und hatte nach 24 Stunden bereits über 1.200 registrierte Nutzerprofile. War Facebook anfangs ausschließlich für Harvard-Studenten zugänglich, so wurde die Plattform schrittweise auf immer mehr universitäre Einrichtungen in Amerika ausgeweitet, bis sie schließlich im September 2006 für jeden Menschen über 13 Jahre mit gültiger Emailadresse weltweit geöffnet wurde. Dies war der Beginn einer unglaublich rasanten Erfolgsgeschichte. Die Zahl der Nutzer stieg stetig an und folglich wurde das soziale Netzwerk auch für Firmen und Unternehmen für ihre Marketingzwecke immer interessanter. Bis Ende 2007 hatten sich bei Facebook bereits mehr als 100.000 Unternehmen registriert und Business-Seiten angelegt, Tendenz weiter steigend. Fünf Jahre später, im Jahr 2012, waren sogar schon weltweit über eine Million aktive Facebook-User auf der Seite registriert. Getrübt wurde Zuckerbergs Höhenflug kurzzeitig durch eine Anklage vor Gericht, in welcher er von einigen Harvard-Studenten beschuldigt wurde, ihre Idee eines sozialen Netzwerks für Eliten gestohlen und mit Facebook selber umgesetzt zu haben. Der gerichtliche Streit wurde jedoch nach der Auszahlung einer beträchtlichen Entschädigungssumme durch Zuckerberg an seine Ankläger beigelegt (Vgl. Onlinequelle 5). Aktuell ist Facebook mit 1,44 Milliarden aktiven Usern im Monat und 40 Millionen aktiven Business-Seiten das bekannteste und größte soziale Netzwerk weltweit (Onlinequelle 6) und rangiert auf Platz 2 der Liste der weltweit beliebtesten Webseiten hinter Google (Platz 1) und vor Youtube (Platz 3) (Onlinequelle 7).

## 5.2. Funktionen, Daten und Fakten

*„Community-Websites schließlich sind ganz gezielt auf den kommunikativen Austausch der Nutzer ausgerichtet, die in Nutzerprofilen Informationen zur eigenen Person verfügbar machen, Kontakte knüpfen und halten sowie sich in Nutzergruppen organisieren und austauschen können.“<sup>11</sup>*

---

<sup>11</sup> Gerhards/Klingler/Trump 2008: 132)

Wie hier bereits in einem Satz auf den Punkt gebracht, geht es bei Facebook (sowie bei den meisten sozialen Netzwerken) darum, sich selbst zu präsentieren, Kontakte zu generieren bzw. zu pflegen sowie öffentlich oder in Gruppen zu kommunizieren. Dies startet mit der Registrierung und der darauf folgenden Errichtung eines persönlichen Nutzerprofils. Hierbei werden demografische Daten bekanntgegeben wie Name, Ausbildung, Beruf, Alter, Wohnort, Familienstand, Interessen usw. Auch Fotos können hochgeladen und ein Profilbild sowie seit ein paar Jahren nun auch ein Titelbild dem Profil hinzugefügt werden. Weiters können nun persönliche Statusmeldungen, Fotos, Videos oder Links zu anderen Webseiten bzw. zu Artikel oder Videochannels publiziert und somit mit der „Facebook-Gemeinde“ geteilt werden. Der User hat hier außerdem die Möglichkeit bei jeder Veröffentlichung festzulegen, ob es alle FB-User, Freunde oder nur gewisse Freundesgruppen sehen bzw. kommentieren können sollen. Auch die Privatsphäre-Einstellung des Profils kann so selbst gesteuert bzw. kontrolliert werden. Als Benutzer kann man anderen Usern Freundschaftsanfragen senden und somit seinen „Freundeskreis“ auf Facebook kontinuierlich erweitern. FB-User haben weiters die Möglichkeit geteilte Beiträge zu „liken“ (Klick auf den berühmten „Gefällt mir-Button“), zu kommentieren und zu „share“ (also mit anderen teilen). Außerdem bietet Facebook die Möglichkeit zur interpersonellen Kommunikation mittels Privat-Chat, welcher kürzlich auch zu einer eigenen Messenger-App ausgeweitet wurde. Es können auch eigene Gruppen (entweder für exklusive Mitglieder, oder auch öffentlich) sowie Veranstaltungen mit zugehörigen Einladungen erstellt bzw. versandt werden. Hinzukommen Politiker-Seiten, Sportler- bzw. Künstler-Seiten, Musiker-Seiten, Star-Seiten, aber auch zahlreiche Business- und NGO-Seiten, sowie Spiele und kleine Tests, die der Unterhaltung der Mitglieder dienen sollen.

Abschließend nochmals die **wichtigsten Daten zu Facebook** kurz im Überblick:

- 2004 von Mark Zuckerberg für Harvard-Studenten veröffentlicht
- 2006 Öffnung für alle Menschen weltweit über 13 Jahre mit Emailadresse
- 2007 bereits über 100.000 registrierte Business-Seiten
- 2012 schon über eine Million aktive User

- 2015 1,44 Milliarden aktive monatliche User und 40 Mio Business-Seiten
- Weltweit größtes und bekanntestes, soziales Netzwerk
- Platz 2 der meistbesuchten Websites weltweit
- Umsatz 1. Quartal 2015: über 3,5 Milliarden US Dollar



## **II. EMPIRISCHER TEIL**

## 6. Forschungsdesign

In den nachfolgenden Kapiteln werden die verschiedenen Faktoren des Forschungsdesigns der vorliegenden Arbeit dargestellt und im Detail beschrieben.

### 6.1. Erkenntnisinteresse und gesellschaftliche Relevanz

Die leitende Forschungsfrage dieser empirischen Untersuchung lautet folgendermaßen: „**Wie verständigungsorientiert kommunizieren österreichische Politiker im Social Web?**“ Das Erkenntnisinteresse ergibt sich vor allem aus der Tatsache, dass Social Media heutzutage aus dem Leben von Millionen von Menschen jeder Altersstufen nicht mehr wegzudenken und somit auch deren Alltag, sowie Sozialisation, weitgehend beeinflusst. Weltweit sind über 1,44 Milliarden aktive Nutzerprofile auf FB registriert<sup>12</sup> - 3,4 Millionen davon allein in Österreich<sup>13</sup>. Es dauerte folglich auch nicht allzu lange bis Politiker rund um den Globus das Kommunikationspotential der populärsten sozialen Plattform der Welt für sich entdeckt hatte. Der aktuelle Präsident Amerikas und somit mächtigste Mann der Welt, Barack Obama, führte etwa einen beispiellosen Wahlkampf im Jahr 2008, indem er großteils auch soziale Plattformen wie Facebook einsetzte, um seine Standpunkte zu verbreiten und gleichzeitig die Massen für sich zu mobilisieren<sup>14</sup> – was ihm offensichtlich auch sehr gut gelungen ist. Während er damals einer der ersten Politiker war, welche dieses große Potential erkannten und auch richtig für sich einzusetzen wussten, so sind heute zahlreiche politische Akteure auf Facebook vertreten, die hier ihre Chance nutzen, politische Inhalte direkt und ungefiltert (Stichwort: Gatekeeper) an die Anhänger zu kommunizieren und sich, sowie die persönlichen Standpunkte, einer breiten Öffentlichkeit zu präsentieren. Umso überraschender ist die Feststellung, dass es noch wenig wissenschaftliche Studien zu dieser aktuellen Thematik in Österreich, aber auch im

---

<sup>12</sup> Onlinequelle 1 (im Literaturverzeichnis)

<sup>13</sup> Onlinequelle 2 (im Literaturverzeichnis)

<sup>14</sup> Weiterführende Literatur ist zum Beispiel das Werk „Politik 2.0? Die Wirkung computervermittelter Kommunikation auf den politischen Prozess“ von Wolling, Seifert und Emmer (2010).

restlichen Europa gibt. An der Universität Wien findet man lediglich eine Handvoll Studien über die Präsenz politischer Akteure im Web 2.0 und keine einzige, welche die Frage nach der diskursiven Qualität ihrer Beiträge näher untersucht. Die gesellschaftliche Relevanz meines Forschungsinteresses ergibt sich demnach daraus, dass soziale Plattformen wie Facebook das Leben immer mehr Menschen weitgehend beeinflussen und auch die Politik immer zahlreicher auf Facebook vertreten ist, da es ihr ganz neue Welten der Kommunikation bzw. der Publikation ihrer politischen Agenden eröffnet. Hinzukommt, dass immer mehr politisch interessierte Menschen die soziale Plattform zur Informationssuche und folglich auch zur politischen Weiterbildung nutzen. Umso interessanter scheint es, eine Antwort auf die Frage der Qualität solch öffentlicher Beiträge von Politikern auf Facebook zu finden.

Die Qualität der Postings soll durch den VOI (Verständigungsorientierungsindex), welcher im Rahmen einer Studie von den Kommunikationswissenschaftlern Roland Burkart, Uta Rußmann sowie Jürgen Grimm<sup>15</sup> entwickelt wurde, überprüft und operationalisiert werden. Die empirische Forschungsarbeit gliedert sich weiters in zwei Teile: Während im ersten Teil die FB-Profile ausgewählter Politiker inhaltlich auf deren Qualität bzw. Verständigungsorientierung hin analysiert werden sollen, so werden die gewonnenen Ergebnisse im zweiten Teil miteinander in Beziehung gebracht und die Profile der Politiker untereinander verglichen. Hierbei soll auch ein Fokus darauf liegen, welche Art der Kommunikation, im Sinne der diskursiven Qualität, beim Publikum am besten ankommt. Dies soll mittels der Anzahl von Likes und Shares der Postings operationalisiert und erhoben werden. Dasselbe gilt für die Anzahl der Kommentare, welche als Maßstab für die Ausprägung der Anschlusskommunikation gesehen werden kann. Die Vermutung liegt nahe, dass Beiträge, die sehr verständigungsorientiert gestaltet sind besser beim Publikum ankommen und folglich mehr Likes haben bzw. öfter geteilt werden, als solche mit weniger Verständigungsorientierung.

---

<sup>15</sup> Burkart, Roland/Rußmann, Uta/Grimm, Jürgen (2010): Wie verständigungsorientiert ist Journalismus? Ein Qualitätsindex am Beispiel der Berichterstattung über Europa im Österreichischen Nationalratswahlkampf 2008

## **6.2. Ziel der Arbeit**

Das Ziel dieser Forschungsarbeit besteht demnach darin herauszufinden, wie viel Qualität im Sinne von Verständigungsorientierung in den öffentlichen Beiträgen österreichischer Politiker auf der sozialen Plattform Facebook steckt. Qualität soll in dieser Arbeit in Anlehnung an den Habermas'schen Verständigungsbegriff sowie mithilfe der Verständigungsorientierung nach Burkart operationalisiert und mittels VOI (Verständigungsorientierungsindex) in nur einer Kennzahl gebündelt, erhoben werden. In weiterer Folge soll der Vergleich der jeweiligen Qualität-Indizes zeigen, welche politischen Akteure qualitätsvoller und welche weniger qualitätsvoll im sozialen Netzwerk mit den Usern kommunizieren. Außerdem soll die These überprüft werden, ob Beiträge mit hohem Qualitätsgehalt tatsächlich besser beim Publikum bzw. den Usern ankommen, als jene mit niedrigeren Werten. Gemessen wird dies anhand der Publikumsresonanz sowie der Anschlusskommunikation, die sich bei sozialen Netzwerken wie Facebook in der Quantität von Kommentaren, Likes oder Shares (Teilen eines Beitrages) wiederspiegeln. Neben der rein deskriptiven Statistik sollen aber auch Ergebnisse zu thematischen Problemen gefunden werden, wie etwa zu der Frage nach dem Emotionalisierungsgehalt der Beiträge und dessen Auswirkungen auf die Publikumsresonanz, gemessen an der Anzahl der Kommentare, Likes sowie Shares der User.

## **6.3. FF und Hypothesen**

Auf nachfolgende **Forschungsfragen** sollen mittels vorliegender Forschungsarbeit plausible und wissenschaftlich nachvollziehbare Antworten gefunden werden. Im Vorfeld wurden außerdem bereits einige **Hypothesen** heuristisch gebildet, welche es am Ende der Forschung zu überprüfen bzw. zu ergänzen gilt.

**Forschungsleitende Fragestellung:**

**Wie verständigungsorientiert kommunizieren österreichische Politiker auf Facebook?**

**1. FF: Unterscheiden sich Politiker der Regierungsparteien im Hinblick auf den VOI von den Oppositionspolitikern? Wenn ja, wer kommuniziert verständigungsorientierter auf Facebook?**

Da es noch keine empirischen Studien zur Verständigungsorientierung von politischen Akteuren auf einem sozialen Netzwerk wie Facebook gibt, fehlt es offensichtlich auch an wissenschaftlichen Belegen zu dieser kommunikationswissenschaftlichen Thematik. Aus diesem Grund wurden nachfolgende Hypothesen ungerichtet gebildet, da es (noch) keine empirischen Befunde gibt, auf welche gerichtete Hypothesen gestützt werden könnten:

**Hypothese 1.1:** Die Politiker der Regierungsparteien unterscheiden sich beim Ausmaß des VOI von den Politikern der Opposition.

**Hypothese 1.2:** Die Politiker der Regierungsparteien unterscheiden sich in der Ausprägung des Begründungsniveaus von den Oppositionspolitikern.

**Hypothese 1.3:** Die Politiker der Regierungsparteien unterscheiden sich in der Ausprägung der Lösungsorientierung von den Oppositionspolitikern.

**Hypothese 1.4:** Die Politiker der Regierungsparteien unterscheiden sich in der Ausprägung des Respektniveaus von den Oppositionspolitikern.

**Hypothese 1.5:** Die Politiker der Regierungsparteien unterscheiden sich in der Ausprägung der Zweifelartikulation von den Oppositionspolitikern.

**1.a FF: Welcher Politiker weist den höchsten Indexwert bei der Dimension Begründungsniveau auf? Welcher den niedrigsten?**

**1.b FF: Welcher Politiker weist den höchsten Indexwert bei der Dimension Lösungsorientierung auf? Welcher den niedrigsten?**

**1.c FF: Welcher Politiker weist den höchsten Indexwert bei der Dimension Respektmaß auf? Welcher den niedrigsten?**

**1.d FF: Welcher Politiker weist den höchsten Indexwert bei der Dimension Zweifelartikulation auf? Welcher den niedrigsten?**

**2. FF: Wirkt sich die Verständigungsorientierung als Qualitätsmerkmal auf die Anzahl der Likes/Shares/Kommentare aus? Wenn ja, wie?**

**2.a FF: Welche Dimensionen des VOI sind bei Beiträgen mit den meisten Likes/Shares/Kommentaren am stärksten ausgeprägt?**

**2.b FF: Wirkt sich der Emotionalisierungsgrad auf die Anzahl der Likes/Shares/Kommentare aus? Wenn ja, wie?**

**3. FF: Unterscheiden sich Politiker der Regierungsparteien im Hinblick auf das Emotionalisierungsniveau von den Oppositionspolitikern? Wenn ja, wer emotionalisiert stärker auf Facebook?**

Wenn man die Politik in Österreich regelmäßig verfolgt und dabei vor allem den Kommunikationsstil der FPÖ ins Auge fasst, so wird sehr schnell klar, dass hier ganz stark mit Emotionen – vor allem mit negativen, wie Angst und Bedrohung – gearbeitet wird. Da aber keine aktuellen empirischen Befunde von anderen österreichischen Parteien und deren Verhältnis zu Emotionalisierung gefunden werden konnten, wurde die nachfolgende Hypothese ebenfalls ungerichtet formuliert:

**Hypothese 3.1:** Die Politiker der Regierungsparteien unterscheiden sich bei der Ausprägung des Emotionalisierungsniveaus von den Oppositionspolitikern.

**3.a FF: Welcher Politiker weist den höchsten Emotionalisierungsgrad auf?**

**Welcher den niedrigsten?**

#### **6.4. Forschungsinstrument**

Aufgrund der Tatsache, dass in dieser Arbeit Kommunikationsinhalte untersucht werden sollen, fiel die Entscheidung der Forschungsmethode naturgemäß auf eine Inhaltsanalyse. Laut Früh (2011: 27) handelt es sich bei der Inhaltsanalyse um „eine empirische Methode zur systematischen, intersubjektiv nachvollziehbaren Beschreibung inhaltlicher und formaler Merkmale von Mitteilungen (...).“ Atteslander (2006: 189) wiederum sieht in dieser Forschungsmethode „ein Verfahren, mit dem Kommunikationsinhalte in numerische Informationen überführt werden, wobei die Kategorien die Transformationsregeln darstellen“. Zum Einsatz kommen soll für diese Forschungsarbeit eine Kombination aus qualitativer und quantitativer Inhaltsanalyse, was bedeutet, dass bereits vorab einige Hypothesen bestimmt wurden, am Ende der Forschung aufgrund der Ergebnisse jedoch noch weitere Hypothesen gebildet werden können.

Als Hauptkategorien für die Inhaltsanalyse werden die vier Dimensionen der Verständigungsorientierung herangezogen. Diese sind Begründung, Problemlösung, Respekt sowie Zweifel. Die Kategorie Zweifel wird in Anlehnung an die Habermas'schen Geltungsansprüche weiters in vier Subkategorien aufgespalten, nämlich Zweifel bezüglich Verständlichkeit, Wahrheit, Wahrhaftigkeit sowie Richtigkeit. Außerdem gibt es noch formale Kategorien wie z.B. die Anzahl der Likes, der Shares sowie der Kommentare der Beiträge. Eine weitere inhaltliche Kategorie der Analyse stellt der Indikator Emotionalisierung dar, welcher sich in Emotionalisierungstyp, -darstellung sowie -niveau weiter

ausdifferenziert. Zusätzlich werden die zentralen Themen der Beiträge mithilfe der Liste der Politikfelder erfasst sowie die dazugehörige Position des Kommunikators.

Die Indexbildung des VOI wird sich an dem Vorbild Grimms<sup>16</sup> orientieren und die Berechnungsweise dafür übernehmen. Bei den Kategorien Likes, Shares und Kommentare wird es jeweils nur eine Möglichkeit der Operationalisierung geben, nämlich die genaue Anzahl in Ziffern. Die vier Analysekategorien, welche sich auf die Dimensionen der Verständigungsorientierung beziehen, werden nach dem Vorbild der Studie von Burkart et al. erfasst und auch operationalisiert. Die genauen Definitionen der Analysekategorien, deren Berechnung sowie die Ermittlung des VOI werden in den Kapiteln 6.6., 6.7. sowie 6.8. näher behandelt.

## 6.5. Analysematerial und Erhebungszeitraum

Als Analysematerial sollen folgende FB-Profile österr. Politiker für die Untersuchung dienen (Anzahl der Likes jeweils vom 08.04.15):

- 1. Werner Faymann, SPÖ** (offizielle FB-Seite = Fanseite, 16.876 Likes)
- 2. Sebastian Kurz, ÖVP** (persönl. FB-Seite als Politiker, 67.996 Likes)
- 3. HC Strache, FPÖ** (persönl. FB-Seite als Politiker, 222.576 Likes)
- 4. Eva Glawischnig, Grüne** (Team Glawischnig, pers. Beiträge „EG“, 19.320 Likes)
- 5. Matthias Strolz, Neos** (nicht eindeutig ob Team oder persönlich, 29.075 Likes)

Analyseeinheiten sollen weiters die einzelnen Postings der politischen Akteure bilden. Hierbei werden ausschließlich textbasierende Beiträge in die Analyse aufgenommen, welche zumindest aus einem Subjekt, Prädikat und Objekt bestehen

---

<sup>16</sup> Grimm, Jürgen (2009): Messung journalistischer Qualität in Konfliktkommunikationen am Beispiel der Nationalratswahlen 2008 in Österreich. VOI – Definitionen, Berechnungsweise, Auswertung. Uni Wien: Methodenforum, MZ-Working Paper.

und selbst in Form eines Beitrags auf Facebook erstellt bzw. kommuniziert worden sind. Wichtig ist, dass eine Position des Kommunikators zu einem bestimmten Thema geäußert wird und es sich nicht bloß um die Wiedergabe eines fremden Kommentars bzw. Zitats handelt. Links zu Artikeln, Blogbeiträgen oder anderen textlichen Mitteilungen werden zwar während der Erhebung erfasst, deren Inhalt ist aber nicht Teil dieser Analyse. Ebenso wenig werden Inhalte von Bildern oder Wahlplakaten, Podcasts, Videos und sonstige Links zu anderen Webseiten in die Analyse aufgenommen. Es wird jedoch beim Codieren festgehalten, ob ein Beitrag zusätzlich auf einen Link verweist oder nicht.

Es muss sich bei dem Analyseobjekt weiters um Sinneinheiten handeln, da sie einer Codiereinheit entsprechen. Laut Burkart und Rußmann (2010: 15) handelt es sich bei einer Sinn- bzw. Bedeutungseinheit um „zusammenhängende Textpassagen, in denen zu ein und demselben Analysegegenstand etwas ausgesagt wird. Dies können (...) mehrere Sätze (...) sein – relevant ist, dass das Subjekt der Aussage identisch ist“. Wichtig für vorliegende Arbeit ist der Fakt, dass eine Analyse- bzw. Sinneinheit auch mehrmals für unterschiedliche Indikatoren codiert werden kann (z.B. kann es der Fall sein, dass dieselbe Aussage bei Begründung und auch bei Zweifel codiert werden muss).

Die Datenerhebung bzw. die Analyse beginnt am 1. März 2015 und endet am 26. April desselben Jahres. Somit ergibt sich ein Erhebungszeitraum von genau 8 Wochen, also 56 Tagen. Aufgrund der Tatsache, dass manche Politiker mehrere Beiträge pro Tag posten und somit aktiver sind als andere, wird die Qualität der Verständigungsorientierung mit Hilfe des VOI, also des Verständigungsorientierungsindex, ermittelt. Dies dient der Sicherstellung, dass die Ergebnisse nicht aufgrund unterschiedlicher Aktivitätslevels der einzelnen politischen Akteure verfälscht, sondern mithilfe des VOI auf eine Kennzahl reduziert werden und somit besser untereinander vergleichbar sind.

## **6.6. Analysekategorien und Definitionen**

Generell untergliedern sich die Analysekategorien dieser Forschungsarbeit in formale sowie inhaltliche Kategorien. Zu den formalen Kategorien zählen ID des Postings (Nummerierung), Datum der Veröffentlichung, Kommunikator des Postings (laut Akteursliste), dessen Parteizugehörigkeit sowie dessen Geschlecht, die Wortanzahl des Postings, die Art der Verlinkung (falls vorhanden) sowie die genaue Anzahl der Kommentare/Likes/Shares des Beitrags. Die inhaltlichen Kategorien bilden das zentrale Thema, die dazugehörige Position, die Kategorien der Diskursqualität bzw. der Verständigungsorientierung und ihre Subdimensionen sowie die Kategorie Emotionalisierung und ihre Subkategorien.

Wie zuvor bereits erwähnt, werden als Hauptkategorien der Erhebung die vier Dimensionen der Verständigungsorientierung für die Inhaltsanalyse herangezogen. Diese sind Begründung, Problemlösung, Respekt sowie Zweifel. Die Kategorie Zweifel wird weiters nach dem Vorbild der kommunikativen Geltungsansprüche von Habermas in vier Subkategorien aufgespalten, nämlich Zweifel bezüglich Verständlichkeit, Wahrheit, Wahrhaftigkeit sowie Richtigkeit. Zusätzlich wird auch die mögliche Emotionalisierung der Beiträge in der Analyse erfasst. Zu den Subkategorien zählen hier der Inhalt der Emotionalisierung, der Typ (es wird zw. 7 verschiedenen Emotionstypen differenziert), die Art der Darstellung (implizit vs. explizit) sowie die Ausprägung in Form des Emotionalisierungsniveaus (schwach, mittel, stark). Die exakten Definitionen und Ausprägungen sowie die Operationalisierung für diese, sowie für alle anderen Analysekategorien, finden sich detailliert im Codebuch im Anhang dieser Arbeit (Anhang B). Im nachfolgenden Kapitel soll das Augenmerk daher auf die Hauptkategorien dieser Forschung gelegt werden, nämlich auf die Dimensionen bzw. Indikatoren der Verständigungsorientierung.

## **6.7. Indikatoren der Verständigungsorientierung (Burkart et al.)**

In diesem Kapitel sollen nun die Indikatoren der Verständigungsorientierung, ihre Subdimensionen und Ausprägungen sowie ihre Operationalisierung aufgezeigt und erklärt werden. Da für diese Forschungsarbeit das Codebuch von Burkart und Rußmann zu einer Studie aus dem Jahr 2010<sup>17</sup> großteils übernommen wurde, soll hier vorab angemerkt werden, dass sich die nachfolgenden Ausführungen großteils auch wieder darauf beziehen.

### ***6.7.1. Begründungsniveau***

Laut Burkart und Rußmann (2010: 15) besteht eine Begründung „in der Angabe von Gründen (Erklärungen) (...) für die Bewertung von Positionen im Rahmen politischen Handelns sowie entsprechender Diskussionsgegenstände (...).“ Weiters kann eine Begründung aus einem oder mehreren, auch im Beitrag verstreuten Sätzen bestehen. Beim Begründungsniveau wird die Art der Begründung bewertet und festgehalten. Folgende Niveaustufen stehen dafür zur Auswahl: keine Begründung, pauschale Begründung, einfache sowie spezifische Begründung.

#### **Keine Begründung:**

Es wird eine Position vertreten, die Frage nach dem „Warum“ jedoch nicht beantwortet.

#### **Pauschale Begründung:**

Die Position wird mit „Verweis auf allgemein gültige, nicht näher konkretisierte/differenzierte Behauptungen“ untermauert (Burkart/Rußmann 2010: 16).

---

<sup>17</sup> Burkart, Roland/Rußmann, Uta (2010): Qualität des öffentlichen politischen Diskurses in der österreichischen Wahlkampfkommunikation. Codebuch. (für vollständige Referenz siehe Literaturverzeichnis!)

**Einfache Begründung:**

Die Position wird mit Verweis auf einen konkreten Fakt begründet.

**Spezifische Begründung:**

Die Haltung bzw. Position wird durch konkrete Zahlen, Daten und Fakten und/oder Quellenverweise bzw. Expertenmeinungen gerechtfertigt (Vgl. ebd.: 15ff.).

***6.7.2. Lösungsvorschlag***

Häufig wird neben einer Begründung auch ein Lösungsvorschlag zur Optimierung einer problematischen Situation geäußert. Fakt ist jedoch, dass nicht jeder Lösungsvorschlag von gleicher Bedeutung ist bzw. dasselbe Niveau oder dieselbe Ausprägung besitzt. Aus diesem Grund wird zwischen folgenden Lösungsniveaus unterschieden:

**Kein Lösungsvorschlag:**

Dies wird codiert, wenn Kritik oder ein Standpunkt geäußert wird ohne einen Lösungsvorschlag zu machen.

**Vager Lösungsvorschlag:**

Es werden „ungenaue/unbestimmte Vorschläge“ bzw. „Ideen für mögliche Maßnahmen“ geäußert, ohne jedoch dabei Zahlen, Daten bzw. Fakten sowie die genaue Umsetzung zu nennen (Burkart/Rußmann 2010: 19).

**Konkreter Lösungsvorschlag:**

Bei dieser Art des Lösungsniveaus werden die Ideen bzw. die geplanten oder bereits in der Ausführung befindlichen Maßnahmen mit Zahlen, Daten und Fakten untermauert (Vgl. ebd.: 18f.).

### **6.7.3. Respektmaß**

Unter Respekt wird allgemein die „Achtung und Anerkennung“ des Gesprächspartners verstanden, was sich in wertschätzenden und respektvollen Aussagen niederschlägt (Burkart/Rußmann 2010: 20). Unter respektlosen Aussagen, werden Missachtung sowie Geringschätzung zum Ausdruck kommen. Wichtig hierbei ist jedoch, dass Lob oder Kritik nicht automatisch als explizit respektvoll bzw. explizit respektlos bewertet wird, da man dies auch ohne wertende Begriffe auf das Gegenüber bezogen, äußern kann (Vgl. ebd.: 20f.). Unterschieden wird hier zwischen folgenden Ausprägungen:

#### **Kein Respekt:**

Dies wird codiert, wenn weder ein gegnerischer Akteur noch eine Partei bzw. keine gegnerische Position vom Kommunikator im Beitrag angesprochen wird.

#### **Explizit respektlos:**

Darunter werden Äußerungen verstanden, die „ausdrücklich abwertend“ sind und „Geringschätzung, Missachtung oder Ehrfurchtslosigkeit“ (ebd.: 23) beinhalten.

#### **Impliziter Respekt:**

Dies ist der Fall wenn weder ausdrücklich negative, noch ausdrücklich positive Aspekte zu einem Akteur oder seiner Position genannt werden. Das bedeutet es wird generell von dieser Art des Respekts ausgegangen, solange keine wertenden Attribute genannt werden.

#### **Explizit respektvoll:**

Bei einer explizit respektvollen Aussage werden positive Nennungen gemacht, welche „Wertschätzung, Hochachtung oder Ehrfurcht“ für das Gegenüber bzw. dessen Position beinhalten (Burkart/Rußmann 2010: 24). Abschließend soll hier auch noch erwähnt werden, dass in der vorliegenden Arbeit im Gegensatz zu Burkart et al. auf eine Trennung zwischen „Respekt gegenüber Person“ und „Respekt gegenüber Position“ verzichtet wurde.

#### **6.7.4. Zweifel**

Neben den bereits erwähnten Aspekten werden auch manchmal Zweifel artikuliert. Dies kann den Akteur selbst, oder auch sein Handeln betreffen. In Anlehnung an die Habermas'schen Geltungsansprüche von Kommunikation (siehe Kapitel 2.2.) werden deshalb folgende Arten von Zweifel differenziert (Vgl. Burkart et al. 2010: 27ff.):

##### **Kein Zweifel:**

Dies ist selbsterklärend und wird demnach codiert, wenn keine Zweifel geäußert werden.

##### **Zweifel an der Verständlichkeit:**

Diese Art der Zweifel beziehen sich auf den symbolischen Ausdruck bzw. den Sprachstil des Kommunikators. Wenn beispielsweise Sorgen geäußert werden, dass die angesprochenen Adressaten den verwendeten Kommunikationsstil nicht verstehen könnten, dann wird dieser Zweifelstyp codiert.

##### **Zweifel an der Wahrheit:**

Zweifel an der Wahrheit äußern sich, wenn „in Frage gestellt wird, ob die geäußerte Behauptung eines Akteurs (...) wirklich den Tatsachen entspricht“ (Burkart et al. 2010: 29). Dies kann beispielsweise der Hinweis auf fehlende Fakten ausdrücken.

##### **Zweifel an der Wahrhaftigkeit:**

Dies äußert sich dadurch, dass „die Vertrauenswürdigkeit eines Akteurs in Frage gestellt wird“ (ebd.: 29). Das bedeutet der Akteur wird z.B. einer Täuschungsabsicht bzw. einer Lüge bezichtigt und somit wird auch seine politische Glaubwürdigkeit angezweifelt.

##### **Zweifel an der Richtigkeit/Legitimität:**

Der nächste und vorerst letzte Zweifelstyp bezieht sich auf die Infragestellung der „Legitimität (Rechtmäßigkeit, Angemessenheit) des Verhaltens/Handelns eines

Akteurs“ (ebd.: 30). Es wird beispielsweise die Angebrachtheit von diversen Taten bzw. Handlungen eines politischen Akteurs in Zweifel gezogen.

## **6.8. Operationalisierung des VOI (nach Grimm 2009)**

Weiters soll nun auf die Bildung des Verständigungsorientierungsindex eingegangen werden, den Jürgen Grimm als Leiter des Wiener Methodenforums für die bereits mehrmals erwähnte Studie von Burkart und Rußmann zur „Qualität des öffentlichen politischen Diskurses in der österreichischen Wahlkampfkommunikation“ entwickelt hat. Nach Grimm (2009: 4) erfolgt die Berechnung des VOI durch ein „Punkteverfahren, das sich auf jeder der vier Subdimensionen journalistischer Qualität am maximal erreichbaren Wert orientiert“. Es ist wichtig anzumerken, dass es sich hierbei um ein standardisiertes Verfahren handelt, was zur Folge hat, dass jede der vier Dimensionen „mit dem gleichen Grundgewicht“ in den Gesamtwert des VOI miteinfließt (Grimm 2009: 4). In Folge sollen nun die einzelnen Dimensionen und ihre Index-Berechnung aufgezählt und erläutert werden (Vgl. ebd.: 4ff.):

### **BEGRÜNDUNGSNIVEAU:**

- 0      keine Begründung
- 1      pauschale Begründung
- 2      einfache Begründung
- 3      spezifische Begründung

Die oben angeführten Codeziffern sind zugleich auch die Punktezahl, „die über drei Variablen hinweg“ summiert wird. Die Maximalpunktezahl wäre hier 9 – dies ist der Fall, wenn drei spezifische Begründungen codiert werden (Vgl. Grimm 2009: 4). Daraus ergibt sich für den Indikator Begründung folgende Formel:

$$\text{INDBEG} = (\text{Summe}_{3\text{VariablenBegründungsniveau}}/9) \times 100$$

### LÖSUNGSVORSCHLAG:

- 0      kein Lösungsvorschlag
- 1      vager Lösungsvorschlag
- 2      konkreter Lösungsvorschlag

Die Indexbildung der Dimension Lösungsorientierung gestaltet sich im Prinzip gleich wie bei vorheriger Dimension – mit dem Unterschied, dass hier aufgrund des kleineren Skalenniveaus die Maximalpunktezahl 6 beträgt. Dies würde bei der Codierung von drei konkreten Lösungsvorschlägen eintreten. Die Formel lautet demnach wie folgt:

$$\text{INDLOES} = (\text{Summe}_{3\text{VariablenLösungsvorschläge}}/6) \times 100$$

### RESPEKTMASS:

- 0      explizit respektlos
- 2      keine Respektäußerung (Verzicht auf Respektlosigkeit)
- 3      impliziter Respekt
- 4      explizit respektvoll

Hier gestaltet sich die Indexbildung etwas komplizierter, da auch „negative Ausprägungen im Sinne expliziter Respektlosigkeiten“ erfasst werden können (Grimm 2009: 5). Um die „Verrechenbarkeit“ mit den anderen Qualitätsindikatoren sicherzustellen, wurde hier deshalb auf negative Ausprägungen verzichtet, sodass sich diese nun als „Nullposition“ niederschlagen. Dadurch werden folglich kein Respekt sowie der implizite Respekt und explizit respektvoll höher gewichtet (Vgl. ebd.: 5). Das Resultat ist folgende Formel:

$$\text{INDRES} = (\text{Summe}_{3\text{VariablenRespekt}}/12) \times 100$$

Im Gegensatz zu Grimms Aufzeichnungen wurde bei dieser Arbeit nicht zwischen Respekt für Person und Respekt für Position unterschieden, weshalb es auch nur eine Formel für die Berechnung des Indexwerts Respekt benötigt.

### **ZWEIFELARTIKULATION:**

- 0      kein Zweifel
- 1      Zweifel an der Verständlichkeit
- 2      Zweifel an der Wahrheit
- 3      Zweifel an der Wahrhaftigkeit
- 4      Zweifel an der Richtigkeit

Beim Indikator Zweifel wurden zuerst „Zählvariablen“ gebildet, pro Subdimension maximal drei Variablen. Danach konnte der Gesamtindexwert für diesen Indikator berechnet werden. Folgende Berechnungsformeln kamen dabei zum Einsatz (Vgl. ebd.: 5f.):

#### Zählvariablen (max. 3 pro Variable):

Zw1Verst = Anzahl der Zweifel bezüglich Verständlichkeit

Zw2Wahei = Anzahl der Zweifel bezüglich Wahrheit

Zw3Wahaf = Anzahl der Zweifel bezüglich Wahrhaftigkeit

Zw4Richt = Anzahl der Zweifel bezüglich Richtigkeit

→ Zweifelsumme = Zw1 + Zw2 + Zw3 + Zw4

Daraus ergibt sich folgende Formel für den Indexwert Zweifel:

$$\text{INDZWEIF} = (\text{Zweifsum}/3) \times 100$$

## **GESAMTINDEX VOI:**

Der VOI vereint nun als Gesamtindex die errechneten Subindizes und drückt dies in einer einzigen Kennzahl (in einem Prozentwert) auf einer Skala von 0 bis 100 aus. Zur Berechnung wird folgende Formel herangezogen:

$$\text{VOI} = (\text{INDBEG} + \text{INDLOES} + \text{INDRES} + \text{INDZWEIF})/4$$

Der VOI drückt in dieser Studie folglich aus, ob und in welcher Ausprägung die österreichischen Politiker auf Facebook ihrer demokratischen Verantwortung im Sinne der diskursiven Qualität bzw. der Verständigungsorientierung, gemessen an den vier Indikatoren, gerecht werden.

## **6.9. Durchführungsdocumentation**

Der Zeitraum für die Datenerhebung dieser Forschungsarbeit war ab 1. März bis 26. April 2015 und betrug folglich insgesamt 8 Wochen. Die Daten wurden direkt in das Statistikprogramm SPSS (Version 23) eingetragen und dort auch analysiert und ausgewertet. Der Pretest wurde in der ersten Woche der Datenerhebung ebenfalls mittels SPSS durchgeführt.

### **6.9.1. Pretest**

Der Pretest ist ein durchaus wichtiger Schritt im Forschungsprozess, der das Analyseinstrument – in diesem Fall das Codebuch – noch einmal einer Überprüfung unterzieht, bevor die eigentlich Phase der Erhebung beginnen kann. Unter Pretest wird ganz allgemein „die Anwendung des Instruments auf eine bestimmte Menge von Medieninhalten unter Realbedingungen“ verstanden

(Rössler 2005: 170). In vorliegender Arbeit wurden 15 Beiträge von Politikern (drei pro Politiker) auf Facebook für den Pretest herangezogen, was etwas mehr als 10 Prozent des gesamten Analysematerials entspricht (gesamt: 148 Postings). Nachdem Pretest wurden folgende Änderungen bzw. Optimierungen des Codebuchs vorgenommen:

#### **Formale Kategorien:**

- Bei der Variable V005 „Wortanzahl“ wurde präzisiert, dass Satzzeichen (z.B. „&“), Daten, Zahlen sowie Adressen von Webseiten als eine Einheit, also 1 gezählt werden.
- Die Variable V006 „Verlinkung des Postings“ wurde um den Punkt *Webseite* erweitert.

#### **Inhaltliche Kategorien:**

- Die Variable V603 „Emotionalisierungsniveau“ wurde um den 9. Aspekt *Emojis* bzw. *Emoticons* erweitert.

Aufgrund der Tatsache, dass das Codebuch von Burkart und Rußmann in ihrer Studie bereits zum Einsatz kam und großteils für diese Arbeit übernommen wurde, bedurfte es lediglich kleinerer Anpassungen nach dem Pretest.

#### **6.9.2. Reliabilität und Validität**

Reliabilität, Validität sowie Objektivität zählen zu den Gütekriterien von empirischer Sozialforschung. Die *Reliabilität* bezeichnet hierbei „das Ausmaß in dem die Anwendung eines Erhebungsinstrumentes bei wiederholten Datenerhebungen unter gleichen Bedingungen und bei denselben Probanden das gleiche Ergebnis erzielt“ (Atteslander 2006: 278). Unter *Validität* versteht man, dass das Forschungsinstrument (hier: die Analysekategorien) auch wirklich das erhebt bzw. misst, was laut Forschungsziel gemessen werden soll.

## Intracoder-Reliabilität

Bei der Intracoder-Reliabilität wird die Codierung eines einzelnen Codierers zu zwei unterschiedlichen Zeitpunkten der Erhebungsphase überprüft und deren Übereinstimmung numerisch erfasst. Für vorliegende Forschungsarbeit wurde dies während und ca. zwei Wochen nach dem Pretest durchgeführt und mittels folgender Formel nach Holsti berechnet (Vgl. Rössler 2005: 185ff.):

$$C_R = 2 * C_{Ü} / (C_A + C_B)$$

$C_R$  = Reliabilitätskoeffizient Codierung

$C_{Ü}$  = Anzahl der Übereinstimmungen

$C_A$  = Anzahl Codierungen Codierer A

$C_B$  = Anzahl Codierungen Codierer B

Nach dieser relativ einfachen Berechnung liegen die Werte zwischen 0 und 1, was einer Übereinstimmung zwischen 0 und 100 % entspricht (Vgl. ebd.: 190).

Nachfolgende Tabelle zeigt die Ergebnisse der Überprüfung:

Begründung		Lösung		Respekt		Zweifel		Emotion		
Inhalt	Niveau	Inhalt	Niveau	Inhalt	Bewertung	Inhalt	Typ	Inhalt	Typ	Niv.
1	1	0,88	1	0,93	1	0,78	0,86	0,82	0,86	0,98
<b>= 1</b>		<b>= 0,94</b>		<b>= 0,97</b>		<b>= 0,82</b>		<b>= 0,89</b>		

**Tabelle 1: Ergebnisse Intracoder-Reliabilität**

Die hier präsentierten Reliabilitätskoeffizienten wurden folglich für jeden Indikator der inhaltlichen Analysekategorien nach Holsti berechnet und das Ergebnis aufgrund der besseren Lesbarkeit auf zwei Dezimalstellen genau gerundet. Der Fokus lag hier rein auf den inhaltlichen Kategorien, da bei den formalen Kategorien von einer 100 prozentigen Übereinstimmung ausgegangen wird. Zu beachten ist jedoch, dass in dem Falle einer nicht oder falsch codierten

Inhaltsvariable, die dazugehörige Niveau-, Bewertung- und/oder Typvariable nicht mehr in die Berechnung miteinbezogen wurde, da es hier gar nicht mehr möglich ist eine Übereinstimmung zu erzielen. Die Ergebnisse selbst sind nach Atteslander durchaus zufriedenstellend, da es seiner Meinung nach für ein gutes Kategoriensystem spricht, wenn die einzelnen Kategorien einen Wert von über 0,7 aufweisen (Vgl. Atteslander 2006: 192). Da sich die Werte in dieser Arbeit zwischen guten 0,8 und optimaler 1,0 bewegen, muss das Kategoriensystem folglich nicht mehr verändert bzw. angepasst werden.

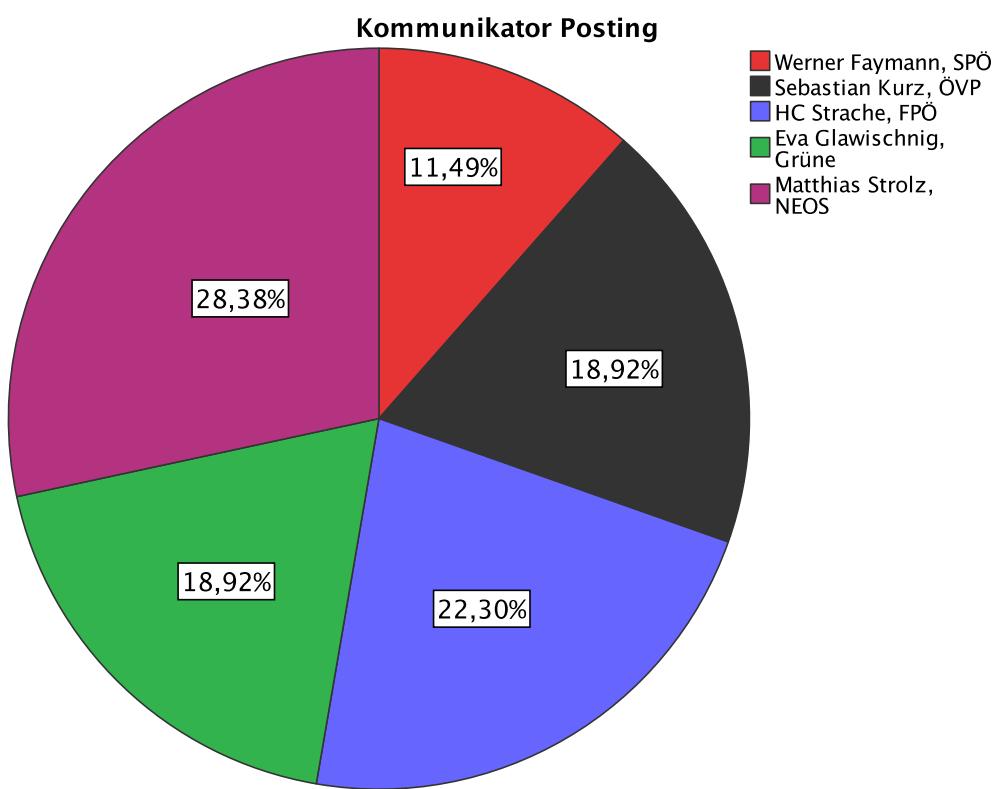
## **7. Auswertung und Diskussion der Ergebnisse**

In diesem Abschnitt soll nun die Auswertung der Forschungsergebnisse der vorliegenden Arbeit übersichtlich und mithilfe von einigen Tabellen sowie Diagrammen präsentiert werden. Zuerst werden die wichtigsten Daten der allgemeinen deskriptiven Statistik aufgezeigt und zur besseren Übersicht auch grafisch dargestellt. Danach wird der Fokus auf der Beantwortung der forschungsleitenden Fragestellung sowie der weiteren Forschungsfragen liegen. Infolgedessen werden die bereits gebildeten Hypothesen auf ihre Aussagekraft hin geprüft, also verifiziert oder falsifiziert. Außerdem werden einige neue Hypothesen zur Beantwortung der restlichen Forschungsfragen generiert, sofern die Ergebnisse dies zulassen. Abschließend werden die Forschungsfragen sowie die dazugehörigen Hypothesen nochmals in einer Übersicht klar und deutlich dargestellt.

### **7.1. Allgemeine deskriptive Statistik**

Für diese Forschungsarbeit wurden Facebook-Beiträge von österreichischen Politikern auf ihre Qualitäts- bzw. Verständigungsorientierung mittels

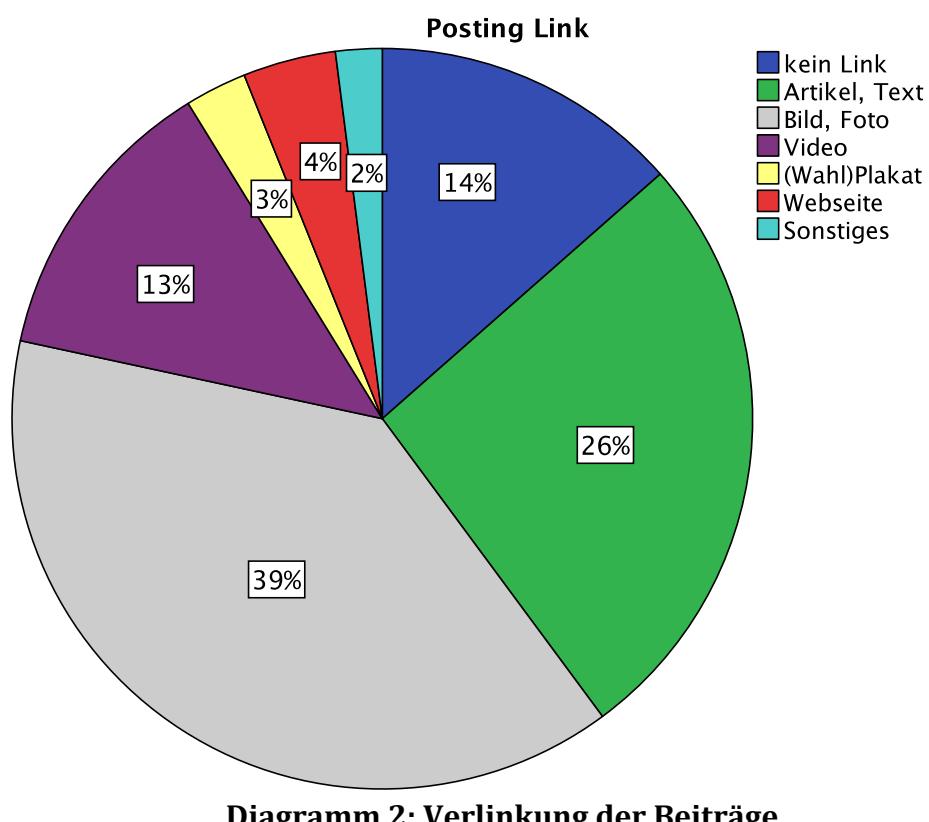
Inhaltsanalyse überprüft. Der Erhebungszeitraum dauerte von März bis April 2015 und betrug insgesamt 8 Wochen. Während dieser Zeit wurden alle Beiträge der ausgewählten politischen Akteure in die Analyse aufgenommen, welche schriftliche Mitteilungen darstellten und eine Position zu einer gewissen Thematik wiedergaben (siehe auch Kapitel 6.5.). Insgesamt wurden somit 148 Beiträge in die Analyse aufgenommen. Es muss hier nochmals festgehalten werden, dass es sich bei dieser Anzahl nicht um alle in dieser Zeit auf Facebook veröffentlichten Postings handelt, sondern nur um jene, welche den Analysekriterien dieser Arbeit entsprachen. Es soll auch nicht unerwähnt bleiben, dass die Ergebnisse dieser Forschungsarbeit keinesfalls den Anspruch einer Repräsentativität der Grundgesamtheit erheben. Die hier präsentierten Forschungsergebnisse beziehen sich lediglich auf die in dieser Arbeit erhobenen und ausgewerteten Daten der Stichprobe. Die Anzahl der veröffentlichten Beiträge teilt sich folgendermaßen auf:



**Diagramm 1: Anzahl Postings der Politiker (in %)**

Demnach war Matthias Strolz auf der sozialen Plattform am aktivsten und wurde mit insgesamt 42 Beiträgen in die Analyse aufgenommen, gefolgt mit ca. 6% Abstand von HC Strache mit insgesamt 33 Beiträgen. „Grünen-Chefin“ Glawischnig

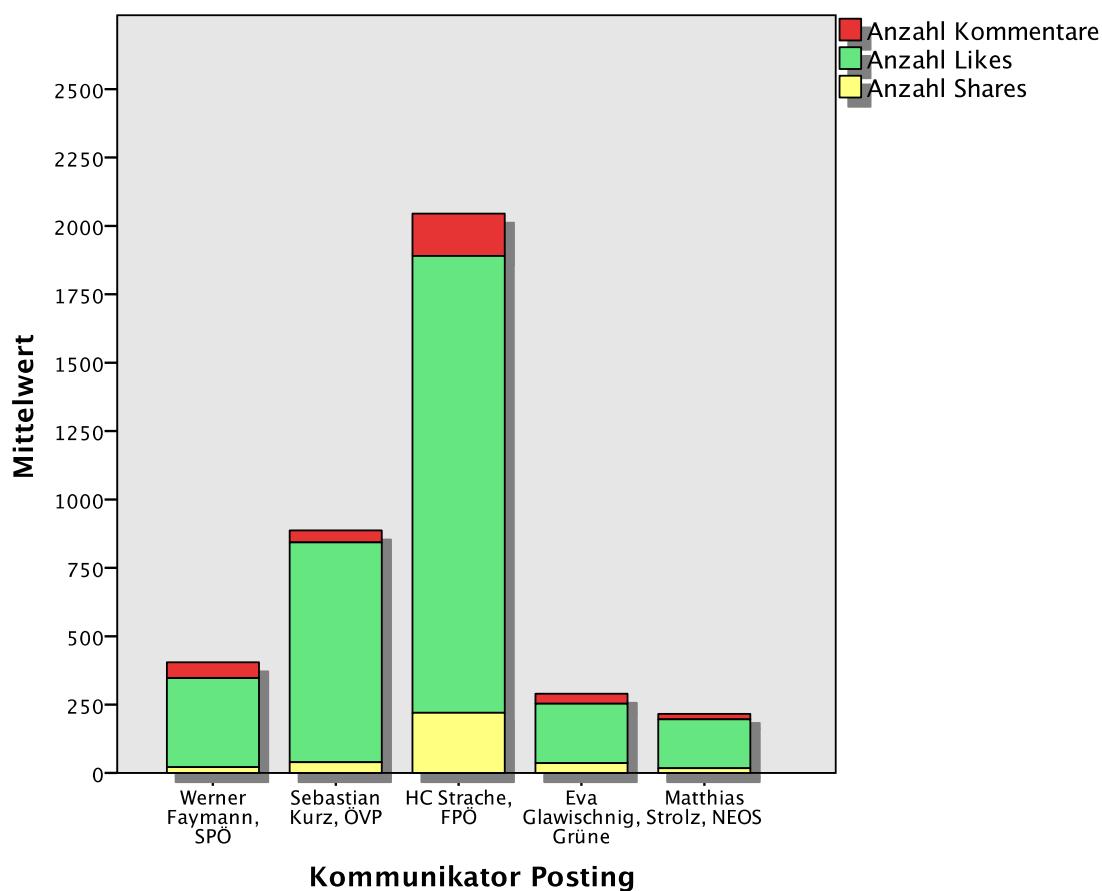
sowie Außenminister Kurz bestreiten beide jeweils knapp 19% des Analysematerials, was jeweils 28 Postings entspricht. Schlusslicht mit nur rund 11,5% bzw. 17 Facebook-Beiträgen stellt Bundeskanzler Faymann beim Analysematerial dar. Der Umfang der einzelnen Analysebeiträge wurde in „Wortanzahl“ für diese Forschung erhoben und umfasst pro Beitrag durchschnittlich etwa 57 Wörter. Der kürzeste Beitrag stammt weiters von HC Strache mit lediglich vier Wörtern, der längste Beitrag umfasst 467 Wörter und wurde ebenfalls von Strache verfasst. Während auf der einen Seite der blaue Politiker mit durchschnittlich 77 Wörtern die längsten Facebook-Mitteilungen verfasst, so zeigt sich auf der anderen Seite Bundeskanzler Faymann wortkarger mit durchschnittlich 27 Wörtern pro Posting. Weiters wurden auch etwaige Verlinkungen zu den Beiträgen erhoben wie z.B. Bilder, Artikel, Webseiten etc. Nachfolgendes Kreisdiagramm stellt grafisch dar, wie die Verteilung im Hinblick auf diverse Links zu den Postings aussieht:



Anhand der Grafik ist klar erkennbar, dass mehr als ein Drittel aller Beiträge mit einem Foto bzw. Bild und knapp über ein Viertel der Postings mit einem Text bzw.

einem Artikel verlinkt wurden. Rund 14% des gesamten Analysematerials wiesen keinerlei Verlinkung auf. Die Inhalte der Links waren weiters nicht Teil dieser Studie und wurden folglich auch nicht in die Inhaltsanalyse aufgenommen.

Richtet man nun die Aufmerksamkeit auf die Anzahl der Kommentare, Likes und Shares der Beiträge, so lässt sich statistisch festhalten, dass HC Strache in allen drei Kategorien jeweils den höchsten Durchschnittswert erreichte: 154 Kommentare, 1.669 Likes sowie 220 Shares sind die Mittelwerte bei seinen Mitteilungen. Auch bei den niedrigsten Durchschnittswerten setzt sich ein Akteur eindeutig durch und zwar Matthias Strolz mit 20 Kommentaren, 178 Likes sowie 17 Shares. Nachfolgendes Balkendiagramm stellt die Verhältnisse zwischen den politischen Akteuren nochmals übersichtlich dar:



**Diagramm 3: Mittelwerte Kommentare/Likes/Shares der Politiker**

Ein weiteres interessantes Detail: Die maximal erreichte Anzahl dieser drei Kategorien bei den Beiträgen waren 966 Kommentare, 5.801 Likes sowie 958

Shares und zählen allesamt zu Postings des blauen Bundesparteiobmanns HC Strache. Das bedeutet, der Freiheitliche erzielte nicht nur die höchsten Durchschnittswerte von allen Politikern, sondern erhielt ebenfalls noch die Höchstwerte in Punkto Kommentaranzahl, Likes sowie Shares von den Usern.

## 7.2. Beantwortung der FF und Hypothesengenerierung

Wie zuvor bereits erwähnt, beschäftigt sich die **forschungsleitende Fragestellung** dieser Arbeit damit, **wie verständigungsorientiert politische Akteure in Österreich auf Facebook mit den Bürgern kommunizieren**. Um diese allgemeine Frage beantworten zu können, wurde der Verständigungsorientierungsindex, kurz VOI (siehe Kapitel 6.8.), für jeden einzelnen politischen Akteur gebildet. Hierfür wurden die Daten herangezogen, welche mittels quantitativer Inhaltsanalyse erhoben und mithilfe des Statistikprogramms SPSS 23 ausgewertet und grafisch aufbereitet wurden. Der VOI der einzelnen Politiker zeigt sich demnach folgendermaßen:

Politische Akteure	VOI (N=147, Skala: 0-100, Mittel)
Werner Faymann, SPÖ	20,55
Sebastian Kurz, ÖVP	19,74
HC Strache, FPÖ	27,27
Eva Glawischnig, Grüne	27,01
Matthias Strolz, NEOS	34,49
Insgesamt	27,02

**Tabelle 2: VOI-Gesamt österreichische Politiker**

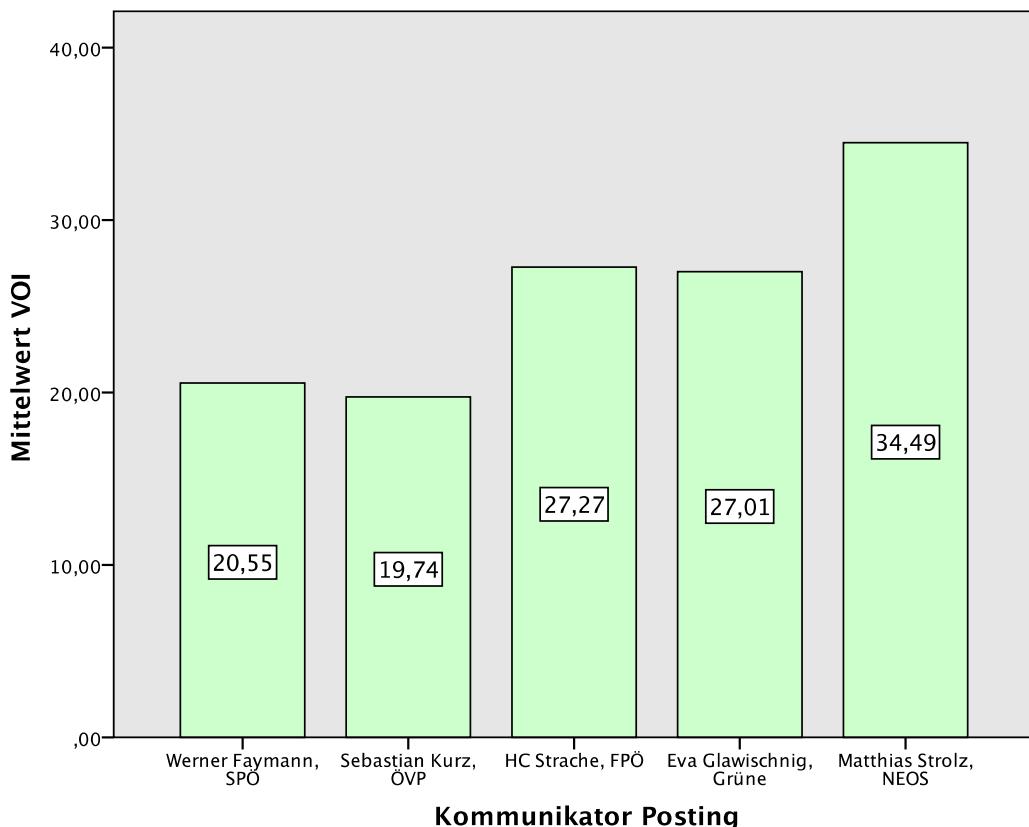
Insgesamt wurden 148 Beiträge auf Facebook analysiert, von denen 147 zur Berechnung des Verständigungsorientierungsindex (VOI) berücksichtigt wurden. Lediglich beim Indikator Zweifel wurde ein Fall nicht zur Bildung des Index herangezogen, da eine Variable mit 999 (nicht entscheidbar) codiert wurde und

somit dieser Fall logischerweise aus der Berechnung des VOI ausgeschlossen werden musste (siehe Anhang C). Nachfolgende Tabelle stellt dies nochmals grafisch dar:

	Fälle					
	Eingeschlossen		Ausgeschlossen		Insgesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
<b>VOI *</b> <b>Kommunikator Posting</b>	147	99,3%	1	0,7%	148	100,0%

**Tabelle 3: Verarbeitete Fälle VOI**

Um wieder auf die VOI-Werte der untersuchten Politiker zurückzukommen, lohnt sich der Blick auf nachfolgendes Balkendiagramm, welches die einzelnen Werte in einer Übersicht darstellt:



**Diagramm 4: VOI politische Akteure**

Hier lässt sich auf einen Blick erkennen welcher Politiker den höchsten VOI-Wert aufzeigt und somit am verständigungsorientiertesten auf Facebook kommuniziert und welcher den niedrigsten Indexwert aufweist. Demnach liegt Matthias Strolz von den NEOS mit deutlichem Abstand und einem VOI-Wert von 34,49% vor allen anderen Politikern. Der VOI wird auf einer Skala von 0-100 gemessen, wobei der Wert 1 das Minimum und der Wert 100 das Maximum an Verständigungsorientierung wiederspiegelt. Der VOI sagt folglich aus, inwieweit Politiker die Qualitätsmerkmale Begründung, Lösungsorientierung, Respektmaß sowie Zweifelartikulation in ihren FB-Beiträgen umsetzen. Daraus folgt, dass Strolz zu etwas mehr als einem Drittel das Qualitäts- bzw. Verständigungsorientierungspotential seiner Mitteilungen auf Facebook nutzt. Auf Platz zwei liegt HC Strache (FPÖ) dicht gefolgt von Eva Glawischnig (Grüne) auf Platz drei mit ganz knapp beieinanderliegenden VOI-Werten von 27,27 und 27,01. Sie kommunizieren demnach zu etwas mehr als einem Viertel des Gesamtpotentials verständigungsorientiert auf dem sozialen Netzwerk. Auf den Plätzen vier und fünf finden sich der aktuelle Bundeskanzler Werner Faymann (SPÖ) mit einem VOI von 20,55 sowie der derzeitige Außenminister Sebastian Kurz (ÖVP) mit einem Wert von 19,74. Insgesamt kommen die politischen Akteure auf einen VOI-Mittelwert von 27,02 – somit schöpfen sie gemeinsam das Qualitätspotential zu etwas über einem Viertel auf Facebook aus (siehe Tabelle 2). Nachfolgend nochmals die untersuchten politischen Persönlichkeiten geordnet nach ihrem **Rang hinsichtlich des VOI-Niveaus:**

- 1. Matthias Strolz, VOI: 34,49**
- 2. HC Strache, VOI: 27,27**
- 3. Eva Glawischnig, VOI: 27,01**
- 4. Werner Faymann, VOI: 20,55**
- 5. Sebastian Kurz, VOI: 19,74**

Die forschungsleitende Fragestellung „**Wie verständigungsorientiert kommunizieren österreichische Politiker auf Facebook?**“ soll am Ende im Resümee nochmals aufgegriffen und im Hinblick auf alle Ergebnisse sowie

Auswertungen im Detail diskutiert und beantwortet werden. Im Anschluss sollen hier nun zunächst die konkreten Forschungsfragen beantwortet werden.

### **7.2.1. Forschungsfrage 1**

**1. FF: Unterscheiden sich Politiker der Regierungsparteien im Hinblick auf den VOI von den Oppositionspolitikern? Wenn ja, wer kommuniziert verständigungsorientierter auf Facebook?**

**H 1.1: Die Politiker der Regierungsparteien unterscheiden sich beim Ausmaß des VOI von den Politikern der Opposition.**

Zur Beantwortung dieser Forschungsfrage wurde mittels SPSS ein T-Test durchgeführt, welcher dazu dient die Mittelwerte zweier unterschiedlicher Fallgruppen miteinander zu vergleichen (hier VOI-Mittelwert). Dieser kam zu dem Ergebnis, dass der VOI-Wert der Regierungsparteien sich von jenem der Opposition mit einer Irrtumswahrscheinlichkeit von 0,0% unterscheidet, also die Varianzen dieser beiden Gruppe nicht gleich sind (siehe Levene-Test, Anhang C). Der durchschnittliche VOI-Wert beträgt demnach bei den Regierungsparteien 20,05 und bei den Oppositionsparteien sogar 30,10. Die mittlere Differenz der beiden Gruppen, also der Unterschied im VOI-Ausmaß, beträgt weiters 10,05%. Das bedeutet, die Regierungsparteien schöpfen zu weniger als einem Viertel das Verständigungsorientierungs- bzw. Qualitätspotential ihrer Mitteilungen auf Facebook aus. Die Opposition dagegen, kommuniziert zu 30,10% verständigungsorientiert auf der sozialen Plattform, also mit nicht ganz einem Drittel des Gesamtpotentials. Diese Erkenntnis führt zu nachfolgender, gerichteter Hypothesenbildung:

**H 1.1: Die Politiker der Opposition weisen einen signifikant höheren VOI-Wert auf als die Politiker der Regierung.**

Anders ausgedrückt, könnte man die Forschungsfrage 1 folgendermaßen beantworten: **Die Oppositionspolitiker kommunizieren signifikant verständigungsorientierter als die Politiker der Regierungsparteien.** Nachfolgende Tabelle stellt die Ergebnisse der unterschiedlichen VOI-Werte der Politiker sowie von Regierung bzw. Opposition nochmals auf einen Blick dar:

Mittel, N=148, Skala: 0-100 <b>Dimension:</b>	<b>Politische Akteure</b>								
	W. Faym ann	S. Kurz	HC. Strac he	E. Glawi schni g	M. Strol z	Gesa mt	Regie rung	Oppo sition	T- Test (Reg. vs. Opp.)
Begründung	22,88	14,68	29,29	40,48	34,39	29,35	17,78	34,41	***
Lösung	8,82	14,29	8,08	10,71	17,06	12,39	12,22	12,46	n.s.
Respekt	50,49	50,00	47,47	52,08	54,17	51,07	50,19	51,46	n.s.
Zweifel	0	0	24,24	4,76	31,71	15,19	0	21,90	***
<b>VOI-Gesamt</b>	20,55	19,74	27,27	27,01	34,49	27,02	20,05	30,10	***
(% gemessen am max. erreichbaren Wert der VOI-Dimensionen)									
Hochsignifikanter Unterschied: $p \leq 0,01$ : ***									
Signifikanter Unterschied: $p \leq 0,05$ : **									
Nicht signifikant = n.s.									

**Tabelle 4: Übersicht VOI Politiker, Regierung und Opposition (T-Test)**

Die Ergebnisse des T-Tests beziehen sich hierbei auf den Vergleich der VOI-Werte von Regierungs- und Oppositionsparteien. Es lässt sich sofort erkennen, dass sich die meisten Werte der Regierungsparteien von jenen der Opposition hoch signifikant voneinander unterscheiden. Die beiden Ausnahmen bilden hier die VOI-Dimensionen Lösungsorientierung sowie Respektmaß, welche mit einer nicht signifikanten Differenz auffallen. Bei diesen Indikatoren ist der Wert der Regierung nur minimal kleiner als jener der Opposition. Weiters fällt auf, dass die Lösungsorientierung, die am niedrigsten ausgeprägte Qualitätsdimension ist. Konkret bedeuten hier die Werte von rund 12,50 und 12,20, dass lediglich etwas mehr als 12% des Gesamtpotentials im Hinblick auf die Lösungsorientierung von den Politikern der Regierung bzw. der Opposition ausgeschöpft wird. Diese Erkenntnisse führen nun direkt weiter zur Überprüfung der nächsten ungerichteten Hypothesen:

**H 1.2: Die Politiker der Regierungsparteien unterscheiden sich in der Ausprägung des Begründungsniveaus von den Oppositionspolitikern.**

Wie bereits zuvor erwähnt, zeigt die Übersicht aus Tabelle 4 eindeutig, dass sich der Wert des Begründungsniveaus hoch signifikant in den beiden Fallgruppen unterscheidet. Während die Opposition mit 34,41% zu einem guten Drittel das Begründungspotential genutzt hat, so ist dies bei der Regierung lediglich mit einem Wert von 17,78% der Fall. Die Politiker der Regierung begründen demnach nur halb so oft ihre auf Facebook geäußerten Positionen wie die Oppositionspolitiker. Folgende gerichtete Hypothese kann deshalb gebildet werden:

**H 1.2: Die Politiker der Opposition weisen ein signifikant höheres Begründungsniveau auf als die Politiker der Regierung.**

**H 1.3: Die Politiker der Regierungsparteien unterscheiden sich in der Ausprägung der Lösungsorientierung von den Oppositionspolitikern.**

Beim Indikator Lösungsorientierung ist die Differenz zwischen den beiden Fallgruppen bei weitem nicht so hoch, wie bei den anderen Indikatoren. Hier liegt die Regierung zwar auch wieder hinter dem Wert der Opposition, aber mit 12,22 zu 12,46 handelt es sich hier um eine sehr knappe und deshalb nicht signifikante Differenz. Dies lässt den Schluss zu, dass sowohl die Politiker der Opposition, als auch jene der Regierung zu rund 12% des Gesamtpotentials Lösungen in ihren Beiträgen anbieten. Folgende Hypothese kann deshalb generiert werden:

**H 1.3: Die Politiker der Opposition unterscheiden sich im Ausmaß der Lösungsorientierung nicht signifikant von den Politikern der Regierung.**

#### **H 1.4: Die Politiker der Regierungsparteien unterscheiden sich in der Ausprägung des Respektiveaus von den Oppositionspolitikern.**

Die Dimension Respektmaß zeigt sich ebenfalls mit einer geringen, nicht signifikanten Differenz zwischen Opposition und Regierung. Die Oppositionspolitiker haben mit 51,46 einen minimal höheren Wert als die Regierungspolitiker mit 50,19. Es kann demnach festgehalten werden, dass beide Politikergruppen das Respektpotential in ihren Beiträgen zu etwas mehr als die Hälfte ausschöpfen. Somit ist das Respektmaß mit Abstand am höchsten ausgeprägt, was im Klartext bedeutet, dass die Politiker in der Regel sehr respektvoll miteinander umgehen und sich Äußerungen von Respektlosigkeit eher im Rahmen halten. Dies führt zu folgender Hypothesenbildung:

#### **H 1.4: Die Politiker der Regierung unterscheiden sich bei der Dimension Respektmaß nicht signifikant von den Oppositionspolitikern.**

#### **H 1.5: Die Politiker der Regierungsparteien unterscheiden sich in der Ausprägung der Zweifelartikulation von den Oppositionspolitikern.**

Die fünfte und letzte bei diesem Vergleich diskutierte Qualitätsdimension ist jene der Zweifelartikulation. Diese Dimension ist nicht nur sehr interessant, da sich die Politikergruppen hier wieder hoch signifikant voneinander differenzieren, sondern auch wegen der Tatsache, dass die Politiker der Regierung kein einziges Mal irgendwelche Zweifel in ihren Beiträgen geäußert haben. Während sie also eine Ausprägung von 0,0 aufweisen, haben die Oppositionspolitiker hier einen Wert von 21,90 erreicht. Übersetzt heißt das, dass ca. jeder fünfte Facebook-Beitrag von Politikern der Opposition irgendeine Art des Zweifelns bzw. Kritik beinhaltet. Unterschieden wurde in Anlehnung an Habermas jeweils zwischen vier verschiedenen Zweifeltypen. Auf die genaue Auswertung bzw. Häufigkeit dieser Zweifeltypen wird aber erst weiter unten bei der Beantwortung der FF 1.d im Detail eingegangen. Der Grund für die nicht vorhandene Zweifelartikulation bei

den Regierungspolitikern könnte jener sein, dass sie natürlich maßgeblich an der Führung sowie den politischen Entscheidungen des Landes beteiligt sind und deshalb einerseits ein hohes Selbstbewusstsein in ihrer Rolle als „politische Anführer“ aufweisen, und andererseits nicht gerne öffentlich an ihren eigenen Umsetzungen oder jenen des Regierungspartners auf Facebook zweifeln wollen. Weiters scheint dies auch eine Art Rollenverteilung im politischen Alltag zu sein, dass die Politiker der Regierungsparteien eher bemüht sind Sicherheit und Kontrolle auszustrahlen bzw. ans Volk zu kommunizieren, während die Opposition sich eher in der Rolle der Zweifler bzw. der Aufdecker von politischen Missständen sieht. Ein weiterer Grund für dieses Phänomen könnte die Beobachtung sein, dass die beiden analysierten Regierungspolitiker Faymann und Kurz ihre Facebook-Seite hauptsächlich als Medium der Selbstdarstellung nutzen und somit weniger darauf bedacht sind hier Kritik bzw. Zweifel zu äußern. Um diese Frage jedoch konkreter zu klären, ist es nötig diese Problemstellung in einer weiteren Untersuchung empirisch zu prüfen. In Anbetracht der diskutierten Ergebnisse kann jedoch nachfolgende Hypothese generiert werden:

### **H 1.5: Die Politiker der Opposition weisen ein signifikant höheres Ausmaß bei der Zweifelartikulation auf als die Politiker der Regierung.**

Zur leichteren Überprüfung bzw. Beantwortung der weiteren Forschungsfragen, welche die verschiedenen Indexwerte der einzelnen Politiker untereinander vergleichen, soll nachfolgende Tabelle 5 dienen. In ihr wird der Fokus ausschließlich auf die Indexwerte der einzelnen politischen Akteure gelegt, diese in Relation zueinander gesetzt und mittels Varianzanalyse (F-Test) die Signifikanz der jeweiligen Differenzen überprüft:

Mittel, N=148, Skala: 0-100 <b>VOI-Dimensionen</b>	<b>Politische Akteure</b>						
	W.F.	S.K.	H.C.S.	E.G.	M.S.	F-Test	Gesamt
Begründungsniveau	22,88	14,68	29,29	40,48	34,39	***	29,35

Lösungsorientierung	<b>8,82</b>	14,29	<b>8,08</b>	<b>10,71</b>	<b>17,06</b>	n.s.	12,39
Respektmaß	<b>50,49</b>	50,00	<b>47,47</b>	<b>52,08</b>	<b>54,17</b>	***	51,07
Zweifelartikulation	<b>0</b>	0	<b>24,24</b>	<b>4,76</b>	<b>31,71</b>	***	15,19
<b>VOI-Gesamt</b>	<b>20,55</b>	19,74	<b>27,27</b>	<b>27,01</b>	<b>34,49</b>	***	27,02

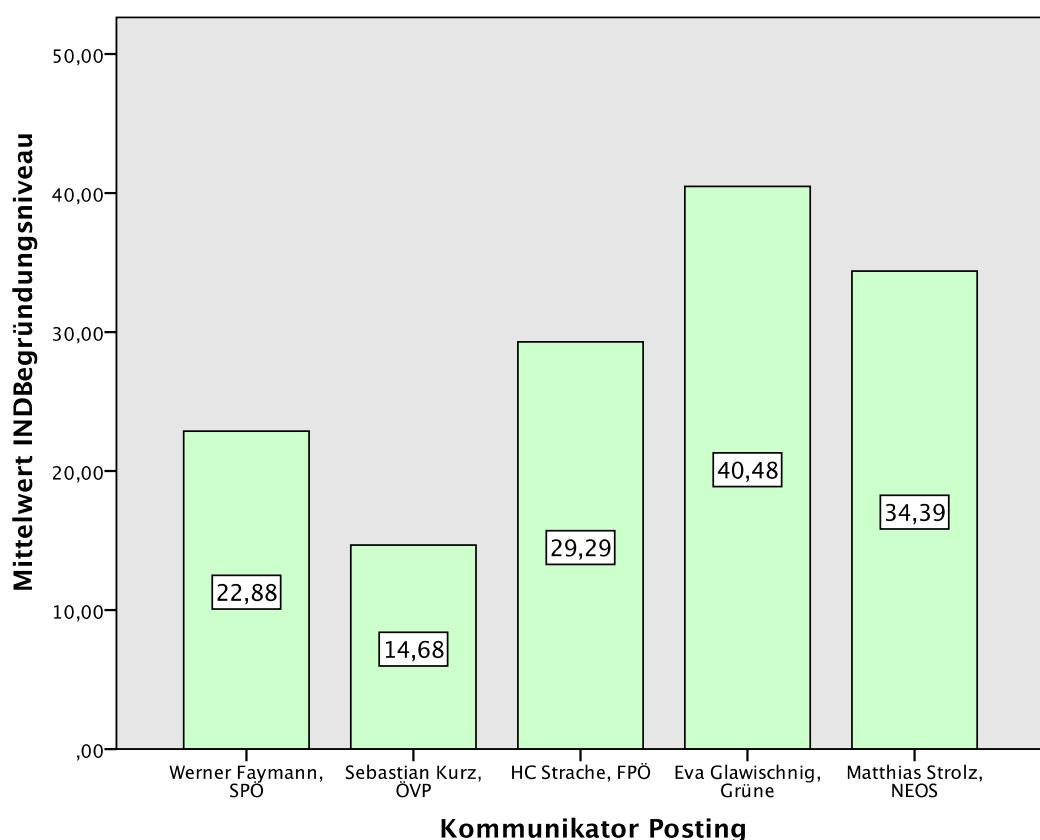
(% gemessen am max. erreichbaren Wert der VOI-Dimensionen)  
Hochsignifikanter Unterschied:  $p \leq 0,01$ : \*\*\*  
Signifikanter Unterschied:  $p \leq 0,05$ : \*\*  
Nicht signifikant = n.s.

**Tabelle 5: Übersicht VOI Politiker mit Varianzanalyse (F-Test)**

Betrachtet man nun die Ergebnisse in dieser Grafik, so fällt auch hier sofort auf, dass alle Indexwerte hoch signifikante Unterschiede zwischen den Politikern aufweisen – einzige Ausnahme stellt jedoch die Dimension Lösungsorientierung dar, welche mit nicht signifikanten Differenzen aus der Reihe fällt. Das bedeutet, dass alle untersuchten Politiker in ähnlicher Ausprägung lösungsorientiert auf Facebook kommunizieren. Es ist auch daraus zu lesen, dass diese Dimension mit 12,39 den niedrigsten Gesamtwert von allen aufweist. Die höchste Gesamtausprägung hingegen zeigt sich beim Indikator Respektmaß, mit einer Ausschöpfung von 51,07% des Gesamtpotentials. Dies bedeutet, dass etwas über die Hälfte aller untersuchten Politikerbeiträge auf Facebook respektvoll gestaltet sind. An zweiter Stelle mit 29,35% liegt die Dimension Begründungsorientierung, sie erreicht damit nicht ganz ein Drittel des Qualitätspotentials. Dahinter liegt der Indikator Zweifelartikulation, der mit 15,19 Punkten auf kein sehr hohes „diskursanwaltliches“ Engagement der Politiker schließen lässt. Wie zuvor bereits erwähnt, ist die Besonderheit hier, dass die beiden Regierungspolitiker Faymann und Kurz einen Wert von 0,0 aufweisen. Das bedeutet, dass in keinem einzigen ihrer untersuchten Beiträge Zweifel bzw. Kritik jeglicher Art von den beiden geäußert wurden. Anschließend sollen nun die nächsten vier Forschungsfragen mit Blick auf die Ergebnisse aus Tabelle 5 überprüft und beantwortet werden:

**1.a FF: Welcher Politiker weist den höchsten Indexwert bei der Dimension Begründungsniveau auf? Welcher den niedrigsten?**

Aus den Mittelwerten der Tabelle lässt sich eindeutig lesen, dass Eva Glawischnig von den Grünen mit 40,48 den höchsten Wert beim Begründungsindex aufweist. Genauer gesagt, enthält mehr als jeder dritte ihrer Facebook-Beiträge, eine oder mehrere Begründungen für die geäußerte Position. Mit Abstand am wenigsten Begründungen kommuniziert Sebastian Kurz in seinen Postings, er kommt hier nur auf einen Indexwert von 14,68 und ist somit das Schlusslicht. Matthias Strolz zeigt einen Dimensionswert von 34,39, HC Strache etwas weniger mit 29,29 und dahinter befindet sich Werner Faymann mit einem Begründungs-Indexniveau von immerhin noch 22,88.

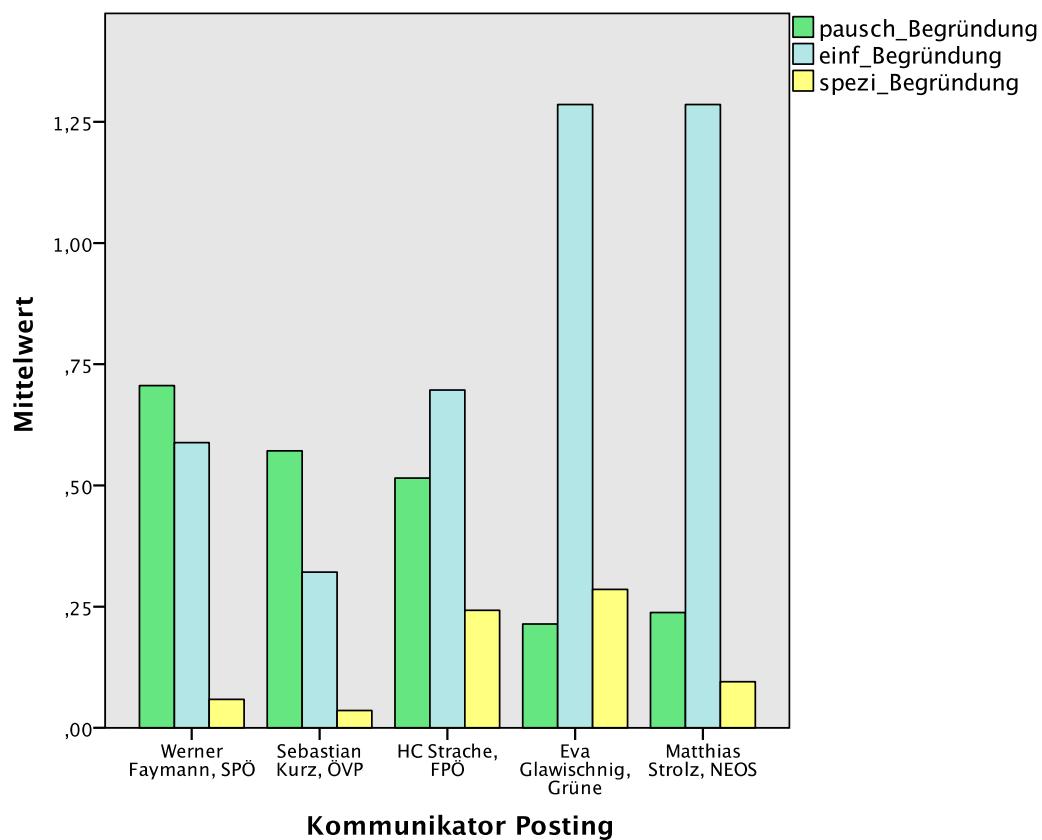


**Diagramm 5: Indexwerte Begründungsniveau der Politiker**

Die vorangegangene Forschungsfrage kann demnach folgendermaßen beantwortet werden:

## H 1a: Eva Glawischnig weist den höchsten Indexwert bei der Dimension Begründung auf und Sebastian Kurz den niedrigsten.

Weiters wurde ausgewertet, wie viele Begründungen durchschnittlich von den Akteuren in einem FB-Beitrag geäußert werden. Bei Glawischnig werden rund 1,8 Begründungen geliefert, bei Strolz und Strache rund 1,6 sowie 1,5. Faymann kommt auf einen Wert von 1,4 Begründungen pro Beitrag und das Schlusslicht bildet Kurz mit ziemlich großem Abstand und einem Mittelwert von 0,9. Wie sich dieser Wert jeweils auf die einzelnen Begründungsniveaus (pauschal, einfach, spezifisch) aufteilt, veranschaulicht nachfolgendes Diagramm:



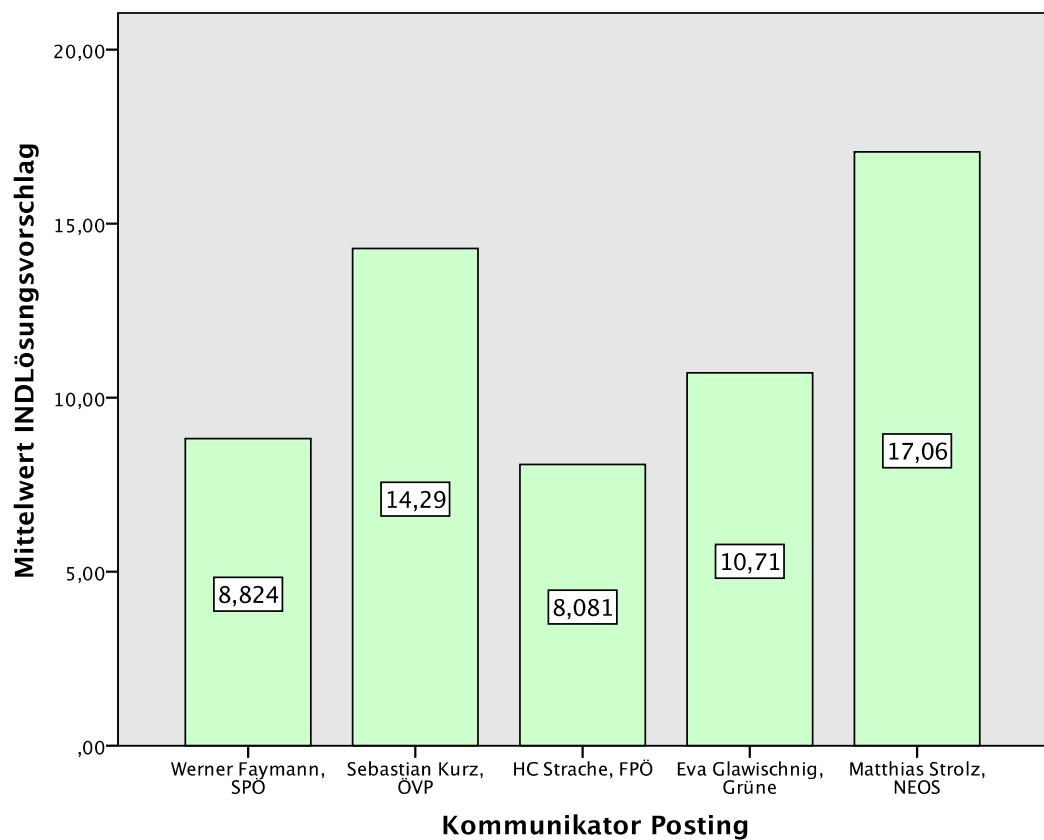
**Diagramm 6: Mittelwert Begründungsniveaus der Politiker**

Daraus lässt sich lesen, dass die Regierungspolitiker großteils pauschale Begründungen in ihren Postings abgeben, während die Opposition am häufigsten mit einfachen Begründungen ihre Standpunkte untermauert. Spezifische Begründungen werden eher selten genannt, die Regierungspolitiker geben kaum

spezifische Gründe für ihre Standpunkte an, die Oppositionspolitiker etwas häufiger. Die meisten spezifischen Begründungen nannte Eva Glawischnig, die wenigsten wurden von Sebastian Kurz in seinen Beiträgen geäußert.

**1.b FF: Welcher Politiker weist den höchsten Indexwert bei der Dimension Lösungsorientierung auf? Welcher den niedrigsten?**

Wirft man erneut einen Blick auf die Ergebnisse in Tabelle 5, so lässt sich allgemein feststellen, dass die Werte hier knapper beieinander liegen, als bei den anderen Subdimensionen. Im Klartext hat die Varianzanalyse, also der F-Test, bestätigt, dass es sich hierbei um keine signifikanten Wertdifferenzen zwischen den Akteuren handelt. Den höchsten Indexwert bei der Lösungsorientierung zeigt Matthias Strolz mit 17,06 Punkten vor Sebastian Kurz mit 14,29. Danach liegen Eva Glawischnig auf Platz drei mit einem Wert von 10,71 sowie Bundeskanzler Faymann auf Platz vier mit 8,82. Am wenigsten nutzt HC Strache das Potential der Lösungsorientierung mit lediglich 8,08%. Dieses Ergebnis überrascht nur wenig, wenn man den Kommunikationsstil des FPÖ-Obmanns ein bisschen verfolgt. Er zeichnet sich dadurch aus viel Kritik und Zweifel an der Regierung zu äußern, bietet jedoch dafür relativ selten Lösungsvorschläge an. Auffällig ist auch, dass diese Qualitätsdimension mit nur 12,39 Punkten, die geringste Gesamtausprägung von allen aufweist. Das bedeutet, dass alle analysierten politischen Akteure zusammen nur 12,39% des Qualitätspotentials bei der Lösungsorientierung ausschöpfen. Folgendes Diagramm zeigt die Mittelwerte nochmal im Überblick:

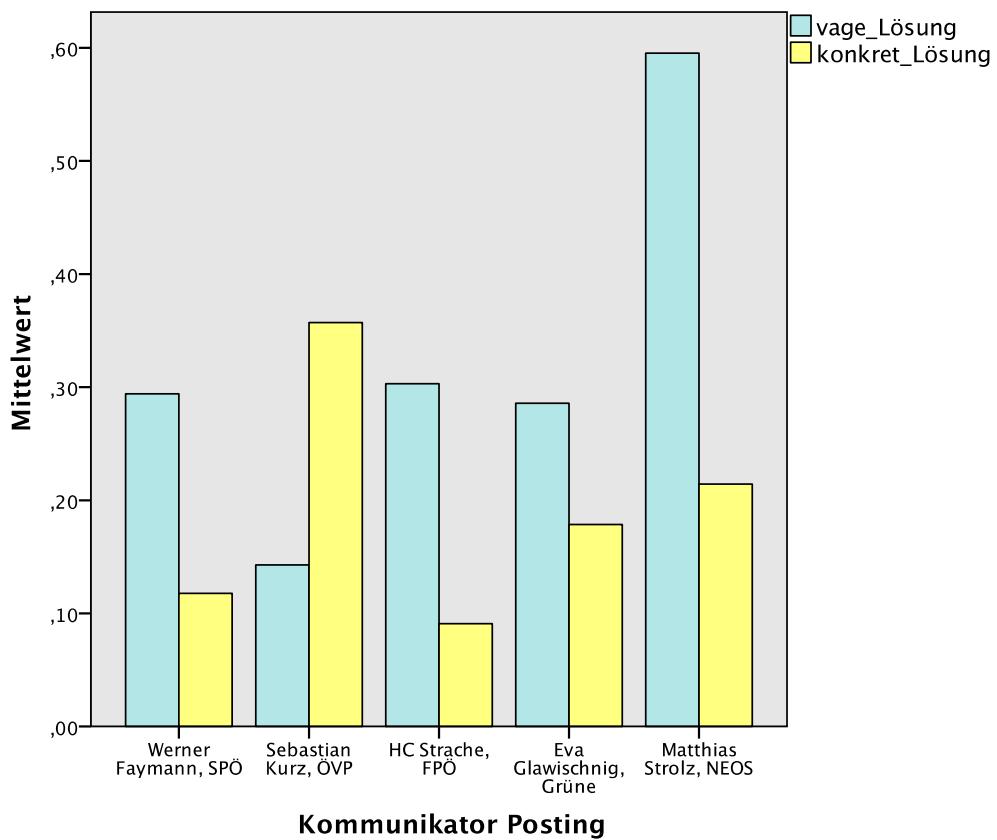


**Diagramm 7: Indexwerte Lösungsorientierung der Politiker**

Die Beantwortung der Forschungsfrage lautet deshalb wie folgt:

**H 1b: Matthias Strolz weist den höchsten Indexwert bei der Dimension Lösung auf und HC Strache den niedrigsten.**

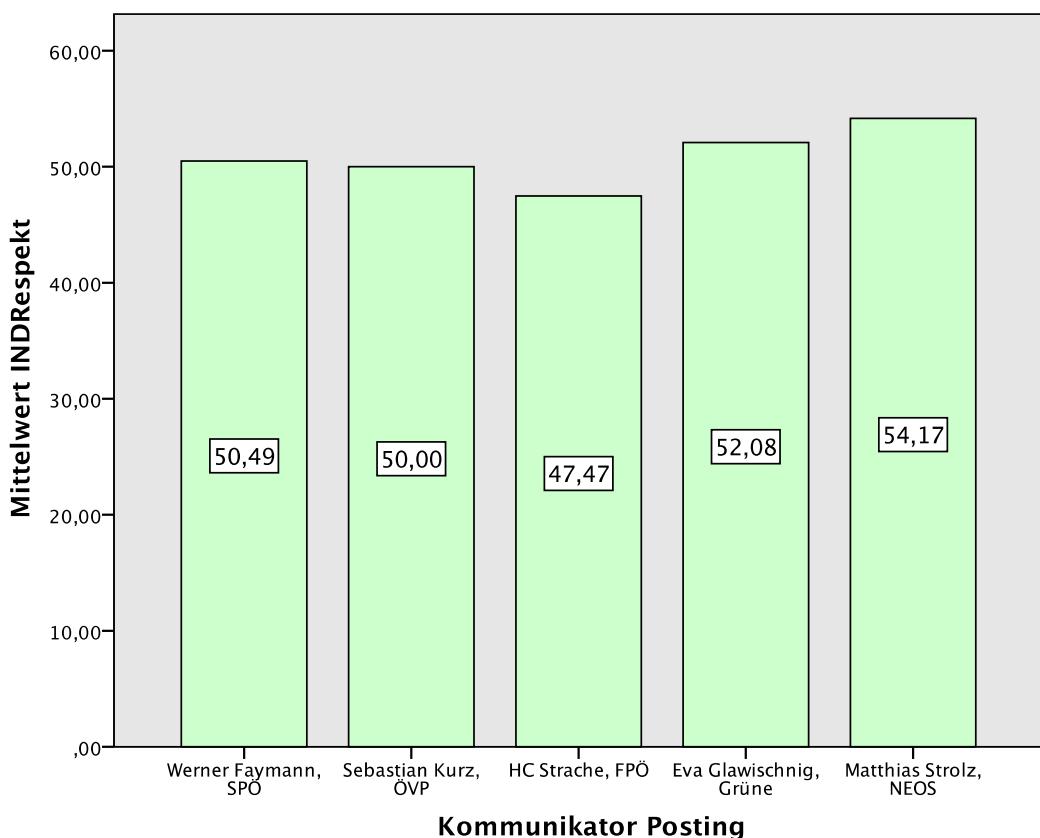
Die weitere Auswertung der Daten ergab, dass die politischen Akteure gemeinsam rund 0,5 Lösungsvorschläge pro Beitrag anbieten. Konkret sind das bei Strolz 0,8, bei Kurz sowie Glawischnig rund 0,5, bei Faymann 0,4 und schlussendlich bei Strache ebenfalls aufgerundete 0,4 Lösungen pro Posting. Die Aufteilung dieser Mittelwerte auf die beiden Lösungsniveaus (vage und konkret) veranschaulicht Diagramm 8:



**Diagramm 8: Mittelwert Lösungsniveaus der Politiker**

**1.c FF: Welcher Politiker weist den höchsten Indexwert bei der Dimension Respektmaß auf? Welcher den niedrigsten?**

Bei der Qualitätsdimension Respektmaß liegt wieder NEOS-Obmann Strolz auf Platz eins mit 54,17 Punkten vor Glawischnig mit einem Wert von 52,08. Das bedeutet, dass beide Politiker über die Hälfte des Respektpotentials ausschöpfen und folglich durchaus respektvoll auf Facebook kommunizieren. Auf Platz drei liegt Faymann mit 50,49 Punkten, dicht gefolgt von Kurz mit einem Wert von 50,0. Schlusslicht und somit am wenigsten respektvoll kommuniziert Strache, da der Politiker hier nur einen Wert von 47,47 aufweist. Doch auch dieser Wert bedeutet, dass sich die Abwertung von politischen Gegnern oder deren Positionen noch in Grenzen hält. Insgesamt liegt die Dimension Respektmaß mit 51,07 Gesamtpunkten vor allen anderen Subdimensionen, was bedeutet, dass alle Politiker gemeinsam eher respektvoll auf Facebook miteinander umgehen.



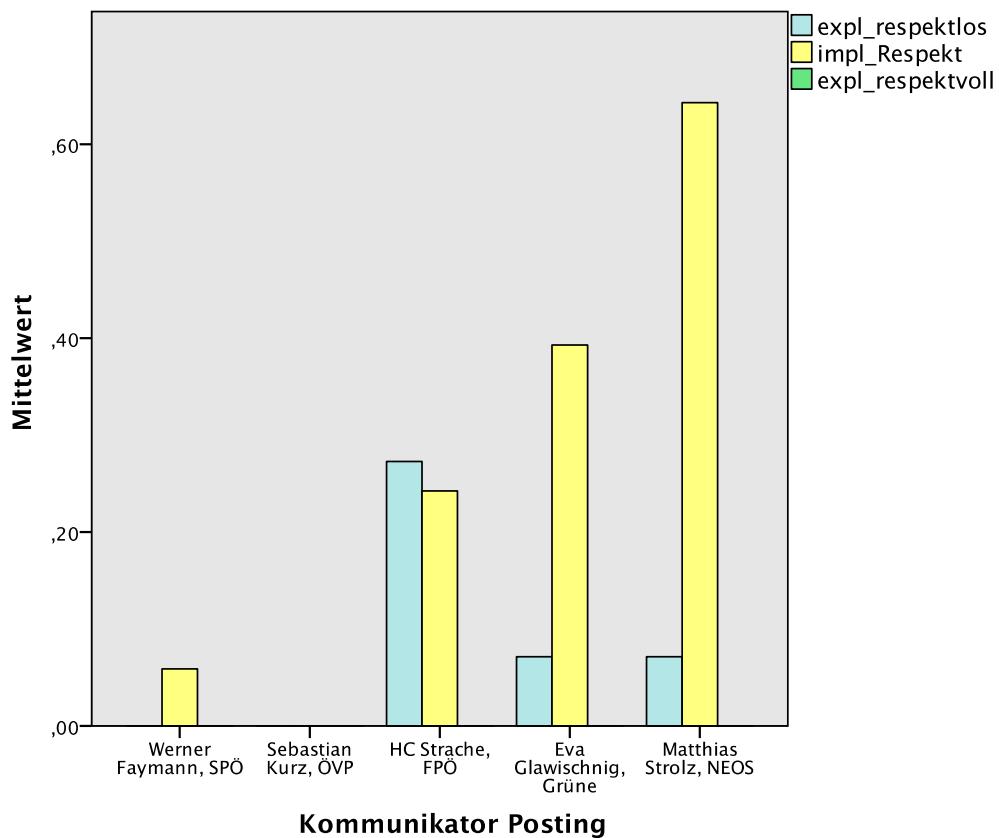
**Diagramm 9: Indexwerte Respektmaß der Politiker**

Die Forschungsfrage 1.c wird deshalb folgendermaßen beantwortet:

**H 1c: Matthias Strolz weist den höchsten Indexwert bei der Dimension Respekt auf und HC Strache den niedrigsten.**

Weiters wurde zwischen drei verschiedenen Respektbewertungen differenziert, nämlich „explizit respektlos“, „kein Respekt“, „impliziter Respekt“ sowie „explizit respektvoll“. „Kein Respekt“ (vorhanden) wurde codiert, wenn kein politischer Gegner bzw. Partei oder deren Standpunkte Inhalt des Beitrags waren. Deshalb wurde bei nachfolgenden Diagramm 10, der Fokus auf tatsächliche Bewertungen des Respektmaß gelegt und folglich nur die anderen drei Bewertungsmöglichkeiten dargestellt. Auf explizit respektlose Äußerungen völlig verzichtet, haben die beiden Regierungspolitiker Faymann und Kurz. Letzterer machte überhaupt keine einzige Aussage über andere Politiker bzw. andere

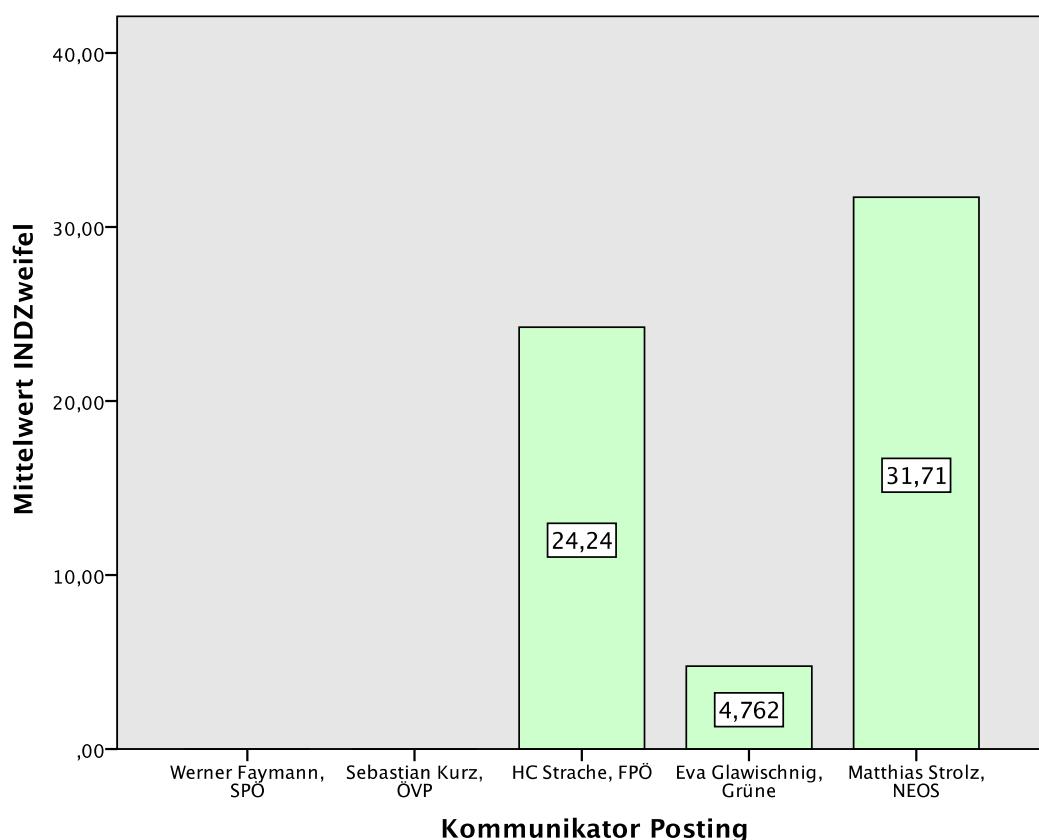
Meinungen auf der sozialen Plattform. Kurz hat dennoch einen Gesamtindex Respektmaß von 50,0, da in der Analyse keine Äußerungen über politische Gegner (=Verzicht auf Respektlosigkeit) bewusst höher gewertet wurden, als Respektlosigkeiten. Strache zeigt bei der Bewertung „explizit respektlos“ den höchsten Mittelwert von 0,27. Glawischnig und Strolz erreichen beide denselben Durchschnittswert von 0,07. Den höchsten Wert beim impliziten Respekt erreichte Strolz mit 0,64, gefolgt von Glawischnig mit 0,39. An dritter Stelle liegt Strache mit dem Durchschnittswert von 0,27 und Schlusslicht ist Faymann mit rund 0,06 Punkten. Explizit respektvolle Aussagen über politische Gegner bzw. andere Parteien machte im Übrigen keiner der fünf untersuchten politischen Akteure auf Facebook. Folglich fehlt dieser Balken auch gänzlich im nachfolgenden Diagramm:



**Diagramm 10: Mittelwert Respektbewertungen der Politiker**

**1.d FF: Welcher Politiker weist den höchsten Indexwert bei der Dimension Zweifelartikulation auf? Welcher den niedrigsten?**

Bei der Verständigungsorientierungsdimension Zweifel unterscheiden sich die Indexwerte der einzelnen politischen Akteure erneut signifikant voneinander. Wie zuvor bereits erwähnt, gibt es die Besonderheit hier, dass die beiden Regierungspolitiker Faymann und Kurz einen Indexwert von 0,0 aufweisen, da es bei beiden Akteuren keinerlei Äußerungen von Zweifel bzw. Kritik in ihren untersuchten Postings gab. Mögliche Gründe für diesen speziellen Fall wurden bereits zuvor bei der Überprüfung der Hypothese 1.5 erläutert und werden hier folglich nicht mehr wiederholt. Den höchsten Wert als „Diskursanwalt“ erreicht Matthias Strolz mit einer Ausschöpfung des Zweifelartikulationspotentials von 31,71%. Dahinter liegt HC Strache auf Platz zwei mit 24,24 Punkten und weit abgeschlagen folgt Eva Glawischnig auf Platz drei mit lediglich 4,76 Indexpunkten. Faymann und Kurz erreichen hier, wegen schon erwähnter fehlender Zweifeläußerungen, beide jeweils nur 0,0 Punkte. Insgesamt gesehen, erscheinen die Politiker generell eher zurückhaltend, was die Artikulation von Zweifel betrifft, da es sich hier mit einem Gesamtindexwert von 15,19 um den zweitniedrigsten Wert aller Subdimensionen nach der Lösungsorientierung handelt.

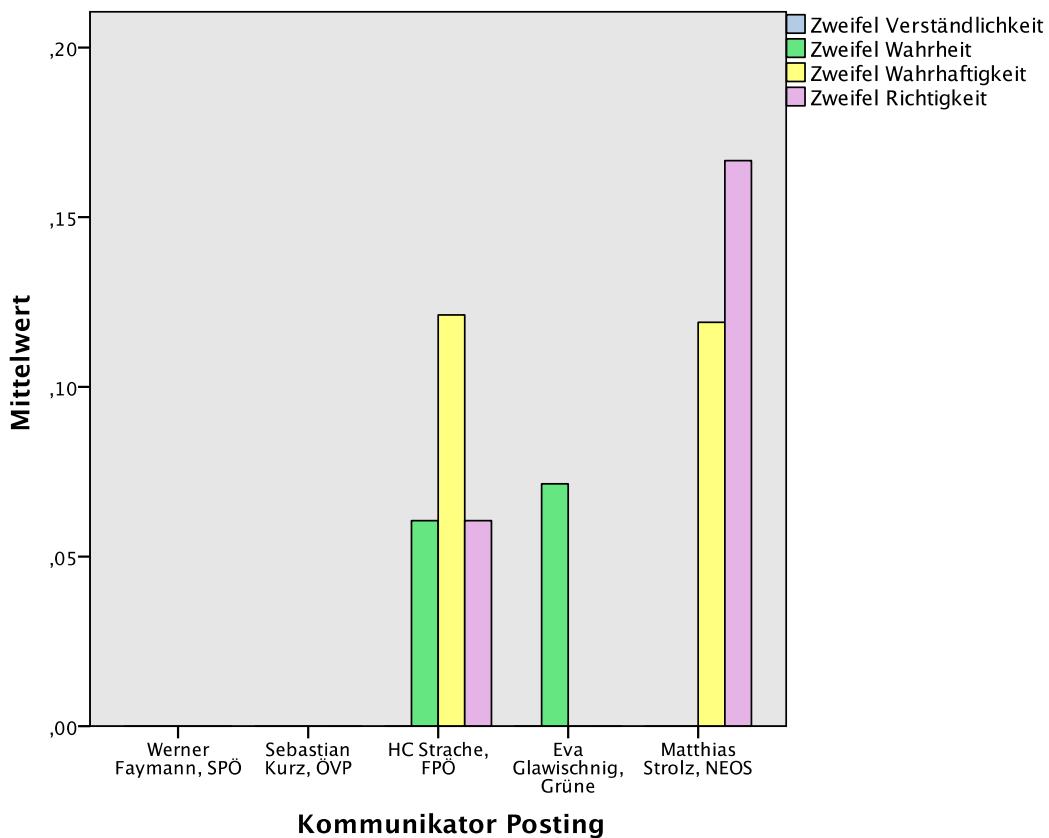


**Diagramm 11: Indexwerte Zweifelartikulation der Politiker**

Die zuvor gestellte Forschungsfrage, kann also folgendermaßen beantwortet werden:

**H 1d: Matthias Strolz weist den höchsten Indexwert bei der Dimension Zweifel auf und Werner Faymann sowie Sebastian Kurz den niedrigsten.**

Es wurde weiters in Anlehnung an die Habermas'schen Geltungsansprüche zwischen vier verschiedenen Zweifeltypen differenziert, nämlich Zweifel an der Verständlichkeit, Wahrheit, Wahrhaftigkeit sowie Richtigkeit. Bei der genaueren Auswertung zeigte sich, dass von keinem der fünf Akteure jemals Zweifel an der Verständlichkeit geäußert wurden. Zweifel an der Wahrheit äußerten Strache und Glawischnig mit durchschnittlichen Werten von 0,61 sowie 0,71. Die Wahrhaftigkeit bezweifelten wiederum nur Strache und Strolz, mit Mittelwerten von jeweils rund 0,12. Zweifel an der Richtigkeit bekundeten wieder nur Strache und Strolz mit Werten von 0,06 zu 0,17. Nachfolgendes Balkendiagramm stellt diese Differenzen zwischen den Akteuren nochmals im Überblick dar:



**Diagramm 12: Mittelwert geäußerte Zweifeltypen der Politiker**

### 7.2.2. Forschungsfrage 2

**2. FF: Wirkt sich die Verständigungsorientierung als Qualitätsmerkmal auf die Anzahl der Likes/Shares/Kommentare aus? Wenn ja, wie?**

Um diese Forschungsfrage beantworten zu können, wurden mittels SPSS die Korrelationen zwischen diesen vier Variablen berechnet. Das Ergebnis wird ausgedrückt im sogenannten Korrelationskoeffizienten, der sich in dem Wertebereich -1 bis +1 bewegt. Das „Minus“ bzw. das „Plus“ bestimmt hierbei die Richtung der Korrelation, also einen negativen oder einen positiven Zusammenhang. Während -1 die „perfekte negative Korrelation“ ausdrückt, so besagt +1 die „perfekte positive Korrelation“. Der Wert 0 weist auf keinerlei Zusammenhang zwischen den Variablen hin, was wiederum heißt, dass Werte die

nahe bei 0 sind (egal ob positiv oder negativ), lediglich schwache Korrelationen bedeuten. Es muss jedoch in Betracht gezogen werden, dass der Korrelationskoeffizient sich nur auf lineare Zusammenhänge bezieht und daher selbst bei einem Koeffizient von 0, Korrelationen anderer Art nicht gänzlich ausgeschlossen werden können (Vgl. Brosius 2012: 253).

Das Ergebnis des Korrelationstests ergab weiters, dass kein Zusammenhang bzw. *keine Korrelation zwischen dem VOI und der Anzahl der Likes, Shares oder Kommentare besteht*. Interessanterweise kam er jedoch auch zu dem Ergebnis, dass ein signifikanter positiver Zusammenhang zwischen der Anzahl der Likes, Shares sowie der Kommentare untereinander besteht. Alle drei Variablen korrelieren demnach eindeutig miteinander. Der Korrelationskoeffizient bewegt sich hierbei in einem Bereich von 0,7 bis 0,8, was auf eine relativ starke Korrelation schließen lässt (siehe Tabelle Anhang C). Im Klartext bedeutet dieses Ergebnis, *je höher die Anzahl der Kommentare/Shares und Likes eines Postings, desto höher ist auch die Anzahl der Likes/Shares und Kommentare*. Weiters besagt der zweiseitige Signifikanzwert von jeweils 0,000, dass die Variablen (mit einer Irrtumswahrscheinlichkeit von 0,0%) auch in der Grundgesamtheit miteinander korrelieren. Die Forschungsfrage 2 kann deshalb folgendermaßen beantwortet werden:

**H 2: Der VOI wirkt sich nicht auf die Anzahl der Likes, Shares bzw. Kommentare aus.**

**H 2.1: Die Variablen Likes, Shares und Kommentare korrelieren signifikant positiv miteinander.**

**2.a FF: Welche Dimensionen des VOI sind bei Beiträgen mit den meisten Likes/Shares/Kommentaren am stärksten ausgeprägt?**

Zur Beantwortung dieser Forschungsfrage wurde erneut die Korrelation zwischen allen relevanten Variablen (vier Dimensionen des VOI sowie Likes, Shares, Kommentare) mittels SPSS überprüft und folglich der Korrelationskoeffizient berechnet. Dabei wurde eine positive Korrelation von 0,3 zwischen dem Indikator Begründungsniveau und der Anzahl der Kommentare erkannt. Das bedeutet, *je höher der Indikator Begründung ausfällt, umso mehr Kommentare werden bei dem Beitrag abgegeben*. Zwischen den restlichen Indikatoren und der Anzahl der Likes, Shares sowie Kommentare wurden keinerlei Korrelationen festgestellt. Dafür korrelieren aber manche Qualitätsdimensionen miteinander. So gibt es *eine positive Korrelation von ebenfalls 0,3 zwischen dem Indikator Begründung und dem Indikator Zweifel*. Weiters *korrelieren der Indikator Zweifel mit dem Indikator Lösungsvorschlag zwar etwas schwächer, aber auch positiv mit einem Korrelationskoeffizient von rund 0,2 miteinander*. Die Forschungsfrage kann demnach wie folgt beantwortet werden:

**H 2.a: Wenn der Indikator Begründungsorientierung hoch ist, dann ist auch die Anzahl der Kommentare hoch.**

**H 2.a.a: Wenn der Indikator Begründungsorientierung hoch ist, dann ist auch der Indikator Zweifelartikulation hoch.**

**H 2.a.b: Wenn der Indikator Zweifelartikulation hoch ist, dann ist auch der Indikator Lösungsvorschlag hoch.**

**2.b FF: Wirkt sich der Emotionalisierungsgrad auf die Anzahl der Likes/Shares/Kommentare aus? Wenn ja, wie?**

Hier wurde ebenfalls mittels SPSS der Korrelationskoeffizient für die betroffenen Variablen berechnet und ausgewertet. Dabei zeigte sich eindeutig, dass sich das Emotionalisierungsniveau positiv auf die Anzahl der Shares, Likes und Kommentare auswirkt. Im Detail wurde zwischen der Emotionalisierung und der

Anzahl der Likes, bei den Kommentaren und auch bei den Shares jeweils ein positiver Korrelationskoeffizient von rund 0,3 berechnet. Das heißt im Klartext: *je höher das Emotionalisierungsniveau eines Beitrags, desto höher ist auch die Anzahl der Likes, Shares und Kommentare*. Folgende Hypothese kann deshalb generiert werden:

**H 2.b: Wenn das Emotionalisierungsniveau hoch ist, dann ist auch die Anzahl der Likes, Shares und Kommentare hoch.**

### **7.2.3. Forschungsfrage 3**

**3. FF: Unterscheiden sich Politiker der Regierungsparteien im Hinblick auf das Emotionalisierungsniveau von den Oppositionspolitikern? Wenn ja, wer emotionalisiert stärker auf Facebook?**

**H 3.1: Die Politiker der Regierungsparteien unterscheiden sich bei der Ausprägung des Emotionalisierungsniveaus von den Oppositionspolitikern.**

Zur Beantwortung dieser Forschungsfrage wurde nach dem Vorbild der Operationalisierung des VOI (siehe Kapitel 6.8.) ein eigener Indexwert für das Emotionalisierungsniveau gebildet. Der Index-Emotion wurde nach folgender Formel berechnet:

$$\text{INDEMO} = (\text{Summe}_{\text{3 Variablen}} \text{Emotionsniveau}/9) \times 100$$

Nach der Ermittlung des INDEmotion, wurde ein T-Test durchgeführt, um die Mittelwerte der Regierung mit jenen der Opposition zu vergleichen. Dabei stellte sich heraus, dass die Opposition mit einem Wert von 10,36 einen höheren Emotionalisierungsindex aufweist als die Regierung mit 6,42. Diese beiden Fallgruppen unterscheiden sich (laut T-Test) bezüglich des Emotionsniveaus sogar

hoch signifikant voneinander. Das bedeutet, dass die Politiker der Opposition stärker in ihren FB-Beiträgen emotionalisieren als die Regierungspolitiker. Die Forschungsfrage 3 kann deshalb mit folgender gerichteten Hypothese beantwortet werden:

**H 3.1: Die Politiker der Opposition weisen ein signifikant höheres Ausmaß beim Emotionalisierungsniveau auf als die Politiker der Regierung.**

Nachfolgende Tabelle 6 bietet nochmals einen Überblick über die soeben diskutierten Ergebnisse der Regierung bzw. der Opposition sowie über die Indexwerte der einzelnen politischen Akteure bezüglich der Emotionalisierung in ihren Beiträgen:

Mittel, N=148, Skala: 0-100 <b>Index</b>	<b>Politische Akteure</b>								
	W. Faym ann	S. Kurz	HC. Strac he	E. Glawi schni g	M. Strol z	Gesa mt	Regie rung	Oppo sition	F- Test (Reg. vs. Opp.)
Emotion	5,23	7,14	13,80	7,54	9,52	9,16	6,42	10,36	***

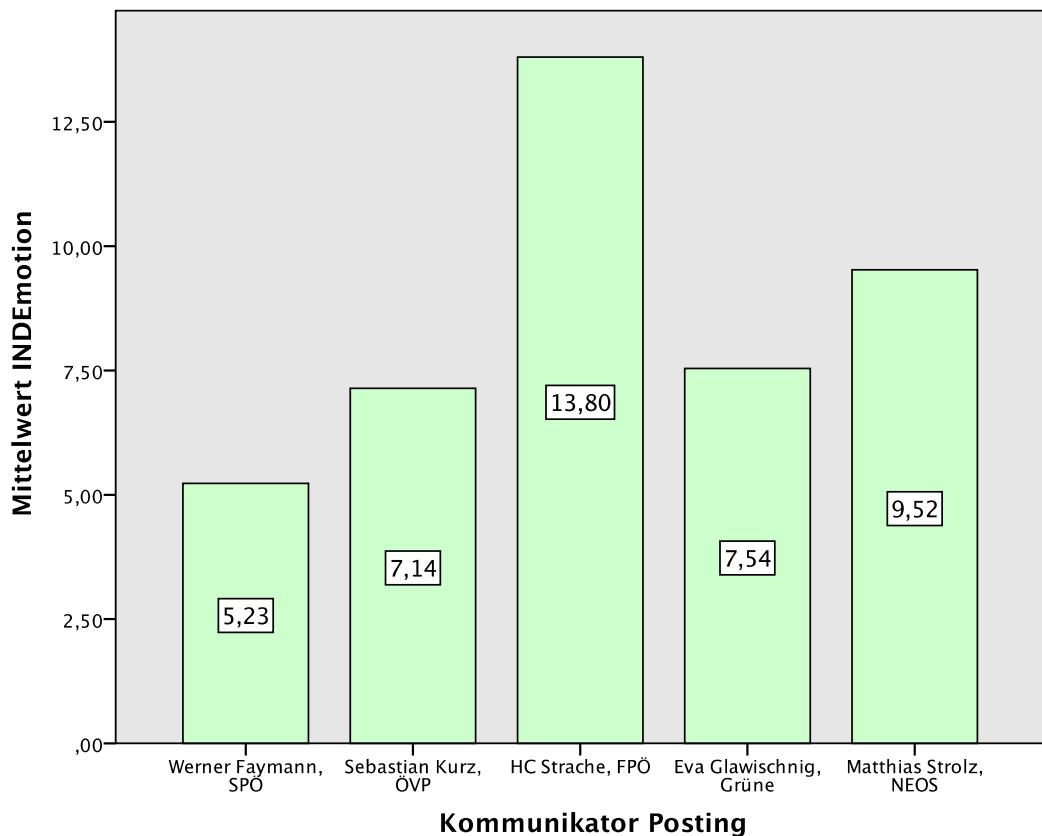
Hochsignifikanter Unterschied:  $p \leq 0,01$ : \*\*\*  
Signifikanter Unterschied:  $p \leq 0,05$ : \*\*  
Nicht signifikant = n.s.

**Tabelle 6: Übersicht Emotion Politiker, Regierung und Opposition (T-Test)**

**3.a FF: Welcher Politiker weist den höchsten Emotionalisierungsgrad auf?  
Welcher den niedrigsten?**

Mit Blick auf die Ergebnisse des Emotionalisierungsindex in Tabelle 6 lässt sich eindeutig feststellen, dass HC Strache mit 13,80 Punkten den ersten Platz beim Einsatz von Emotionen auf Facebook belegt. Hinter ihm auf Platz zwei liegt Mattias Strolz, mit etwas Abstand und einem Wert von 9,52. Auf den Plätzen drei und vier

dicht beieinander finden sich Eva Glawischnig mit 7,54 und Sebastian Kurz mit 7,14 Punkten. An letzter Stelle liegt Werner Faymann mit einem Indexwert von 5,23, der somit am wenigsten emotional in dem sozialen Netzwerk kommuniziert. Nachfolgendes Balkendiagramm veranschaulicht die verschiedenen Indexwerte der einzelnen Politiker nochmals auf einen Blick:



**Diagramm 13: Indexwerte Emotionalisierungsniveau der Politiker**

Die Forschungsfrage kann demnach mit folgender Hypothese beantwortet werden:

**H 3.a: HC Strache weist den höchsten Indexwert beim Emotionalisierungsniveau auf und Werner Faymann den niedrigsten.**

### **7.3. Übersicht FF und dazugehörige Hypothesen**

#### **1. FF: Unterscheiden sich Politiker der Regierungsparteien im Hinblick auf den VOI von den Oppositionspolitikern? Wenn ja, wer kommuniziert verständigungsorientierter auf Facebook?**

H 1.1: Die Politiker der Opposition weisen einen signifikant höheren VOI-Wert auf als die Politiker der Regierung.

H 1.2: Die Politiker der Opposition weisen ein signifikant höheres Begründungsniveau auf als die Politiker der Regierung.

H 1.3: Die Politiker der Opposition unterscheiden sich im Ausmaß der Lösungsorientierung nicht signifikant von den Politikern der Regierung.

H 1.4: Die Politiker der Regierung unterscheiden sich bei der Dimension Respektmaß nicht signifikant von den Oppositionspolitikern.

H 1.5: Die Politiker der Opposition weisen ein signifikant höheres Ausmaß bei der Zweifelartikulation auf als die Politiker der Regierung.

#### **1.a FF: Welcher Politiker weist den höchsten Indexwert bei der Dimension Begründungsniveau auf? Welcher den niedrigsten?**

H 1a: Eva Glawischnig weist den höchsten Indexwert bei der Dimension Begründung auf und Sebastian Kurz den niedrigsten.

#### **1.b FF: Welcher Politiker weist den höchsten Indexwert bei der Dimension Lösungsorientierung auf? Welcher den niedrigsten?**

H 1b: Matthias Strolz weist den höchsten Indexwert bei der Dimension Lösung auf und HC Strache den niedrigsten.

**1.c FF: Welcher Politiker weist den höchsten Indexwert bei der Dimension Respektmaß auf? Welcher den niedrigsten?**

H 1c: Matthias Strolz weist den höchsten Indexwert bei der Dimension Respekt auf und HC Strache den niedrigsten.

**1.d FF: Welcher Politiker weist den höchsten Indexwert bei der Dimension Zweifelartikulation auf? Welcher den niedrigsten?**

H 1d: Matthias Strolz weist den höchsten Indexwert bei der Dimension Zweifel auf und Werner Faymann sowie Sebastian Kurz den niedrigsten.

**2. FF: Wirkt sich die Verständigungsorientierung als Qualitätsmerkmal auf die Anzahl der Likes/Shares/Kommentare aus? Wenn ja, wie?**

H 2: Der VOI wirkt sich nicht auf die Anzahl der Likes, Shares bzw. Kommentare aus.

H 2.1: Die Variablen Likes, Shares und Kommentare korrelieren signifikant positiv miteinander.

**2.a FF: Welche Dimensionen des VOI sind bei Beiträgen mit den meisten Likes/Shares/Kommentaren am stärksten ausgeprägt?**

H 2.a: Wenn die Dimension Begründungsniveau hoch ist, dann ist auch die Anzahl der Kommentare hoch.

H 2.a.a: Wenn die Dimension Begründungsniveau hoch ist, dann ist auch die Dimension Zweifelartikulation hoch.

H 2.a.b: Wenn die Dimension Zweifelartikulation hoch ist, dann ist auch die Dimension Lösungsorientierung hoch.

**2.b FF: Wirkt sich der Emotionalisierungsgrad auf die Anzahl der Likes/Shares/Kommentare aus? Wenn ja, wie?**

H 2.b: Wenn das Emotionalisierungsniveau hoch ist, dann ist auch die Anzahl der Likes, Shares und Kommentare hoch.

**3. FF: Unterscheiden sich Politiker der Regierungsparteien im Hinblick auf das Emotionalisierungsniveau von den Oppositionspolitikern? Wenn ja, wer emotionalisiert stärker auf Facebook?**

H 3.1: Die Politiker der Opposition weisen ein signifikant höheres Ausmaß beim Emotionalisierungsniveau auf als die Politiker der Regierung.

**3.a FF: Welcher Politiker weist den höchsten Emotionalisierungsgrad auf? Welcher den niedrigsten?**

H 3.a: HC Strache weist den höchsten Indexwert beim Emotionalisierungsniveau auf und Werner Faymann den niedrigsten.

## **8. Resümee und Ausblick**

Betrachtet man abschließend erneut die forschungsleitende Fragestellung „**Wie verständigungsorientiert kommunizieren österreichische Politiker auf Facebook?**“, so lässt sich eindeutig festhalten, dass Politiker der Opposition generell verständigungsorientierter im sozialen Netzwerk kommunizieren als die Regierungspolitiker. Vor allem bei den Qualitätsdimensionen Begründungsniveau sowie Zweifelartikulation unterscheidet sich das Ausmaß der Opposition signifikant von jenem der Regierung. Auch bei den anderen beiden Dimensionen Lösungsorientierung und Respektmaß liegen die Oppositionspolitiker vor jenen der Regierung, wenn auch nur knapp und mit keiner signifikant höheren Differenz im Indexwert. Dieses Ergebnis könnte bei manchen zu einiger Überraschung führen, da grundsätzlich vielleicht die Annahme vertreten wird, dass die Regierungspolitiker qualitäts- bzw. verständigungsorientierter mit den Bürgern kommunizieren als ihre Kollegen in der Opposition. Fakt ist jedoch, dass die untersuchten politischen Akteure der Opposition gemeinsam im Sinne des Verständigungsorientierungsindex (VOI) ihrer demokratischen Verpflichtung auf Facebook gerechter werden, als die beiden Regierungspolitiker. Die Lösungsorientierung sowie die Zweifelartikulation sind generell die zwei am wenigsten ausgeschöpften Qualitätsdimensionen und sind folglich eher selten Inhalt von politischen Beiträgen auf Facebook. Interessant ist hier, dass die beiden Regierungspolitiker Faymann und Kurz ihren Rollen als „Diskursanwälte“ überhaupt nicht nachgekommen sind. In keinem einzigen ihrer analysierten Postings wurden Positionen bzw. Akteure kritisch betrachtet oder in Zweifel gestellt. Dies sind jedoch wichtige „Kontrollmaßnahmen“ in einer demokratischen Gesellschaft und folglich ist das auch ein eher bedenkliches Ergebnis für die beiden Regierungspolitiker. Gründe hierfür könnte die übliche Rollenverteilung der Regierung als „politische Anführer“ und jener der Opposition als „Kontrollinstanz bzw. Aufdecker von Missständen“ sein. Das Finden von Antworten für diese Problemstellung könnte durchaus Anreiz für weiterführende empirische Forschungen zu dieser Thematik sein.

Blickt man nun auf die einzelnen Indexwerte der fünf untersuchten Politiker, so weist Matthias Strolz von den NEOS den höchsten Wert beim VOI auf und kommuniziert somit am qualitätsvollsten im Sinne der Verständigungsorientierung auf Facebook. Auf Platz zwei liegt HC Strache, gefolgt von Eva Glawischnig auf Platz drei. Am schlechtesten schneiden die beiden Regierungspolitiker ab, mit Bundeskanzler Werner Faymann auf Platz vier und Außenminister Sebastian Kurz als Schlusslicht auf Platz fünf. Die Werte der einzelnen Akteure unterscheiden sich bei allen Dimensionen bis auf eine Ausnahme signifikant voneinander. Aus der Reihe tanzt hier der Indikator Lösungsorientierung, der insgesamt den niedrigsten Indexwert aufweist und bei welchem sich die Politiker in der Ausschöpfung nur gering differenzieren. Weiters liegt Strolz bis auf eine Ausnahme bei allen Dimensionen auf dem ersten Platz, lediglich bei der Begründungsorientierung ist er auf Platz zwei hinter Glawischnig.

Interessant ist auch, dass das Ausmaß des VOI keinen Einfluss auf die Reaktion des Publikums, also auf die Anzahl der Likes, Shares sowie Kommentare hat. Stattdessen zeigt sich jedoch, dass die drei Variablen untereinander positiv korrelieren. Das bedeutet, wenn die Anzahl der Likes eines Beitrags hoch ist, dann wird auch viel kommentiert sowie geteilt und vice versa. Außerdem scheint die Begründung einer Position bzw. Aussage die Anschlusskommunikation in Form von Kommentaren positiv zu beeinflussen. Weiters wurde auch die eventuelle Emotionalisierung in den Politikerpostings überprüft und analysiert. Dabei zeigte sich deutlich, dass ein hohes Emotionalisierungsniveau mit einer hohen Anzahl an Likes, Shares sowie Kommentaren einhergeht. Dies begründet wohl auch die Tatsache, dass Strache durchschnittlich die meisten Likes, Shares sowie Kommentare zu seinen Beiträgen auf Facebook erhält. Er ist nämlich auch derjenige, welcher mit Abstand den höchsten Indexwert bei der Emotionalisierung aufweist. Generell emotionalisieren die Politiker der Opposition in ihren Postings stärker als die Regierungspolitiker.

Zusammengefasst handelt es sich bei der Problemstellung dieser Forschungsarbeit um ein sehr interessantes und aktuelles Thema, welches bei Weitem noch nicht ausreichend durch empirische Forschung ergründet wurde. Viele verschiedene Aspekte der politischen Kommunikation in sozialen Netzwerken liegen noch

immer im Dunkeln und warten darauf beleuchtet bzw. untersucht zu werden. Die Relevanz dieser Thematik ist ohne Zweifel eine hohe, für die Gesellschaft ebenso wie für die Wissenschaft, gerade in einer demokratischen Gemeinschaft, die sich auch als Mediengesellschaft definiert und in welcher sich heutzutage viele Menschen über soziale Plattformen wie Facebook politisch informieren bzw. untereinander austauschen und diskutieren. Es wäre deshalb durchaus im Sinne der Erhaltung unserer Demokratie, den vielen Facetten der politischen Kommunikation im Web 2.0 mehr Beachtung zu schenken und sie wissenschaftlich bzw. empirisch zu erforschen. Denn so hoch das Potential des Social Webs für Information und politische Bildung der Bürger auch sein mag, ebenso hoch ist auch seine Gefahr durch (bewusste) Verbreitung von Fehlinformationen sowie Instrumentalisierung durch politische Akteure (Stichwort: Asylpolitik) maßgeblich an dem Ende einer offenen, toleranten sowie demokratischen Gesellschaft beteiligt zu sein.

## **9. Verzeichnisse**

### **9.1. Literaturverzeichnis**

Atteslander, Peter (2006): Methoden der empirischen Sozialforschung. 11. Aufl.  
Berlin: Erich Schmidt Verlag.

Bernhard, Uli (2012): Infotainment in der Zeitung. Der Einfluss  
unterhaltungsorientierter Gestaltungsmittel auf die Wahrnehmung und  
Verarbeitung politischer Informationen. Baden-Baden: Nomos Verlag.

Brauer Gernot (1995): Aus der Sicht eines Anwenders. Anmerkungen zu Roland  
Burkarts Modell verständigungsorientierter Öffentlichkeitsarbeit. In:  
Bentele, Günter/Liebert, Tobias (Hg.): Verständigungsorientierte  
Öffentlichkeitsarbeit. Darstellung und Diskussion des Ansatzes von Roland  
Burkart. Reihe: Leipziger Skripten für Public Relations und  
Kommunikationsmanagement Nr.1. Leipzig: Zentrale Vervielfältigungsstelle  
der Universität Leipzig. S. 28-30.

Bräuer, Marco/Seifert, Markus/Wolling, Jens (2008): Politische Kommunikation  
2.0 – Grundlagen und empirische Ergebnisse zur Nutzung neuer  
Partizipationsformen im Internet. In: Zerfaß, Ansgar/Welker,  
Martin/Schmidt, Jan (Hg.): Kommunikation, Partizipation und Wirkungen  
im Social Web. Band 2. Strategien und Anwendungen: Perspektiven für  
Wirtschaft, Politik und Publizistik. Köln: Herbert von Harlem Verlag. S. 188-  
209.

Brosius, Felix (2012): SPSS 20 für Dummies. Statistische Daten clever analysieren.  
Weinheim: WILEY-VCH Verlag GmbH & Co. KGaA.

Burkart, Roland (1995): Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit – ein  
kommunikationstheoretisch fundiertes Konzept für die PR-Praxis. In:  
Bentele, Günter/Liebert, Tobias (Hg.): Verständigungsorientierte

Öffentlichkeitsarbeit. Darstellung und Diskussion des Ansatzes von Roland Burkart. Reihe: Leipziger Skripten für Public Relations und Kommunikationsmanagement Nr.1. Leipzig: Zentrale Vervielfältigungsstelle der Universität Leipzig. S. 7-27.

Burkart, Roland (2002): Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umrisse einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. 4. Aufl. Wien, Köln, Weimar: Böhlau Verlag.

Burkart, Roland/Rußmann, Uta (2010a): Qualität des öffentlichen politischen Diskurses in der österreichischen Wahlkampfkommunikation. Codebuch: Codieranweisungen und Codierschema (FWF-Projekt 21147-G14). Wien: Universität Wien.

Burkart, Roland/Rußmann, Uta/Grimm, Jürgen (2010b): Wie verständigungsorientiert ist Journalismus? Ein Qualitätsindex am Beispiel der Berichterstattung über Europa im Österreichischen Nationalratswahlkampf 2008. In: Pöttker, Horst/Schwarzenegger, Christian (Hg.): Europäische Öffentlichkeit und journalistische Verantwortung. Journalismus International 06. Köln: Herbert von Harlem Verlag. S. 256-281.

Burkart, Roland/Lang, Alfred (2014): Die Theorie des kommunikativen Handelns von Jürgen Habermas - Eine kommentierte Textcollage. In: Burkart, Roland/Hömberg, Walter (Hg.): Kommunikationstheorien. Ein Textbuch zur Einführung. 7. Aufl. Wien: New academic press. S. 42-71.

Dorer, Johanna/Marschik, Matthias (1995): Whose Side are You on? Anmerkungen zu Roland Burkarts Konzept einer verständigungsorientierten Öffentlichkeitsarbeit. In: Bentele, Günter/Liebert, Tobias (Hg.): Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit. Darstellung und Diskussion des Ansatzes von Roland Burkart. Reihe: Leipziger Skripten für Public Relations und Kommunikationsmanagement Nr.1. Leipzig: Zentrale Vervielfältigungsstelle der Universität Leipzig. S. 31-37.

Früh, Werner (2011): Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis. 7. Aufl. Konstanz und München: UVK Verlagsgesellschaft mbH.

Grimm, Jürgen (2009): Messung journalistischer Qualität in Konfliktkommunikationen am Beispiel der Nationalratswahlen 2008 in Österreich. VOI – Definitionen, Berechnungsweise, Auswertung. Uni Wien: Methodenforum, MZ-Working Paper.

Habermas, Jürgen (1981): Theorie des kommunikativen Handelns. Band 1. Handlungs rationalität und gesellschaftliche Rationalisierung. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.

Habermas, Jürgen (1990): Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft. Mit einem Vorwort zur Neuaufage 1990. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.

Heigl, Andrea/Hacker, Philipp (2010): Politik 2.0. Demokratie im Netz. Wien: Czernin Verlag.

Jarren, Otfried/Donges, Patrick (2011): Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft. Eine Einführung. 3. überarb. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Liebert, Tobias (1995): Sind PR „kommunikatives Handeln“ nach Habermas? Anmerkungen zu Roland Burkarts Konzept einer verständigungsorientierten Öffentlichkeitsarbeit. In: Bentele, Günter/Liebert, Tobias (Hg.): Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit. Darstellung und Diskussion des Ansatzes von Roland Burkart. Reihe: Leipziger Skripten für Public Relations und Kommunikationsmanagement Nr.1. Leipzig: Zentrale Vervielfältigungsstelle der Universität Leipzig. S. 38-42.

Plasser, Fritz (2004): Politische Kommunikation in medienzentrierten

Demokratien: Einleitung. In: Plasser, Fritz (Hg.): Politische Kommunikation in Österreich. Ein praxisnahes Handbuch. Wien: Facultas Verlag. S. 21-36.

Rössler, Patrick (2005): Inhaltsanalyse. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.

Rußmann, Uta (2010): Wirkungen der Onlinenutzung auf die persönliche Themenagenda und die politische Diskussion in sozialen Netzwerken. In: Wolling, Jens/Seifert, Markus/Emmer, Martin (Hg.): Politik 2.0? Die Wirkung computervermittelter Kommunikation auf den politischen Prozess. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft/Edition Reinhard Fischer. S. 169-186.

Sarcinelli, Ulrich (2011): Politische Kommunikation in Deutschland. Medien und Politikvermittlung im demokratischen System. 3. überarb. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Saxer, Ulrich (1998): System, Systemwandel und politische Kommunikation. In: Jarren, Otfried/Sarcinelli, Ulrich/Saxer, Ulrich (Hg.): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikonteil. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S. 21-64.

Schulz, Winfried (2008): Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung. 2. überarb. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Witte, Barbara/ Rautenberg, Kirsten/Auer, Claudia (2010): Marketing statt Mitmach-Netz? Web 2.0-Nutzung von Bremer Parteien und Medien. In: Wolling, Jens/Seifert, Markus/Emmer, Martin (Hg.): Politik 2.0? Die Wirkung computervermittelter Kommunikation auf den politischen Prozess. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft/Edition Reinhard Fischer. S. 241-260.

Wittwen, Andreas (1995): Infotainment. Fernsehnachrichten zwischen Information und Unterhaltung. Bern, Wien: Peter Lang Verlag.

Wolling, Jens/Schmolinsky, Anja/Emmer, Martin (2010): Politiker vernetzt: Wie und warum sich Landtagsabgeordnete online präsentieren. In: Wolling, Jens/Seifert, Markus/Emmer, Martin (Hg.): Politik 2.0? Die Wirkung computervermittelter Kommunikation auf den politischen Prozess. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft/Edition Reinhard Fischer. S. 59-83.

## **Internetquellen:**

*Onlinequelle 1:* <http://newsroom.fb.com/company-info> (abgerufen am 01.06.15)

*Onlinequelle 2:* <http://socialmediaradar.at/facebook> (abgerufen am 01.06.15)

*Onlinequelle 3:* <http://www.duden.de/zitieren/10047649/1.6> (abger. 11.06.15)

*Onlinequelle 4:* [http://de.wikipedia.org/wiki/Web\\_2.0](http://de.wikipedia.org/wiki/Web_2.0) (abgerufen am 11.06.15)

*Onlinequ. 5:* [http://en.wikipedia.org/wiki/History\\_of\\_Facebook#Thefacebook.com](http://en.wikipedia.org/wiki/History_of_Facebook#Thefacebook.com)  
(abgerufen am 11.06.15)

*Onlinequelle 6:* <http://investor.fb.com/releasedetail.cfm?ReleaseID=908022>  
(abgerufen am 14.06.15)

*Onlinequelle 7:* <http://www.alexa.com/topsites> (abgerufen am 14.06.15)

## **9.2. Abbildungsverzeichnis**

Abbildung 1: Handlungstypen nach Habermas (ebd. 1981: 384)	13
Abbildung 2: Ziele der VÖA (Burkart 1995: 14)	22
Abbildung 3: Vier Phasen der VÖA (Burkart 1995: 19)	23
Abbildung 4: Verhältnis von Politik und Medien (Sarcinelli 2011: 125)	37
Abbildung 5: Entscheidungs- vs. Darstellungspolitik (Sarcinelli 2011: 133)	39

### **9.3. Diagrammverzeichnis**

Diagramm 1: Anzahl Postings der Politiker (in %)	70
Diagramm 2: Verlinkung der Beiträge	71
Diagramm 3: Mittelwerte Kommentare/Likes/Shares der Politiker	72
Diagramm 4: VOI politische Akteure	74
Diagramm 5: Indexwert-Begründung der Politiker	82
Diagramm 6: Mittelwert Begründungsniveaus der Politiker	83
Diagramm 7: Indexwerte Lösungsorientierung der Politiker	85
Diagramm 8: Mittelwert Lösungsniveaus der Politiker	86
Diagramm 9: Indexwerte Respektmaß der Politiker	87
Diagramm 10: Mittelwert Respektbewertungen der Politiker	88
Diagramm 11: Indexwerte Zweifelartikulation der Politiker	89
Diagramm 12: Mittelwert geäußerte Zweifeltypen der Politiker	91
Diagramm 13: Indexwerte Emotionalisierungsniveau der Politiker	96

### **9.4. Tabellenverzeichnis**

Tabelle 1: Ergebnisse Intracoder-Reliabilität	68
Tabelle 2: VOI-Gesamt österreichische Politiker	73
Tabelle 3: Verarbeitete Fälle VOI	74
Tabelle 4: Übersicht VOI Politiker, Regierung und Opposition (T-Test)	77
Tabelle 5: Übersicht VOI Politiker mit Varianzanalyse (F-Test)	80-81
Tabelle 6: Übersicht Emotion Politiker, Regierung und Opposition (T-Test)	95



## **10. Abstract**

Im Fokus dieser Magisterarbeit liegt die Frage nach der Qualität im Sinne der Verständigungsorientierung von Politikerbeiträgen auf der sozialen Plattform Facebook. Immer mehr Menschen surfen täglich im Internet, ein Großteil bewegt sich dabei vor allem im „Social Web“. Mit eigener Internetpräsenz auf Facebook können politische Akteure direkt und ungefiltert bestimmte Agenden im Publikum platzieren und sich und ihre Standpunkte kontrolliert präsentieren. Der übliche Filterprozess durch Medien und sogenannte „Gatekeeper“ (Journalisten) wird somit gänzlich umgangen bzw. ausgeschalten. Bisher haben sich jedoch keine empirischen Studien mit der Frage nach der Qualität dieser speziellen Art der politischen Kommunikation näher auseinandergesetzt. Diese Forschungslücke soll durch vorliegende Arbeit geschlossen werden. Untersuchungsgegenstand sind folglich die Facebook-Beiträge von Werner Faymann (SPÖ), Sebastian Kurz (ÖVP), HC Strache (FPÖ), Eva Glawischnig (Die Grünen) sowie Matthias Strolz (NEOS).

Das Forschungsdesign dieser Arbeit stützt sich auf das Konzept der Verständigungsorientierung nach Burkart, sowie auf die Operationalisierung des Verständigungsorientierungsindex (VOI) nach Burkart, Rußmann und Grimm. Die Verständigungsorientierung setzt sich demnach aus vier Subdimensionen bzw. Qualitätsindikatoren zusammen, nämlich Begründung, Lösung, Respekt sowie Zweifel. Die forschungsleitende Fragestellung lautet: Wie verständigungsorientiert kommunizieren österreichische Politiker auf Facebook? Weiters orientiert sich das Forschungsinteresse unter anderem an folgenden Forschungsfragen: Unterscheiden sich Politiker der Regierungsparteien im Hinblick auf den VOI von den Oppositionspolitikern? Welcher Politiker kommuniziert am verständigungsorientiertesten? Wirkt sich die Verständigungsorientierung als Qualitätsmerkmal auf die Anzahl der Likes, Shares oder Kommentare aus? Welche Dimensionen des VOI sind bei Beiträgen mit den meisten Likes, Shares, Kommentaren am stärksten ausgeprägt?

Mittels Inhaltsanalyse wurden die Beiträge der Politiker auf ihre Verständigungsorientierung überprüft. Die Erhebung dauerte acht Wochen, die

Daten wurden mittels SPSS gesammelt und ausgewertet. Es zeigte sich, dass sich die Verständigungsorientierung der Regierungspolitiker von jener der Opposition signifikant unterscheidet. Im Klartext weisen die Oppositionspolitiker einen höheren VOI-Wert auf als die Politiker der Regierung und kommunizieren somit qualitäts- bzw. verständigungsorientierter. Auch bei den einzelnen Qualitätsdimensionen liegen die Oppositionspolitiker mit höheren Indexwerten vor ihren Kollegen aus der Regierung. Blickt man auf die Ergebnisse der einzelnen Akteure, dann kommuniziert Matthias Strolz (NEOS) am verständigungsorientiertesten auf Facebook. Der niedrigste VOI-Gesamtwert wird von Sebastian Kurz (ÖVP) erreicht, er kommuniziert somit am wenigsten qualitätsorientiert. Weiters wirkt sich der VOI nicht auf die Anzahl der Shares, Likes und Kommentare aus, jedoch korrelieren die drei Variablen positiv untereinander. Bei der Frage nach der Auswirkung der Dimensionswerte auf die Anzahl der Likes, Shares und Kommentare, konnte lediglich ein positiver Zusammenhang des Begründungsniveaus mit der Anzahl der Kommentare nachgewiesen werden.

## **English Abstract**

This master thesis deals with the quality of political communication on the social media platform facebook. Nowadays millions of people use facebook on a daily basis not only for mere entertainment but also to inform themselves about latest news as well as politics. For this reason the social network is getting more and more interesting for numerous political actors. The majority of Austrian politicians run their own facebook page with the benefit of transferring their issues and positions unfiltered and directly to the public. Accordingly, this thesis aims to analyse the quality in terms of consensus-oriented communication of five Austrian politicians on facebook. In order to achieve this aim a content analysis was conducted in which posts by Werner Faymann, Sebastian Kurz, HC Strache, Eva Glawischnig and Matthias Strolz were the objects of the analysis. Consensus-oriented communication was therefore divided into its following dimensions reasoning, solution, respect and doubt. The collected data was transferred into the statistic program SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) and afterwards evaluated. In the end the results of all politicians were compared and interpreted. In summary it can be stated that political actors of the opposition parties communicate significantly more consensus-oriented than politicians of the leading political parties. Furthermore, the results show that Strolz communicates the most quality-oriented with users on facebook and Kurz the least. In addition, no correlation could be found between consensus-oriented posts and the amount of likes, comments or shares. However, a positive correlation between these three variables could be determined. To conclude, this research shows that there are many different aspects of political communication in social media that request more examination by further scientific studies.

## **11. Anhang**

### **Übersicht:**

**A Lebenslauf**

**B Codebuch**

**C SPSS Output-Tabellen**

## A Lebenslauf

**Name:** Sylvia Hödlmoser  
**Geburtsdatum:** 02.03.1985

### Hochschulausbildung:

Oktober 2011 – Oktober 2015	<b>Magisterstudium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft</b> , Uni Wien Wahlfachschwerpunkte: Psychologie, PKW
Oktober 2007 – Juni 2011	<b>Bakkalaureatsstudium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft</b> , Uni Wien <b>Abschluss mit Titel „Bakk. phil.“</b> Praxisfelder: Werbung, PR, Öffentlichkeitsarbeit Wahlfachschwerpunkte: Psychologie und BWL
Oktober 2004 – Juni 2007	<b>Diplomstudium Anglistik und Amerikanistik</b> , Karl-Franzens-Uni Graz

### Berufserfahrung:

10/2014 – heute	<b>SEM Koordinator</b> , dotkind.at
05/2014 – 06/2014	<b>Praktikum Presseabteilung</b> , Wiener Linien
12/2013 – 04/2014	<b>Praktikum Onlineshop</b> , Peek & Cloppenburg
10/2013 – 11/ 2013	<b>Assistentin</b> , Werbeagentur Silberball

## B Codebuch

Vorbildgebend für das vorliegende Codebuch ist jenes von Roland Burkart und Uta Rußmann, welches für das Forschungsprojekt „Qualität des öffentlichen politischen Diskurses in der österreichischen Wahlkampfkommunikation“ (Burkart/Rußmann: 2010a) entwickelt wurde. Folglich soll hier explizit darauf hingewiesen werden, dass dieses Codebuch zu großen Teilen Überschneidungen mit jenem von Burkart und Rußmann aufweist. Um eine bessere Übersichtlichkeit zu schaffen, wurde deshalb auf indirekte Zitierungsangaben großteils verzichtet.

### 1. Analyseeinheit

Analyseeinheiten sind die einzelnen Facebook-Postings der untersuchten politischen Akteure. In die Analyse aufgenommen werden dabei textliche Mitteilungen, die länger als ein Wort oder ein Symbol sind und zumindest aus Subjekt, Prädikat und Objekt bestehen und eine Position bzw. Meinung über eine bestimmte Thematik wiedergeben. Wichtig ist, dass es sich dabei um die eigene Meinung des Kommunikators handelt und nicht etwa um eine bloße Wiedergabe oder Zitation eines Fremdkommentars. Die Analyseeinheiten werden folglich nach ihren formalen bzw. inhaltlichen Komponenten aufgeteilt und mithilfe dieses Codebuchs systematisch analysiert.

Sollte dem Beitrag außerdem ein Link angehängt sein, so wird dies ebenfalls vermerkt. Auch die Art der Verlinkung (Artikel, Bild, Video, Plakat etc.) wird in der Codierung festgehalten, der Inhalt ist jedoch nicht Teil der Erhebung und wird folglich auch nicht in die Analyse aufgenommen.

Wichtig für die Analyse ist, dass es sich dabei um Sinneinheiten handelt, da sie einer Codiereinheit entsprechen. Als Sinneinheiten bzw. Bedeutungseinheiten definieren Burkart und Rußmann (2010a: 15) „zusammenhängende Textpassagen, in denen zu ein und demselben Analysegegenstand etwas ausgesagt wird. Dies können (...) mehrere Sätze (...) sein – relevant ist, dass das Subjekt der Aussage identisch ist“.

## **2. Formale Kategorien (V0xx)**

**V001\_ID-Posting:** fortlaufende Nummerierung der FB-Postings

**V002\_Datum der Veröffentlichung:** tt.mm.jjjj

**V003\_Kommunikator des Postings:**

- 01 Werner Faymann (SPÖ)
- 02 Sebastian Kurz (ÖVP)
- 03 HC Strache (FPÖ)
- 04 Eva Glawischnig (Grüne)
- 05 Matthias Strolz (NEOS)

**V004\_Parteizugehörigkeit des Kommunikators:**

- 01 SPÖ
- 02 ÖVP
- 03 FPÖ
- 04 Grüne
- 05 NEOS

**V005\_Geschlecht des Kommunikators:**

- 01 männlich
- 02 weiblich

**V006\_Wortanzahl des Posting:**

Anzahl der Wörter ohne Leer- und Satzzeichen, außer Letztere stehen für ein Wort (z.B.: &). Ein Datum wird als eine Einheit gezählt (also eins), genauso wie Zahlen und Webseitenadressen nur als Einheit gezählt werden.

**V007\_Posting mit Verlinkung:**

- 00 Kein Link vorhanden
- 01 Artikel, Text
- 02 Bild, Foto
- 03 Video
- 04 (Wahl)Plakat
- 05 Cartoon
- 06 Webseite
- 07 Sonstiges

**V008\_Anzahl Kommentare des Postings:** genaue Anzahl in Ziffern

**V009\_Anzahl Likes des Postings:** genaue Anzahl in Ziffern

**V010\_Anzahl Shares des Postings:** genaue Anzahl in Ziffern

**3. Inhaltliche Kategorien (V1xx)**

**V101\_Zentrales Thema (Politikfeld) des Postings:**

Das zentrale Thema bzw. Politikfeld jedes Postings wird der Liste der Politikfelder im Anhang entnommen und hier eingetragen.

**V102\_Zentrale Position:**

Unter der Kategorie Position wird der Standpunkt des Politikers zum zentralen Thema (V101) des Beitrages bzw. Postings erfasst. „Dabei muss es sich stets um explizit geäußerte Standpunkte, Einstellungen, Meinungen zum Thema handeln“ (Burkart/Rußmann: 2010a). Für jedes Posting wird außerdem die zugehörige Position des Akteurs codiert, diese kann nicht nur für oder gegen das zentrale Thema sein, sondern auch keine oder beide Positionen beinhalten:

- 00      keine Position
- 01      pro zentrales Thema
- 02      contra zentrales Thema
- 03      Pro- und Contraposition
- 999     nicht codierbar (nicht eindeutig kategorisierbar)

### **3.1. Kategorien Diskursqualität (V2xx-V5xx)**

Die Indikatoren bzw. Kategorien für die Diskursqualität setzen sich aus Begründung, Lösungsvorschlag, Respekt sowie Zweifel zusammen. Sie können sich entweder für oder gegen die zentrale Position aussprechen und werden auch in beiden Fällen codiert. Weiters werden immer alle im Rahmen einer Position genannten Indikatoren in der Reihenfolge ihrer Nennung erfasst, jeweils jedoch maximal 3, für diese Arbeit. Wichtig ist dabei, dass sie sich auf zentrales Thema bzw. zentrale Position beziehen, ansonsten sind sie für diese Forschungsarbeit nicht relevant und werden folglich auch nicht codiert. Sollten sich Indikatoren innerhalb eines Beitrages wiederholen, so werden sie nur einmal codiert. Alle Diskursindikatoren bis auf Zweifel werden außerdem skaliert erfasst. Zweifel stellt hier eine Ausnahme dar, weil dieser Indikator ein Sonderfall ist und in vier verschiedenen Typen erhoben wird (Erklärung folgt weiter unten).

#### **3.1.1. Indikator Begründung (V2xx):**

Laut Burkart und Rußmann (2010a: 15f) besteht eine Begründung „in der Angabe von Gründen (Erklärungen)“ und „für die Bewertung von Positionen im Rahmen politischen Handelns sowie entsprechender Diskussionsgegenstände“. Auf die Frage nach dem „Warum“ einer Aussage bzw. einer Tat folgt stets als Antwort eine Begründung. Der Indikator Begründung wird codiert, wenn

- ein Akteur (A) seine eigene Position (AP) erklärt bzw. Gründe für sein Verhalten oder Standpunkt angibt.
- ein Akteur (A) die Position eines anderen Akteurs (BP) erklärt bzw. Gründe für das Verhalten bzw. den Standpunkt des anderen aus seiner Sicht angibt.  
Dies ist der Fall, wenn
  - ein Akteur (A) für die Position eines anderen Akteurs (BP) eintritt und dafür Gründe angibt. Oder, wenn
  - ein Akteur (A) gegen die Position eines anderen Akteurs (BP) auftritt und dies begründet. (Vgl. Burkart/Rußmann 2010: 15)

Weiters werden nur all jene Begründungen (max. 3) erfasst, welche sich auf die zentrale Position beziehen. Begründungen für Begründungen werden folglich nicht codiert.

### **V200\_Begründung Inhalt (1):**

Hier wird die begründende Aussage kurz und prägnant in Stichworten erfasst.

00      keine Begründung vorhanden:

In diesem Fall werden alle weiteren Variablen des Begründungsindikators mit 00 codiert.

### **V201\_Begründungsniveau (1):**

Für jede vorhandene Begründung (V200) der zentralen Position wird anschließend die Art der Begründung codiert:

01      pauschale Begründung:

Darunter werden allgemein gültige Begründungen verstanden, welche nicht näher konkretisierten Behauptungen entsprechen (Verweise aufs Gemeinwohl, soziale und gesellschaftliche Werte, Konsens der Demokratie etc.).

02 einfache Begründung:

Dies wird verstanden als Verweis auf einen konkreten Fakt, um seine geäußerte Position zu rechtfertigen.

03 spezifische Begründung:

Darunter werden alle Begründungen verstanden, die durch Angaben von Zahlen, Daten und Fakten und/oder Quellen sowie durch Verweise auf externe Experten gestützt werden (zB. Expertenmeinungen, Statistiken, Gesetzestexte).

999 nicht codierbar (=nicht kategorisierbar)

Alle weiteren Begründungen (max. 3) werden wie Begründung (1) (V200-V201) codiert:

**V202-V203\_Begründung (2)**

**V204- V205\_Begründung (3)**

### **3.1.2. Indikator Lösungsvorschlag (V3xx):**

Hier werden alle geäußerten Lösungsvorschläge (max. 3) in der Reihenfolge ihrer Nennung klassifiziert und codiert. Nicht codiert werden Lösungsvorschläge, die sich auf Lösungsvorschläge beziehen. Codiert wird wie folgt:

#### **V300\_Lösungsvorschlag Inhalt (1):**

Der Lösungsvorschlag wird hier kurz und prägnant in Stichworten erfasst.

00 kein Lösungsvorschlag vorhanden:

In diesem Fall werden alle weiteren Variablen des Indikators Lösungsvorschlag mit 00 codiert.

### **V301\_Niveau Lösungsvorschlag (1):**

01 vager Lösungsvorschlag:

Es werden Ideen zur Problembewältigung geäußert, jedoch ohne Zahlen, Daten bzw. Fakten zu nennen und ohne auf die Art der Umsetzung einzugehen.

02 konkreter Lösungsvorschlag:

Es werden konkrete Vorschläge für Maßnahmen gemacht, mit Hinblick auf Zahlen, Daten und Fakten. Oder es wird auf bereits eingeleitete Maßnahmen verwiesen (Bsp. Plan ist in Bearbeitung, beauftragt oder fertig; konkrete Arbeitsschritte etc.).

999 nicht codierbar

Alle weiteren Lösungsvorschläge (max. 3) werden wie Lösungsvorschlag (1) (V300-V301) codiert:

**V302-V303\_Lösungsvorschlag (2)**

**V304-V305\_Lösungsvorschlag (3)**

### **3.1.3. Indikator Respekt (V4xx):**

Hier werden alle explizit sowie implizit genannten Respektäußerungen (max. 3) codiert. Nach Burkart und Rußmann (2010a: 20) bringen respektvolle Äußerungen „Wertschätzung, Achtung (und Ehrerbietung) des Gegenübers und/oder seiner Position(en) zum Ausdruck, während in respektlosen Aussagen deutlich wird, dass man seinem Gegenüber und/oder dessen Position(en) Geringschätzung und Missachtung entgegenbringt“. Im Gegensatz zur Forschung von Burkart und Rußmann wird in dieser Forschungsarbeit jedoch nicht weiter zwischen Respekt bzw. Respektlosigkeit gegenüber anderen Akteuren und gegenüber den Positionen anderer Akteure differenziert. Es werden weiters auch

nur Äußerungen codiert, die sich auf Personen bzw. Positionen anderer Parteien beziehen, welche sich auf der Akteursliste dieser Analyse befinden.

Respekt oder Respektlosigkeit gegenüber Akteuren wird laut Burkart und Rußmann (2010a: 21) immer dann ausgedrückt, wenn einem Akteur gewisse Merkmale zugeschrieben werden, „in denen seine Wertschätzung, Achtung/Geringschätzung, Missachtung“ geäußert wird. Daneben zeigt sich Respekt oder Respektlosigkeit gegenüber Positionen, „wenn weniger (bis gar nicht) der Akteur, sondern seine Handlungen, Ideen, Forderungen, Gegenargumente etc. (...) im Mittelpunkt der Aussage stehen“ (ebd.: 21). Zu beachten ist hier außerdem, dass geäußerte Kritik NICHT automatisch als respektlos sowie geäußertes Lob NICHT automatisch als respektvoll codiert wird.

#### **V400\_Respekt gegenüber anderer Person/Position vorhanden:**

Zuallererst wird erfasst, ob im Beitrag ein Akteur einer anderen Partei oder die Position eines solchen Akteurs vorhanden ist:

00 Kein parteifremder Akteur bzw. keine solche Position vorhanden:

In diesem Fall wird **V401\_Respekt Inhalt** und **V403\_Respekt Akteur** mit 00 codiert. Die Variable **V402\_Respekt Bewertung** wird mit 02 (für kein Respekt vorhanden) bewertet. (Hier ist die Bewertung die einzige Ausnahme, bei welcher der Code 00 in der Analyse nicht für „nicht vorhanden“ stehen kann. Dies hat den Grund, da es bei der Bewertung von Respekt den Code 00 gibt, welcher für „explizit respektlos“ steht. Folglich kann hier bei fehlenden Daten nicht 00 eingetragen werden, wie es sonst bei der restlichen Analyse der Fall ist. Der Code 999 kann auch nicht als Wertung für „nicht vorhanden“ genommen werden, da dies sonst zu erheblichen Problemen bei der Errechnung des VOI führen würde.)

01 Zumindest ein parteifremder Akteur bzw. Position vorhanden

### **V401\_Respekt Inhalt (1):**

Hier wird die vorhandene Respektsäußerung kurz und prägnant in Stichworten eingetragen.

00      keine (explizite) Respektsäußerung vorhanden= impliziter Respekt:

In diesem Fall wird die erste Respekt Bewertung (1) mit Code 03 (alle weiteren Bewertungen des Falles mit 02) eingetragen und unter der Variable Respekt Akteur, falls vorhanden, der Akteur laut Liste codiert. Falls kein Akteur genannt wird, ist unter der Variable Akteur 00 zu codieren.

### **V402\_Respekt Bewertung (1):**

00      explizit respektlos:

Es wird eine abwertende Aussage gegenüber der Person/Position gemacht und Geringschätzung, Missachtung oder Ehrfurchtslosigkeit kommt zum Ausdruck.

02      kein Respekt vorhanden (Verzicht auf Respektlosigkeit):

Dies wird codiert, wenn keine gegnerische Person bzw. Position genannt wird.

03      impliziter Respekt:

Es werden weder explizit negative noch explizit positive Aussagen über die Person/Position gemacht.

04      explizit respektvoll:

Es wird eine positive Aussage gegenüber der Person/Position gemacht und Wertschätzung, Hochachtung oder Ehrfurcht kommt zum Ausdruck.

### **V403\_Respekt Akteur (1):**

Hier wird der Akteur laut angehängter Akteursliste erfasst, auf welchen sich die Respektsäußerung bezieht. Dies kann eine Person, aber auch eine politische Partei

sein. Handelt es sich um Personen, die nicht gesondert als Akteur aufgelistet sind, jedoch einer der aufgelisteten Parteien angehören, so wird die dazugehörige Partei codiert. Erfasst wird immer erstgenannter Akteur, außer wenn es sich um die Regierungsparteien SPÖ und ÖVP handelt, dann werden beide als Einheit codiert (11=Regierung).

00      kein Akteur vorhanden:

Dies ist zu codieren, wenn nicht explizit ein Akteur zur Respektsbekundung genannt wird.

Sollte es keine weiteren Respektsäußerungen geben, dann werden die Variablen Respekt Inhalt sowie Respekt Akteur mit 00 codiert. Die Variable Respekt Bewertung wird mit 02 codiert.

Alle weiteren Respektsäußerungen (max. 3) werden ansonsten wie Indikator Respekt (1) (V400-V403) codiert:

**V404-V406\_Respektsäußerung (2)**

**V407-V409\_Respektsäußerung (3)**

### **3.1.4. Indikator Zweifel (V5xx):**

In dieser Variablengruppe werden alle geäußerten Zweifel an Positionen, Handlungen oder Behauptungen anderer Akteure aufgelistet bzw. codiert (max. 3). Unterschieden wird hierbei zwischen vier verschiedenen Zweifeltypen, welche sich von Habermas' kommunikativen Geltungsansprüchen ableiten lassen:

Zweifel an der...

...Verständlichkeit

...Wahrheit (objektive Welt)

...Wahrhaftigkeit (subjektive Welt) sowie  
...Richtigkeit (soziale Welt).

Burkart und Rußmann (2010a: 27f) definieren Zweifel als „Äußerungen, welche die Gültigkeit eines dieser kommunikativen Ansprüche mit Blick auf den/die jeweiligen Kommunikationspartner in Frage stellen und damit zum Problem erheben“. Das heißt Zweifel können sich auf Personen bzw. Parteien, ihre Positionen, Behauptungen und auch auf genannte Fakten beziehen. Sollte es der Fall sein, dass zwar Zweifel an einer Position oder einem Faktum verlautbart werden, jedoch kein Akteur explizit dazu genannt wird, so wird der Zweifel codiert und unter der Akteursvariable der Code 00 eingetragen. Codiert werden die Zweifeltypen in der Reihenfolge ihrer Nennung, nicht codiert werden Wiederholungen von Zweifel. Es werden nur Zweifel erfasst, welche sich auf die zentralen Akteure oder ihre Parteien beziehen. Dies bedeutet, wenn es sich um eine politische Person handelt, dessen Name nicht auf der Liste ist, jedoch dessen Partei, so wird die Partei laut Akteursliste codiert.

#### **V500\_Zweifel Inhalt (1):**

Geäußerte Zweifel werden hier kurz und prägnant in Stichworten erfasst.

00      kein Zweifel vorhanden:

In diesem Fall werden alle weiteren Variablen des Zweifelindikators mit 00 codiert.

#### **V501\_Zweifeltyp (1):**

Für jeden genannten Zweifel (V500) wird anschließend der Typ des Zweifels folgendermaßen codiert:

01      Zweifel an der Verständlichkeit:

Dies zeigt sich dann, „wenn die Frage gestellt wird, ob die Aussage eines Akteurs so formuliert ist, dass sie für die Mitglieder der angesprochenen Teilöffentlichkeiten verstehtbar ist“ (Burkart/Rußmann 2010a: 28).

#### 02 Zweifel an der Wahrheit:

Treten auf, wenn angezweifelt wird, „ob die geäußerte Behauptung eines Akteurs über konkrete Sachverhalte (Vorfälle, Tatbestände, Situationen etc.) wirklich den Tatsachen entspricht“ (ebd.: 29).

#### 03 Zweifel an der Wahrhaftigkeit:

Erkennt man, „wenn die Vertrauenswürdigkeit eines Akteurs in Frage gestellt wird. Es wird ihm z.B. Unehrlichkeit unterstellt, eine Täuschungsabsicht zugeschrieben“ (ebd.: 29).

#### 04 Zweifel an der Richtigkeit:

Zeigen sich, „wenn die Legitimität (Rechtmäßigkeit, Angemessenheit) des Verhaltens/Handelns eines Akteurs in Frage gestellt wird“ (ebd.: 30). Argumentiert wird hier häufig mit sozialen Normen und gesellschaftlichen Werten. Codiert werden hier sowohl Zweifel, die sich auf Akteure beziehen, als auch Zweifel, die sich auf handlungsleitende Normen von Akteuren bzw. Parteien beziehen.

#### 999 nicht eindeutig kategorisierbar

### **V502\_Zweifel Akteur (1):**

Hier wird der Akteur laut Akteursliste codiert, auf welchen sich die Zweifel beziehen. Handelt es sich um zwei oder mehrere genannte Akteure, dann wird nur der erste codiert. Bezieht sich der Zweifel auf die Regierungsparteien SPÖ und ÖVP, so werden sie als Einheit (11) erfasst. Auch hier gilt: Ist der Akteur namentlich nicht auf der Liste, dann wird die dazugehörige Partei codiert, sofern es sich um eine der zentralen Parteien dieser Forschungsarbeit handelt (siehe Punkt Kommunikatoren).

00      kein Akteur vorhanden:

Dies ist zu codieren, wenn nicht explizit ein Akteur zum Zweifel genannt wird.

Alle weiteren genannten Zweifel (max. 3) werden wie Indikator Zweifel (1) (V500-V502) codiert:

**V503-V505\_Indikator Zweifel (2)**

**V506-V508\_Indikator Zweifel (3)**

### **3.2. Kategorie Emotionalisierung (V6xx)**

Hier wird der Emotionalisierungstyp, die Art der Darstellung sowie deren Ausprägung erfasst bzw. codiert. Differenziert wird hierbei zwischen 7 unterschiedlichen Emotionalisierungstypen. Es werden auch hier maximal 3 verschiedene Emotionalisierungen in der Reihenfolge ihrer Nennung codiert. Jede Emotionalisierung wird außerdem nur einmal codiert – hierbei muss es sich jedoch um dasselbe Emotionalisierungsobjekt handeln.

#### **V600\_Emotionalisierung Inhalt (1):**

Die auftretende Emotionalisierung wird hier kurz und prägnant in Stichworten erfasst.

00      keine Emotionalisierung vorhanden:

In diesem Fall werden alle restlichen Variablen des Indikators Emotionalisierung mit 00 codiert.

## **V601\_Emotionalisierungstyp (1):**

Nachfolgende Typen wurden von Jürgen Grimms Forschungsprojekt zum Thema Nachrichten aus dem Jahr 2006 großteils übernommen und für diese Arbeit leicht adaptiert:

- 01 Gefahr/Bedrohung
- 02 Gewalt/Krieg
- 03 Opfer/Schaden
- 04 Drama/Tragödie
- 05 (Natur)Katastrophe
- 06 Erfolg/Glück
- 07 emotionale Menschen
- 999 nicht kategorisierbar

## **V602\_Emotionsdarstellung (1):**

Es wird zwischen impliziter und expliziter Emotionsdarstellung unterschieden. Nach Bernhard (2012: 80-83) handelt es sich um eine explizite Emotionsdarstellung, wenn Gefühle bzw. menschliche Emotionen direkt zum Ausdruck kommen. Dies kann einerseits durch geschilderte Beobachtungen einer Situation oder Handlung geschehen und andererseits durch direkte Zitate von Betroffenen (Bsp. „Die Menschen sind verzweifelt“ oder „Ich bin wahnsinnig traurig/glücklich“).

Bei impliziten Emotionsdarstellungen „werden (...) Situationen oder Handlungen beschrieben, die lediglich auf affektive Reaktionen der betroffenen Personen schließen lassen“ (ebd. 2012:80f). Werden also Situation bzw. Handlungen derartig beschrieben, sodass gewisse Emotionen damit verbunden werden können, so entstehen beim Empfänger meist sogenannte Kommotionen. Dies bedeutet, dass sich die Rezipienten in die jeweilige Situation hineinversetzen und auch deren emotionale Reaktion nachvollziehen können - es entsteht zum Beispiel Mitleid für die Betroffenen. Beispiele hierfür wären Flüchtlinge in Auffanglagern,

Gewalt und Zerstörung in Kriegsgebieten oder soziale Ungerechtigkeiten bei Gesetzesänderungen (Vgl. ebd 2012:80f). Codiert wird wie folgt:

01 explizite Emotionsdarstellung:

Gefühle und Emotionen werden direkt thematisiert.

02 implizite Emotionsdarstellung:

Emotionale Reaktionen werden durch Beschreibung von Situationen bzw. Handlungen hervorgerufen.

999 nicht kategorisierbar

### **V603\_Emotionalisierungsniveau (1):**

Jeder erfasste Emotionalisierungstyp (V601) wird anschließend mit Hinblick auf den Ausprägungsgrad bewertet. Hierfür werden Wittwens (1995) **8 Aspekte sprachlicher Emotionalisierung** herangezogen (zit. nach Bernhard 2012: 87-88):

- **Affektischer Wortschatz** (Bsp. „Bodyguards teilten unter den Kritikern blutige Schläge aus“)
- **Umgangssprache** (Bsp. „Dass sein Volk die Nase voll hatte von seinem Regime, wusste Putin nicht“)
- **Superlativ** (Bsp. „Dies wird unser Land in denkbar stärkster Weise beeinflussen“)
- **Metapher** (Bsp. „SPÖ und Opposition reagierten mit einem Sturm der Entrüstung“)
- **Aufforderungs-, Ausruf- oder Fragesatz** (Bsp. „Es ist Zeit unsere Asylgesetze zu verschärfen!“)
- **Expressive Wortstellung** (Bsp. „Erschöpft, untermüht, am Rande des Zusammenbruchs – Expeditionsteam brach seine Mission vorzeitig ab“)
- **Kurzatmiger Satzbau** (Bsp. „Schwarz-Blau in Kärnten. Nicht ausgeschlossen.“)

- **Doppelpunkt Konstruktion** (Bsp. „Die Nachricht lautet: Klar sei keiner der Täter beim Tatort gewesen“) (Vgl. Bernhard 2012: 87-88)

Da es sich beim Analysematerial dieser Forschung um digitale Kommunikation handelt, bei welcher der Sender seine Gefühle bzw. Emotionen häufig auch mit sogenannten Emoticons ausdrückt bzw. unterstreicht, muss es hier eine Erweiterung um folgenden **9. Aspekt** geben:

- **Emoticons bzw. Emojis** (Bsp. ☺, ☹, <3, etc.)

Die Variable **V603\_Emotionalisierungsniveau** wird weiters nach folgender Ordinalskala codiert:

00      keine Emotionalisierung:

Dies wird codiert, wenn keine Emotionalisierung im Beitrag vorhanden ist.

01      schwache Emotionalisierung:

Dies wird codiert, wenn eines oder zwei dieser Merkmale im Analysetext vorkommen.

02      mittlere Emotionalisierung:

Dies ist der Fall, wenn drei bis fünf oben genannter Merkmale vorhanden sind.

03      starke Emotionalisierung:

Dies wird codiert, wenn sechs oder mehr Merkmale im Beitrag vorkommen.

Alle weiteren auftretenden Emotionalisierungen (max. 3) werden wie Indikator Emotionalisierung (1) (V600-V603) codiert:

**V604-V607\_Indikator Emotionalisierung (2)**

**V608-V611\_Indikator Emotionalisierung (3)**

#### **4. Liste Politikfelder/Policy-Themen (1000-9999)**

Diese Liste wurde dem Codebuch aus Burkarts und Rußmanns Forschungsprojekt zum Thema „Qualität des öffentlichen politischen Diskurs in der österreichischen Wahlkampfkommunikation“ entnommen (Vgl. Burkart/Rußmann 2010a: 33-35) und wurde um den ersten Themenkomplex *politisches System* für diese Arbeit erweitert.

#### **POLITISCHES SYSTEM**

- 0100 Demokratie
- 0110 Wahlrecht
- 0120 Wahlen (national sowie auf Bundesländerebene, Bsp. Gemeinderatswahlen)
- 0130 Wahlkampf
- 0140 Wahlerfolg
- 0150 Wahlniederlage
- 0160 Wahlbetrug
- 0200 Verfassung
- 0210 Staatsvertrag
- 0300 Volksabstimmung
- 0310 Volksbefragung, -begehren
- 0400 Parteiensystem
- 0410 Parteienfinanzierung
- 0420 Parlament (Nationalrat und Bundesrat)
- 0430 Regierung
- 0500 Nationalrat
- 0510 Nationalratswahl
- 0520 Nationalratssitzung
- 0600 Untersuchungsausschuss

## **INNENPOLITIK**

1000 Öffentliche Ordnung und Sicherheit

1100 Staatliche Verwaltung (Öffentlicher Dienst, Bürokratie, Effizienz der Verwaltung, Politiker- und Beamteneinkommen, Privilegien)

1200 Innere Sicherheit (Kriminalität, Verbrechensbekämpfung, Opferschutz)

1210 Polizei

1220 Terrorismus

1230 Immigration, Asylverfahren, Integration

1240 Grenzschutz

2000 Rechtpolitik

2100 Grundrechte (Menschenrechte, Gleichheitsrechte, Freiheitsrechte, soziale Rechte, Rechtsschutz)

2110 Gleichberechtigung (Geschlecht)

2120 Gleichberechtigung (sexuelle Orientierung)

2130 Schutz vor Diskriminierung (Alter)

2140 Schutz vor Diskriminierung (geistige und körperliche Behinderungen)

2150 Minderheitenschutz

2160 Asylrecht

2170 Datenschutz (*Achtung: Die Umsetzung des Datenschutzes ist unter 1100 Staatliche Verwaltung zu codieren*)

2180 Meinungsfreiheit

2190 Religionsfreiheit

2200 Gerichtswesen, Justiz

2300 Strafvollzug

2400 Umgang mit NS-Verbrechen

2410 Entnazifizierung

2420 NS-Wiederbetätigung

2430 Restitution

3000 Sozial- und Gesellschaftspolitik

3100 Armutspolitik

3200 Kinder- und Jugendpolitik (*Achtung:* Hier werden nur Themen codiert, von denen Kinder und Jugendliche unmittelbar betroffen sind (z.B. Kinderbeistand bei Scheidungsverfahren, Prävention von Jugendkriminalität). Themen wie Kindergeld und Gratis-Kindergarten werden unter *3500 Familienpolitik* codiert)

3300 Seniorenpolitik (einschließlich Pensionen)

3400 Frauenpolitik (einschließlich Fristenlosung - § 144)

3500 Familienpolitik

3600 Behindertenpolitik

3700 Pflegepolitik

3800 Gesundheitspolitik (einschließlich Lebensmittelkontrolle)

3900 Verbraucherschutz (einschl. Lebensmittelkennzeichnung) (*Achtung:* Lebensmittelkontrolle ist unter *3800 Gesundheitspolitik* zu codieren)

4000 Infrastrukturpolitik

4100 Verkehrspolitik (einschließlich Straßenbau)

4200 Städtebau und Raumordnung

4300 Wohnungsbau und Wohnsituation

4400 Post- und Fernmeldewesen, Informations- und Kommunikationstechnologien

4500 Energiepolitik

4510 Alternative und erneuerbare Energie

4520 Kernenergie

4600 Umwelt- und Klimapolitik

4610 Wasserpoltik

4620 Tierschutz

5000 Kultur-, Bildungs- und Forschungspolitik

5100 Kulturpolitik

5200 Bildungspolitik

5210 Schulen

5220 Universitäten

5300 Forschungspolitik

5400 Medienpolitik

5500 Sport und Freizeit

## **FINANZ-, WIRTSCHAFTS- UND ARBEITSPOLITIK**

6000 Finanzpolitik

6100 Haushalts- und Budgetpolitik

6200 Steuerpolitik

6300 Geld-, Währungs- und Zinspolitik (Inflation)

6400 Wirtschaftspolitik

6500 Wettbewerbs- und Preispolitik

6600 Unternehmenspolitik (Industrie, Handel, produzierendes Gewerbe, Dienstleistungssektor inkl. Fremdenverkehr)

6610 Verstaatlichte Unternehmen, Privatisierung

6700 Außenwirtschaft

6800 Regionalförderung

6850 Wirtschaftskriminalität      (*Achtung: Veruntreuung öffentlicher Gelder ist unter 1100 Staatliche Verwaltung zu codieren*)

6900 Agrar- und Forstwirtschaft (einschl. Gentechnik)

7000 Arbeitspolitik

7100 Beschäftigungspolitik (Arbeitsmarktsituation, Arbeitszeitverkürzung)

7200 Einkommens- und Lohnpolitik

7300 Arbeitsschutz, Arbeitsrecht

7400 Ausländische Arbeitnehmer

## AUSSEN- UND VERTEIDIGUNGSPOLITIK

8000 Außenpolitik

8100 Europapolitik

8110 Europäische Union *(Achtung:* Hier sind nur Beiträge zu codieren, die sich mit der europäischen Integration und einer gemeinsamen europäischen Verwaltung befassen. Themen aus anderen Politikfeldern sind, auch wenn sie in einen Zusammenhang mit der Europäischen Union stehen, unter den jeweiligen Politikfeldern zu codieren)

8120 Beziehungen zu westeuropäischen Staaten

8130 Beziehungen zu mittel- und ost- und europäischen Staaten (im weitesten Sinn)

8140 Beziehungen zu Russland

8200 Beziehungen zu den USA

8300 Beziehungen zu Staaten des Nahen Ostens

8400 Beziehungen zu anderen Staaten

8500 Beziehungen zu internationalen Organisationen (z.B. UNO) *(Achtung:* NATO ist unter 9200 Bündnispolitik zu codieren)

8600 Entwicklungsländerpolitik, Nord-/Südfragen

9000 Verteidigungspolitik

9100 Äußere Sicherheit (Militär)

9110 Wehrpflicht

9120 Zivildienst

9200 Bündnispolitik (z.B. Neutralität vs. NATO-Beitritt)

9300 Friedens- und Entspannungspolitik

9900 andere politische Themen

9990 Wetter und Naturkatastrophen

9999 andere unpolitische Themen

## **5. Akteursliste (01-12)**

- 01 Werner Faymann (SPÖ)
- 02 Sebastian Kurz (ÖVP)
- 03 HC Strache (FPÖ)
- 04 Eva Glawischnig (Grüne)
- 05 Matthias Strolz (NEOS)
- 06 SPÖ
- 07 ÖVP
- 08 FPÖ
- 09 Grüne
- 10 NEOS
- 11 Regierung (SPÖ+ÖVP)
- 12 Sonstige Gruppierungen

## C SPSS Output-Tabellen

### 1. Allgemeine deskriptive Statistik

#### Statistiken

Kommunikator Posting

N	Gültig	148
	Fehlend	0

#### Häufigkeiten Kommunikator Posting

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Werner Faymann, SPÖ	17	11,5	11,5	11,5
	Sebastian Kurz, ÖVP	28	18,9	18,9	30,4
	HC Strache, FPÖ	33	22,3	22,3	52,7
	Eva Glawischnig, Grüne	28	18,9	18,9	71,6
	Matthias Strolz, NEOS	42	28,4	28,4	100,0
	Gesamt	148	100,0	100,0	

#### Deskriptive Statistik: Umfang Postings

	N	Minimu m	Maximu m	Summe	Mittelwer t	Standardab weichung
Wortanzahl Posting	148	4	467	8003	54,07	67,280
Gültige Werte (Listenweise)	148					

## Bericht

### Wortanzahl Posting

Kommunikator Posting	Mittelwert	N	Standardab- weichung
Werner Faymann, SPÖ	27,76	17	12,342
Sebastian Kurz, ÖVP	28,89	28	9,370
HC Strache, FPÖ	77,42	33	119,434
Eva Glawischnig, Grüne	67,61	28	56,355
Matthias Strolz, NEOS	54,14	42	40,045
Insgesamt	54,07	148	67,280

### Häufigkeit Links zu Postings

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig				
kein Link	20	13,5	13,5	13,5
Artikel, Text	39	26,4	26,4	39,9
Bild, Foto	57	38,5	38,5	78,4
Video	19	12,8	12,8	91,2
(Wahl)Plakat	4	2,7	2,7	93,9
Webseite	6	4,1	4,1	98,0
Sonstiges	3	2,0	2,0	100,0
Gesamt	148	100,0	100,0	

### Bericht: Mittelwerte zu Kommentaren/Likes/Shares

Kommunikator Posting	Anzahl Kommentare	Anzahl Likes	Anzahl Shares	
Werner Faymann, SPÖ	Mittelwert N Standardabweichung	57,71 17 42,889	325,24 17 130,900	21,65 17 14,874
Sebastian Kurz, ÖVP	Mittelwert N Standardabweichung	43,68 28 25,936	803,43 28 493,759	39,54 28 31,561
HC Strache, FPÖ	Mittelwert N Standardabweichung	154,58 33 224,674	1669,91 33 1667,711	220,39 33 282,817
Eva Glawischnig, Grüne	Mittelwert N Standardabweichung	36,86 28 55,200	217,07 28 170,070	36,04 28 81,550
Matthias Strolz, NEOS	Mittelwert N Standardabweichung	20,12 42 36,332	178,71 42 219,915	17,36 42 33,594
Insgesamt	Mittelwert N Standardabweichung	62,04 148 121,867	653,49 148 1010,068	70,85 148 160,283

### Deskriptive Statistik (Kommentare/Likes/Shares)

	N	Minimun	Maximu	Summe	Mittelwert	Standardabweichung
Anzahl Kommentare	148	0	966	9182	62,04	121,867
Anzahl Likes	148	22	5801	96716	653,49	1010,068
Anzahl Shares	148	0	958	10486	70,85	160,283
Gültige Werte (Listenweise)	148					

## 2. VOI-Gesamt der politischen Akteure (Mittelwert)

**Verarbeitete Fälle**

	Fälle					
	Eingeschlossen		Ausgeschlossen		Insgesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
VOI * Kommunikator Posting	147	99,3%	1	0,7%	148	100,0%

**VOI österreichische Politiker**

Kommunikator Posting	Mittelwert	N	Standardabweic hung
Werner Faymann, SPÖ	20,5474	17	5,77402
Sebastian Kurz, ÖVP	19,7421	28	5,31040
HC Strache, FPÖ	27,2727	33	19,91787
Eva Glawischnig, Grüne	27,0089	28	10,26787
Matthias Strolz, NEOS	34,4851	41	19,28732
Insgesamt	27,0219	147	15,74602

## 3. Varianzanalysen bzw. F-Tests (VOI und Subdimensionen)

**ONEWAY deskriptive Statistiken**

VOI

	N	Mittel wert	Standar dabweic hung	Standar dfehler	95%- Konfidenzintervall für den Mittelwert	Min imum	Maxim um

					Untergr enze	Obergre nze		
Werner Faymann, SPÖ	17	20,54 74	5,77402	1,40041	17,5787	23,5161	12,50	34,03
Sebastian Kurz, ÖVP	28	19,74 21	5,31040	1,00357	17,6829	21,8012	12,50	37,50
HC Strache, FPÖ	33	27,27 27	19,9178 7	3,46726	20,2102	34,3353	11,11	107,64
Eva Glawischnig, Grüne	28	27,00 89	10,2678 7	1,94044	23,0275	30,9904	12,50	54,17
Matthias Strolz, NEOS	41	34,48 51	19,2873 2	3,01217	28,3973	40,5729	18,06	89,58
Gesamt	147	27,02 19	15,7460 2	1,29871	24,4552	29,5886	11,11	107,64

### Einfaktorielle ANOVA

VOI

	Quadratsum me	df	Mittel der Quadrate	F	Signifikanz
Zwischen den Gruppen	4482,269	4	1120,567	5,017	,001
Innerhalb der Gruppen	31716,540	142	223,356		
Gesamt	36198,809	146			

### ONEWAY deskriptive Statistiken

INDBegründungsniveau

	N	Mittel wert	Standar dabweic hung	Standar dfehler	95%- Konfidenzintervall für den Mittelwert	Min imum	Maxi mum

					Untergr enze	Obergre nze		
Werner Faymann, SPÖ	17	22,87 58	17,7736 9	4,31075	13,7374	32,0142	,00	55,56
Sebastian Kurz, ÖVP HC	28	14,68 25	9,09914	1,71958	11,1543	18,2108	,00	33,33
Strache, FPÖ	33	29,29 29	25,7328 1	4,47951	20,1685	38,4174	,00	100,0 0
Eva Glawischnig, Grüne	28	40,47 62	24,2329 6	4,57960	31,0796	49,8728	,00	100,0 0
Matthias Strolz, NEOS	42	34,39 15	21,2255 5	3,27517	27,7772	41,0059	,00	77,78
Gesamt	148	29,35 44	22,4482 1	1,84523	25,7077	33,0010	,00	100,0 0

### Einfaktorielle ANOVA

#### INDBegründungs niveau

	Quadratsum me	df	Mittel der Quadrate	F	Signifikan z
Zwischen den Gruppen	11270,120	4	2817,530	6,415	,000
Innerhalb der Gruppen	62806,457	143	439,206		
Gesamt	74076,577	147			

### ONEWAY deskriptive Statistiken

#### INDLösungsvorschlag

	N	Mittel wert	Standar dabweic hung	Standar dfehler	95%- Konfidenzintervall für den Mittelwert	Min imum	Maxi mum

					Untergr enze	Obergre nze		
Werner Faymann, SPÖ	17	8,823 5	17,7928 3	4,31540	-,3247	17,9718	,00	66,67
Sebastian Kurz, ÖVP	28	14,28 57	22,0895 5	4,17453	5,7203	22,8511	,00	100,0 0
HC Strache, FPÖ	33	8,080 8	14,5064 7	2,52525	2,9370	13,2246	,00	50,00
Eva Glawischnig, Grüne	28	10,71 43	13,7693 3	2,60216	5,3751	16,0535	,00	33,33
Matthias Strolz, NEOS	42	17,06 35	17,0636 0	2,63297	11,7461	22,3809	,00	66,67
Gesamt	148	12,38 74	17,2923 0	1,42142	9,5783	15,1964	,00	100,0 0

### Einfaktorielle ANOVA

#### INDLösungsvorschlag

	Quadratsum me	df	Mittel der Quadrate	F	Signifikan z
Zwischen den Gruppen	1925,609	4	481,402	1,638	,168
Innerhalb der Gruppen	42030,848	143	293,922		
Gesamt	43956,456	147			

### ONEWAY deskriptive Statistiken

#### INDRespekt

	N	Mittel wert	Standar dabweic hung	Standar dfehler	95%- Konfidenzintervall für den Mittelwert	Min imum	Maxi mum

					Untergr enze	Obergre nze		
Werner Faymann, SPÖ	17	50,49 02	2,02113	,49020	49,4510	51,5294	50,00	58,33
Sebastian Kurz, ÖVP	28	50,00 00	,00000	,00000	50,0000	50,0000	50,00	50,00
HC Strache, FPÖ	33	47,47 47	11,3124 9	1,96925	43,4635	51,4860	16,67	66,67
Eva Glawischnig, Grüne	28	52,08 33	8,96524	1,69427	48,6070	55,5597	25,00	75,00
Matthias Strolz, NEOS	42	54,16 67	8,48440	1,30917	51,5227	56,8106	33,33	75,00
Gesamt	148	51,06 98	8,32088	,68397	49,7181	52,4215	16,67	75,00

### Einfaktorielle ANOVA

#### INDRespekt

	Quadratsum me	df	Mittel der Quadrate	F	Signifikan z
Zwischen den Gruppen	895,829	4	223,957	3,450	,010
Innerhalb der Gruppen	9282,005	143	64,909		
Gesamt	10177,834	147			

### ONEWAY deskriptive Statistiken

#### INDZweifel

	N	Mittel wert	Standar dabweic hung	Standar dfehler	95%- Konfidenzintervall für den Mittelwert	Min imum	Maxi mum

					Untergr enze	Obergre nze		
Werner Faymann, SPÖ	17	,0000	,00000	,00000	,0000	,0000	,00	,00
Sebastian Kurz, ÖVP	28	,0000	,00000	,00000	,0000	,0000	,00	,00
HC Strache, FPÖ	33	24,24 24	61,3916 9	10,6869 2	2,4739	46,0110	,00	233,3 3
Eva Glawischnig, Grüne	28	4,761 9	17,4843 5	3,30423	-2,0178	11,5416	,00	66,67
Matthias Strolz, NEOS	41	31,70 73	59,6057 5	9,30885	12,8934	50,5212	,00	233,3 3
Gesamt	147	15,19 27	45,2006 0	3,72808	7,8248	22,5607	,00	233,3 3

### Einfaktorielle ANOVA

#### INDZweifel

	Quadratsum me	df	Mittel der Quadrate	F	Signifikan z
Zwischen den Gruppen	27317,911	4	6829,478	3,579	,008
Innerhalb der Gruppen	270973,850	142	1908,267		
Gesamt	298291,761	146			

#### 4. T-Tests bzw. Mittelwertevergleiche (Regierung vs. Opposition)

**Gruppenstatistiken VOI**

	Parteizugehörigkeit des Kommunikators	N	Mittelwert	Standardabweichung	Standardfehler des Mittelwertes
VOI	Opposition	102	30,0994	17,72770	1,75530
	Regierung	45	20,0463	5,43912	,81082

**Test bei unabhängigen Stichproben**

	Levene-Test der Varianzgleichheit	T-Test für die Mittelwertgleichheit								
		F	Signifikanz	T	df	Sig. (2-seitig)	Mittlere Differenz	Standardfehler der Differenz	95% Konfidenzintervall der Differenz	
V	OI	Varianzen sind gleich	Varianzen sind nicht gleich					Untere	Obere	
V	OI	21,925	,000	3,721	145	,000	10,05310	2,70152	4,71365	15,39256
				5,199	134,630	,000	10,05310	1,93352	6,22909	13,87712

**Gruppenstatistiken BEGRÜNDUNG**

	Parteizugehörigkeit des Kommunikators	N	Mittelwert	Standardabweichung	Standardfehler des Mittelwertes
INDBegründungs niveau	Opposition	103	34,4121	23,72452	2,33765
	Regierung	45	17,7778	13,48400	2,01008

### Test bei unabhängigen Stichproben

	Levene-Test der Varianzgleich heit		T-Test für die Mittelwertgleichheit							
	F	Signifi kanz	T	df	Sig. (2- seitig)	Mittler e Differ enz	Stand ardfeh ler der Differ enz	95% Konfidenzint ervall der Differenz		
								Unter e	Obere	
INDBeg Varianz ründungen sind sniveau gleich	22,99 3	,000	4,3 98	146	,000	16,63 430	3,782 29	9,159 19	24,10 942	
Varianz en sind nicht gleich			5,3 95	136, 106	,000	16,63 430	3,083 02	10,53 749	22,73 112	

### Gruppenstatistiken LÖSUNG

	Parteizugehörig keit des Kommunikators	N	Mittelwer t	Standardab weichung	Standardfeh ler des Mittelwertes
INDLösungsvor schlag	Opposition Regierung	103 45	12,4595 12,2222	15,78009 20,53575	1,55486 3,06129

### Test bei unabhängigen Stichproben

	Levene-Test der Varianzgleich heit	T-Test für die Mittelwertgleichheit
--	---	-------------------------------------

	F	Signifi kanz	T	df	Sig. (2- seitig)	Mittler e Differ enz	Stand ardfeh ler der Differ enz	95% Konfidenzinter vall der Differenz	
								Unter e	Obere
INDLös Varianz ungsvor en sind schlag gleich Varianz en sind nicht gleich	1,569	,212	,07 7	146	,939	,2373 2	3,100 50	- 5,890 34	6,364 99
			,06 9	67, 687	,945	,2373 2	3,433 52	- 6,614 74	7,089 39

### Gruppenstatistiken RESPEKT

	Parteizugehörig keit des Kommunikators	N	Mittelwer t	Standardab weichung	Standardfeh ler des Mittelwertes
INDRespe kt	Opposition	103	51,4563	9,93081	,97851
	Regierung	45	50,1852	1,24226	,18519

### Test bei unabhängigen Stichproben

	Levene-Test der Varianzgleichh eit	T-Test für die Mittelwertgleichheit								
		F	Signifi kanz	T	df	Sig. (2- seitig)	Mittler e Differ enz	Stand ardfeh ler der Differ enz	95% Konfidenzinter vall der Differenz	
									Untere	Obere
INDR Varianz espek en sind t gleich		23,07 0	,000	,854	146	,394	1,271 13	1,488 25	- 1,670 16	4,212 42

Varianz en sind nicht gleich			1,27 6	109, 113	,205	1,271 13	,9958 8	,7026 5	3,244 91
---------------------------------------	--	--	-----------	-------------	------	-------------	------------	------------	-------------

Gruppenstatistiken ZWEIFEL

	Parteizugehörig keit des Kommunikators	N	Mittelwer t	Standardab weichung	Standardfeh ler des Mittelwertes
INDZweif el	Opposition Regierung	102 45	21,8954 ,0000	52,96388 ,00000	5,24421 ,00000

Test bei unabhängigen Stichproben

	Levene-Test der Varianzgleichh eit		T-Test für die Mittelwertgleichheit							
	F	Signifi kanz	T	df	Sig. (2- seitig)	Mittler e Differe nz	Stand ardfeh ler der Differe nz	95% Konfidenzinter vall der Differenz		
								Untere	Obere	
INDZ Varianz weife en sind I gleich Varianz en sind nicht gleich	40,88 0	,000	2,76 8	145	,006	21,89 542	7,910 59	6,260 47	37,53 038	
			4,17 5	101, 000	,000	21,89 542	5,244 21	11,49 233	32,29 852	

## 5. Indikator Begründung

**Verarbeitete Fälle: Begründungen (ohne keine)**

	Fälle					
	Eingeschlossen		Ausgeschlossen		Insgesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Anzahl Begründungen (ohne keine) * Kommunikator Posting	148	100,0%	0	0,0%	148	100,0%

### Bericht

**Anzahl Begründungen (ohne keine)**

Kommunikator Posting	Mittelwer t	N	Standardab weichung
Werner Faymann, SPÖ	1,3529	17	,93148
Sebastian Kurz, ÖVP	,9286	28	,53945
HC Strache, FPÖ	1,4545	33	,90453
Eva Glawischnig, Grüne	1,7857	28	,87590
Matthias Strolz, NEOS	1,6190	42	,88214
Insgesamt	1,4527	148	,87547

**Verarbeitete Fälle Begründungsniveaus**

	Fälle					
	Eingeschlossen		Ausgeschlossen		Insgesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent

pauschBegründungen_gesamt *	148	100,0%	0	0,0%	148	100,0%
Kommunikator Posting einfBegründungen_gesamt *	148	100,0%	0	0,0%	148	100,0%
Kommunikator Posting speziBegründungen_gesamt *	148	100,0%	0	0,0%	148	100,0%
Kommunikator Posting						

### Bericht Mittelwerte Begründungsniveaus

Kommunikator Posting		pauschBegründungen_gesamt	einfBegründungen_gesamt	speziBegründungen_gesamt
Werner Faymann, SPÖ	Mittelwert N	,7059 17	,5882 17	,0588 17
	Standardabweichung	,84887	,71229	,24254
Sebastian Kurz, ÖVP	Mittelwert N	,5714 28	,3214 28	,0357 28
	Standardabweichung	,69007	,47559	,18898
HC Strache, FPÖ	Mittelwert N	,5152 33	,6970 33	,2424 33
	Standardabweichung	,66714	,95147	,70844
Eva Glawischnig, Grüne	Mittelwert N	,2143 28	1,2857 28	,2857 28
	Standardabweichung	,49868	1,04906	,71270
Matthias Strolz, NEOS	Mittelwert N	,2381 42	1,2857 42	,0952 42
	Standardabweichung	,57634	,86351	,29710
Insgesamt	Mittelwert N	,4122 148	,8919 148	,1486 148

Standardabweichung	,65910	,92681	,49986
--------------------	--------	--------	--------

## 6. Indikator Lösung

**Verarbeitete Fälle Lösungen (ohne keine)**

	Fälle					
	Eingeschlossen		Ausgeschlossen		Insgesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Anzahl Lösungen (ohne keine) * Kommunikator Posting	148	100,0%	0	0,0%	148	100,0%

### Bericht

**Anzahl Lösungen (ohne keine)**

Kommunikator Posting	Mittelwert	N	Standardabweichung
Werner Faymann, SPÖ	,4118	17	,71229
Sebastian Kurz, ÖVP	,5000	28	,69389
HC Strache, FPÖ	,3939	33	,70442
Eva Glawischnig, Grüne	,4643	28	,57620
Matthias Strolz, NEOS	,8095	42	,70670
Insgesamt	,5473	148	,69335

### Verarbeitete Fälle Lösungsniveaus

	Fälle					
	Eingeschlossen		Ausgeschlossen		Insgesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
vage_Lösung *						
Kommunikator	148	100,0%	0	0,0%	148	100,0%
Posting						
konkret_Lösung *						
Kommunikator	148	100,0%	0	0,0%	148	100,0%
Posting						

### Bericht Mittelwerte Lösungsniveaus

Kommunikator Posting		vage_Lösung	konkret_Lösung
Werner Faymann, SPÖ	Mittelwert N	,2941 17	,1176 17
	Standardabweichung	,58787	,48507
Sebastian Kurz, ÖVP	Mittelwert N	,1429 28	,3571 28
	Standardabweichung	,35635	,67847
HC Strache, FPÖ	Mittelwert N	,3030 33	,0909 33
	Standardabweichung	,63663	,29194
Eva Glawischnig, Grüne	Mittelwert N	,2857 28	,1786 28
	Standardabweichung	,53452	,39002
Matthias Strolz, NEOS	Mittelwert N	,5952 42	,2143 42
	Standardabweichung	,70051	,51965
Insgesamt	Mittelwert N	,3514 148	,1959 148
	Standardabweichung	,60457	,49016

## 7. Indikator Respekt

**Verarbeitete Fälle Respekt (ohne kein)**

	Fälle					
	Eingeschlossen		Ausgeschlossen		Insgesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
expl_respektlos * Kommunikator Posting	148	100,0%	0	0,0%	148	100,0%
impl_Respekt * Kommunikator Posting	148	100,0%	0	0,0%	148	100,0%
expl_respektvol l * Kommunikator Posting	148	100,0%	0	0,0%	148	100,0%

**Bericht Mittelwerte Respektbewertung**

Kommunikator Posting	expl_respek tlos	impl_Respe kt	expl_respek tvoll	
Werner Faymann, SPÖ	Mittelwert N Standardabwei chung	,0000 17 ,00000	,0588 17 ,24254	,0000 17 ,00000
Sebastian Kurz, ÖVP	Mittelwert N Standardabwei chung	,0000 28 ,00000	,0000 28 ,00000	,0000 28 ,00000
HC Strache, FPÖ	Mittelwert N Standardabwei chung	,2727 33 ,57406	,2424 33 ,50189	,0000 33 ,00000
Eva Glawischnig,	Mittelwert N	,0714 28	,3929 28	,0000 28

Grüne	Standardabweichung	,37796	,87514	,00000
Matthias Strolz, NEOS	Mittelwert N Standardabweichung	,0714 42 ,26066	,6429 42 ,93238	,0000 42 ,00000
Insgesamt	Mittelwert N Standardabweichung	,0946 148 ,35643	,3176 148 ,70986	,0000 148 ,00000

## 8. Indikator Zweifel

**Verarbeitete Fälle Zweifel (ohne kein)**

	Fälle					
	Eingeschlossen		Ausgeschlossen		Insgesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Anz_Zweif_ohne_kein * Kommunikator Posting	148	100,0%	0	0,0%	148	100,0%

### Bericht

**Anz\_Zweif\_ohne\_kein**

Kommunikator Posting	Mittelwert	N	Standardabweichung
Werner Faymann, SPÖ	,0000	17	,00000
Sebastian Kurz, ÖVP	,0000	28	,00000
HC Strache, FPÖ	,2424	33	,66287

Eva Glawischnig, Grüne	,0714	28	,26227
Matthias Strolz, NEOS	,2857	42	,50778
Insgesamt	,1486	148	,44209

### Verarbeitete Fälle Zweifeltypen

	Fälle					
	Eingeschlossen		Ausgeschlossen		Insgesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Zweifel Verständlichkeit *	148	100,0%	0	0,0%	148	100,0%
Kommunikator Posting Zweifel Wahrheit *	148	100,0%	0	0,0%	148	100,0%
Kommunikator Posting Zweifel Wahrhaftigkeit *	148	100,0%	0	0,0%	148	100,0%
Kommunikator Posting Zweifel Richtigkeit *	148	100,0%	0	0,0%	148	100,0%

### Bericht Zweifeltypen

Kommunikator Posting		Zweifel Verständlichkeit	Zweifel Wahrheit	Zweifel Wahrhaftigkeit	Zweifel Richtigkeit
Werner Faymann,	Mittelwert N	,0000	,0000	,0000	,0000

SPÖ	Standardabweichung	,00000	,00000	,00000	,00000
Sebastian Kurz, ÖVP	Mittelwert N	,0000 28	,0000 28	,0000 28	,0000 28
	Standardabweichung	,00000	,00000	,00000	,00000
HC Strache, FPÖ	Mittelwert N	,0000 33	,0606 33	,1212 33	,0606 33
	Standardabweichung	,00000	,34816	,41515	,24231
Eva Glawischnig, Grüne	Mittelwert N	,0000 28	,0714 28	,0000 28	,0000 28
	Standardabweichung	,00000	,26227	,00000	,00000
Matthias Strolz, NEOS	Mittelwert N	,0000 42	,0000 42	,1190 42	,1667 42
	Standardabweichung	,00000	,00000	,32777	,37720
Insgesamt	Mittelwert N	,0000 148	,0270 148	,0608 148	,0608 148
	Standardabweichung	,00000	,20020	,26666	,23979

## 9. Korrelationen (bivariat, nach Pearson)

Korrelationen VOI/LIKES/SHARES/KOMMENTARE

	VOI	Anzahl Kommentare	Anzahl Likes	Anzahl Shares
VOI	Korrelation nach Pearson Signifikanz (2-seitig) N	1 ,125 ,132 147	,017 ,835 147	,122 ,141 147

Anzahl Kommentare	Korrelation nach Pearson Signifikanz (2-seitig) N	,125 ,132 147	1 ,000 148	,818** ,000 148	,758** ,000 148
Anzahl Likes	Korrelation nach Pearson Signifikanz (2-seitig) N	,017 ,835 147	,818** ,000 148	1 148	,744** ,000 148
Anzahl Shares	Korrelation nach Pearson Signifikanz (2-seitig) N	,122 ,141 147	,758** ,000 148	,744** ,000 148	1 148

\*\*. Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.

#### Korrelationen DIMENSIONEN VOI/LIKES/SHARES/KOMMENTARE

	Anzahl Komm entare	Anzah l Likes	Anzahl Share s	INDBe gründ ungsni veau	INDLÖ sungs vorsch lag	INDR espek t	INDZ weife l	
Anzahl Kommentare	Korrelation nach Pearson Signifikanz (2-seitig) N	1 ,000 148	,818** ,000 148	,758** ,000 148	,301** ,000 148	-,034 ,680 148	-,017 ,835 148	,041 ,621 147
Anzahl Likes	Korrelation nach Pearson Signifikanz (2-seitig) N	,818** ,000 148	1 ,000 148	,744** ,000 148	,139 ,091 148	-,093 ,262 148	-,102 ,217 148	,010 ,902 147

Anzahl Shares	Korrelati on nach Pearson Signifika nz (2- seitig)	,758** ,000	,744** ,000	1	,160 ,053	-,046 ,576	-,037 ,654	,116 ,163
	N	148	148	148	148	148	148	147
INDBegr ündungs niveau	Korrelati on nach Pearson Signifika nz (2- seitig)	,301** ,000	,139 ,091	,160 ,053	1	-,044 ,594	,141 ,087	,326** ,000
	N	148	148	148	148	148	148	147
INDLösungsvorschlag	Korrelati on nach Pearson Signifika nz (2- seitig)	-,034 ,680	-,093 ,262	-,046 ,576	-,044 ,594	1 ,133	,124 ,133	,174* ,035
	N	148	148	148	148	148	148	147
INDRespekt	Korrelati on nach Pearson Signifika nz (2- seitig)	-,017 ,835	-,102 ,217	-,037 ,654	,141 ,087	,124 ,133	1 ,368	,075
	N	148	148	148	148	148	148	147
INDZweifel	Korrelati on nach Pearson Signifika nz (2- seitig)	,041 ,621	,010 ,902	,116 ,163	,326** ,000	,174* ,035	,075 ,368	1
	N	147	147	147	147	147	147	147

\*\*. Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.

\*. Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,05 (2-seitig) signifikant.

### Korrelationen INDEMOTION/LIKES/SHARES/KOMMENTARE

		Anzahl Kommentare	Anzahl Likes	Anzahl Shares	INDEMOT ion
Anzahl Kommentare	Korrelation nach Pearson Signifikanz (2-seitig)	1	,818** ,000	,758** ,000	,279** ,001
	N	148	148	148	148
Anzahl Likes	Korrelation nach Pearson Signifikanz (2-seitig)	,818** ,000	1	,744** ,000	,286** ,000
	N	148	148	148	148
Anzahl Shares	Korrelation nach Pearson Signifikanz (2-seitig)	,758** ,000	,744** ,000	1	,303** ,000
	N	148	148	148	148
INDEMOT ion	Korrelation nach Pearson Signifikanz (2-seitig)	,279** ,001	,286** ,000	,303** ,000	1
	N	148	148	148	148

\*\*. Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.

### 10. Emotionalisierung (T-Test, Regierung vs. Opposition / Mittel)

#### Gruppenstatistiken

	Kommunikator Posting	N	Mittelwert	Standardabweichung	Standardfehler des Mittelwertes

INDEmotio n	Opposition Regierung	103 45	10,3560 6,4198	8,27132 6,03436	,81500 ,89955
----------------	-------------------------	-----------	-------------------	--------------------	------------------

### Test bei unabhängigen Stichproben

	Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit						
	F	Signifikanz	T	df	Sig. (2-seitig)	Mittler e Differe nz	Stand ardfeh ler der Differe nz	95% Konfidenzinter vall der Differenz	
						Untere	Obere		
INDE Varianz motio en sind n gleich Varianz en sind nicht gleich	,007	,934	2,87 3	146	,005	3,936 23	1,369 89	1,228 86	6,643 61
			3,24 3	113, 029	,002	3,936 23	1,213 84	1,531 40	6,341 07

### Verarbeitete Fälle, Mittelwerte INDEmotion

	Fälle					
	Eingeschlossen		Ausgeschlossen		Insgesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
INDEmotion * Kommunikator Posting	148	100,0%	0	0,0%	148	100,0%

## Bericht

### INDEmotion

Kommunikator Posting	Mittelwert	N	Standardabwei- chung
Werner Faymann, SPÖ	5,2288	17	5,71662
Sebastian Kurz, ÖVP	7,1429	28	6,20801
HC Strache, FPÖ	13,8047	33	9,22553
Eva Glawischnig, Grüne	7,5397	28	7,44040
Matthias Strolz, NEOS	9,5238	42	7,18468
Insgesamt	9,1592	148	7,85313