



universität
wien

MAGISTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Magisterarbeit / Title of the Master's Thesis

„Zur Verständigungsorientierung von Shitstorms.“

Eine empirische Untersuchung am Beispiel von Facebook.“

verfasst von / submitted by

Lukas Suk, Bakk.phil.

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the
degree of

Magister der Philosophie (Mag.phil.)

Wien, Oktober 2019

Studienkennzahl lt. Studienblatt /
degree programme code as it appears
on
the student record sheet:

UA 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt /
degree programme as it appears on
the student record sheet:

Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Betreut von / Supervisor:

Ao. Univ.-Prof. Dr. Dr. h. c. Roland Burkart

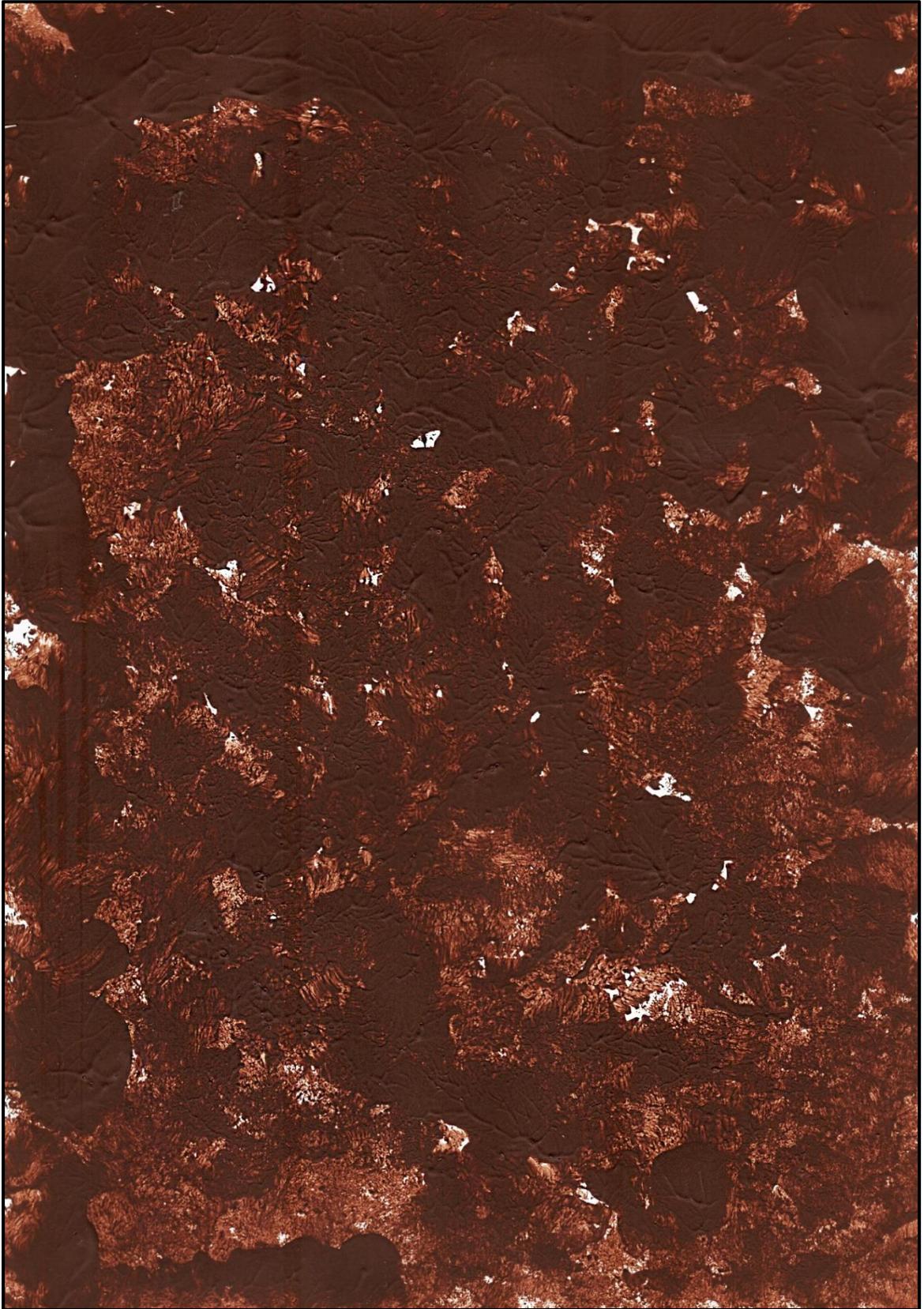


Abbildung 1: „Ein Shitstorm zieht auf“
eigene Quelle 2019

Eidesstattliche Erklärung

zum selbstständigen Verfassen dieser Arbeit

Ich erkläre hiermit an Eides Statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht.

Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Wien, im Oktober 2019

Lukas Suk

Anmerkung zur Schreibweise

In dieser Magisterarbeit wird zu Gunsten der besseren Lesbarkeit auf eine gendergerechte Schreibweise verzichtet.

Sämtliche personenbezogenen Bezeichnungen sind daher als geschlechtsneutral anzusehen und möchten weder Frauen noch Männer diskriminieren.

Danke

„Lieber Herr Suk, ich darf Sie daran erinnern, dass Sie keine Einführungsarbeit schreiben.“

Es sind behutsam mahnende, wiederkehrende und sehr wohlwollende Worte meines Betreuers ao. Univ.-Prof. Dr. Dr. h.c. Roland Burkart, der es in den letzten Jahren immer wieder geschafft hat, nicht an mir und der Fertigstellung meiner Arbeit zu zweifeln. War ich jedoch am Zweifeln, war er zur Stelle. Ihm gilt der größte Dank – für seine zahlreichen Tipps, die wohltuende Motivation, die wichtigen, und aufschlussreichen Gespräche, und vor allem gilt ihm der Dank für seinen „konsequenten“ Humor, den ich persönlich sehr zu schätzen weiß.

Im zweiten Semester meines Studiums nahm ich stets an der Vorlesung STEP 1 „Einführung in das kommunikationswissenschaftliche Denken“ teil.

Der Vortragende waren Sie, und es gab keine einzige Einheit, in welcher Sie nicht mindestens einmal einen Lacher des Auditoriums ob Ihres Humors auf Ihrer Seite hatten. Sie vermittelten Ihr Wissen so, dass es ansteckend war.

Meine zweite Bachelorarbeit schrieb ich bei Ihnen zur Qualität der Berichterstattung über Richard Lugner und den Opernball in der Kronen Zeitung. Dieses amüsante Unterfangen resultierte in einer „Erdbeereis-Metapher“ zur Qualität in Printmedien. Nun schließt sich dieser Kreis auf eine besondere Art und Weise. Die nun vorliegende Magisterarbeit ist – ganz dieser Linie getreu – mit humoristischen Inhalten geschmückt. Egal ob es ein gemütliches und amüsantes Kaffeetrinken zusammen mit Ihnen und Prof. Walter Hömberg in der Pause eines Forschungsseminars war, oder unsere regelmäßigen Treffen im Cafe Weimar für diese Arbeit – es war mir stets eine Freude von Ihnen lernen zu dürfen.

Ein riesiges Dankeschön dafür, dass Sie mit mir diesen Weg gegangen sind und mich nicht nur in hohem Maße unterstützt, sondern auch inspiriert, zum Reflektieren bewegt, und vor allem anderen zum Lachen gebracht haben.

Herzlichst,

Ihr Lukas Suk

Ich bedanke mich besonders bei Mag. Werner Holzer und Dr. Claus Braunecker für Hilfestellungen im Bereich der Statistik, weiters bei Werner Schrittester, mit dem ich bis zum Schluss im selben Boot Richtung Abschluss der Magisterarbeit saß. Ebenso ein herzliches Dankeschön an Mag. Christof Hammerschmid für die Motivationsschübe und die emotionale Unterstützung.

Ein riesiges Danke gilt meiner großen, herzlichen Familie - in vieler Hinsicht. Es stimmt mich glücklich, von lieben Menschen umgeben sein zu dürfen. Ich bedanke mich an dieser Stelle bei meinen Freunden, die zum Teil bereits genannt wurden, und besonders in diesem Zusammenhang bei den Stirlis und bei Alexandra. Derjenige Mensch, der nie an mir und meiner Abschlussarbeit gezweifelt hat, ist Liza. Ich danke Dir für alles, Deine emotionale Unterstützung, und Deine Geduld.

Lukas Suk

Wien, im Oktober 2019

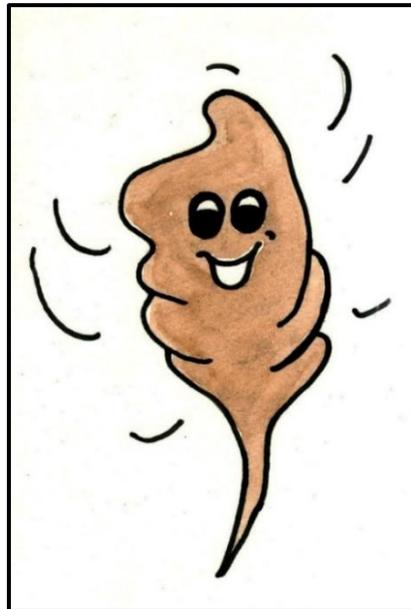


Abbildung 2: „Die Vorfreude des Shitstorms“ eigene Quelle 2019

„Mit dem Wissen wächst der Zweifel.“

Johann Wolfgang von Goethe

Für meinen Professor
Roland Burkart
von Ihrem letzten
Magisterstudenten

„Mit dem Zweifel wächst das Wissen.“

Gerhard Kocher

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|-----------|
| 1. Einleitung | 21 |
| 1.1. Die Problemstellung | 23 |
| 1.2. Das Erkenntnisinteresse, der persönliche Antrieb und die Motivation | 25 |
| 2. Zum Aufbau der Arbeit | 26 |
| 2.1. Zur Theorie..... | 26 |
| 2.2. Die empirische Untersuchung | 26 |
| 2.3. Ergebnispräsentation, Interpretation und Ausblick..... | 27 |
| 2.4. Der Anhang..... | 27 |
| 3. Die theoretischen Grundlagen | 29 |
| 3.1. Der Shitstorm..... | 30 |
| 3.1.1. Was ist ein Shitstorm? | 30 |
| 3.1.2. Zur Geschichte des Shitstorms und vom Englischen ins Deutsche..... | 33 |
| 3.1.3. Wie entstehen Shitstorms? | 35 |
| 3.1.4. Der Shitstorm und sein „Zuhause“ - das Web 2.0..... | 38 |
| 3.2. Zur Verständigungsorientierung..... | 41 |
| 3.3. Forschungsstand: Shitstorms, Verständigungsorientierung, Web 2.0 | 45 |
| 4. Die empirische Untersuchung | 55 |
| 4.1. Die Forschungsfragen..... | 56 |
| 4.2. Das Forschungsdesign..... | 58 |
| 4.2.1. Der Gegenstand der Untersuchung | 59 |
| 4.2.2. Der Untersuchungszeitraum..... | 60 |
| 4.2.3. Die Methoden | 60 |
| 4.2.4. Die willkürliche Stichprobe | 63 |
| 4.2.5. Zur Repräsentativität | 64 |
| 4.2.6. Die Zweifel- und Analyseeinheiten..... | 64 |
| 4.2.7. Der Verständigungsorientierungsindex (VOI) und seine Qualitätsmerkmale ... | 66 |
| 4.2.8. Durchführung und Dokumentation..... | 69 |
| 4.2.9. Der Pretest | 70 |
| 4.2.10. Die Gültigkeit der Messung – Die Validität..... | 70 |
| 4.2.11. Die Zuverlässigkeit der Messung – Die Reliabilität | 71 |
| 5. Ergebnispräsentation | 74 |
| 5.1. Erste allgemeine Häufigkeiten und Statistiken | 75 |
| 5.2. Die Qualitätsmerkmale des VOI..... | 82 |

| | |
|--|------------|
| 5.2.1. Die Zweifel..... | 82 |
| 5.2.2. Die Respektäußerungen..... | 87 |
| 5.2.3. Die Begründungen | 93 |
| 5.2.4. Die Lösungsvorschläge..... | 97 |
| 5.3. Ergebnisse für die Beantwortung der Forschungsfrage 1..... | 99 |
| 5.3.1. Die Zweifel in den Shitstorms im Vergleich..... | 99 |
| 5.3.2. Die Respektäußerungen in den Shitstorms im Vergleich..... | 104 |
| 5.3.3. Die Begründungen in den Shitstorms im Vergleich..... | 111 |
| 5.3.4. Die Lösungsvorschläge in den Shitstorms im Vergleich..... | 113 |
| 5.4. Ergebnisse für die Beantwortung der Forschungsfrage 2..... | 116 |
| 5.4.1. Der erste Zugang..... | 120 |
| 5.4.2. Der zweite Zugang | 122 |
| 5.5. Ergebnisse zur Beantwortung der Forschungsfrage 3 | 135 |
| 6. Die Beantwortung der Forschungsfragen..... | 142 |
| 6.1. Die Beantwortung der Forschungsfrage 1..... | 143 |
| 6.2. Die Beantwortung der Forschungsfrage 2 | 149 |
| 6.3. Die Beantwortung der Forschungsfrage 3..... | 150 |
| 7. Der Shitstorm und die Verständigungsorientierung..... | 151 |
| 8. Ausblick..... | 157 |
| 9. Eine abschließende Interpretation | 159 |
| 10. Verzeichnisse..... | 166 |
| 10.1. Literaturverzeichnis..... | 166 |
| 10.2. Internetverzeichnis: | 173 |
| 10.2.1. weiteres Internetverzeichnis..... | 176 |
| 10.3. Abbildungsverzeichnis..... | 178 |
| 10.4. Tabellenverzeichnis | 179 |
| 13. Anhang | 182 |
| 13.1. Tabellen für Forschungsfrage 2..... | 183 |
| 13.2. Krippendorff's Alpha..... | 187 |
| 13.3. Das Codebuch..... | 195 |
| 13.3.1. Verzeichnis für das Codebuch | 226 |
| 13.4. Abstract – Deutsch..... | 227 |
| 13.5. Abstract – English..... | 231 |

1. Einleitung

Besonders in den letzten Jahren zieht ein Internetphänomen große Aufmerksamkeit auf sich.

„Auf Internetplattformen wie Facebook, Twitter & Co. kommt es immer wieder zu negativen Meinungsäußerungen über einzelne Personen oder Unternehmen, die aufgrund ihrer Ausmaße oder ihrer Intensität eine prangergleiche Wirkung entfalten. Ein Beispiel dafür sind Entrüstungstürme im Internet (so genannte „Shitstorms“)" (Voskamp/ Kipker 2013: 787).

Zu Shitstorms gibt es bereits eine Vielzahl von Definitionen. Es wurden Forschungsarbeiten verfasst, wissenschaftliche Untersuchungen und Studien durchgeführt, Abschlussarbeiten rund um die Stürme der Entrüstung veröffentlicht, sowie Aufsätze und Beiträge in Fachliteratur publiziert. Ja, auch ganze Sachbücher werden dem Thema „Shitstorms“ gewidmet. Sowohl in den Printmedien als auch in den digitalen Medien genießen Shitstorms große Aufmerksamkeit, und es vergeht keine Woche, kaum ein Tag, wo kein neuer Shitstorm sich seinen Weg durch die sozialen Netzwerke bahnt.

Mona Folger rückte in ihrer Masterarbeit von 2013, welche als Pionierarbeit gilt, die Entstehung und Entwicklung von Shitstorms in das Zentrum Ihres Forschungsinteresses. In ihrer Arbeit beschreibt sie, weshalb Shitstorms verfasst, und warum sie unterstützt werden.¹

Das Ziel dieser wissenschaftlichen Abschlussarbeit ist es, Shitstorms gezielt nach Verständigungsorientierung (Burkart) zu untersuchen. In den Fokus dieser Forschung gelangen die Qualitätsindikatoren des VOI-Verständigungsorientierungsindex (Burkart et. al 2010), besonders jedoch die Zweifeläußerungen innerhalb der Entrüstungstürme im sozialen Netzwerk Facebook. Mit Hilfe von drei unterschiedlichen Shitstorms aus den Jahren 2015, 2017 und 2018 setzt sich diese Arbeit sowohl qualitativ als auch quantitativ mit dem Thema „Zur Verständigungsorientierung von Shitstorms“ auseinander, wobei nicht der repräsentative, sondern der explorative Charakter im Vordergrund steht.

¹ Im Jahr 2013 wurde Mona Folger der Nachwuchsförderpreis für ihre herausragende Abschlussarbeit der Medien- und Kommunikationswissenschaft des Bundesverbandes deutscher Pressesprecher vergeben.

Im Wesentlichen soll der Frage nachgegangen werden, welche Rolle Zweifel in Shitstorms auf Basis der Verständigungsorientierung zugewiesen werden kann, und wie sich diese auf die untersuchten Shitstormpostings aufteilen.

Der Autor dieser Abschlussarbeit legt großen Wert darauf, diese mit humoristischen, graphischen Inhalten zu illustrieren.

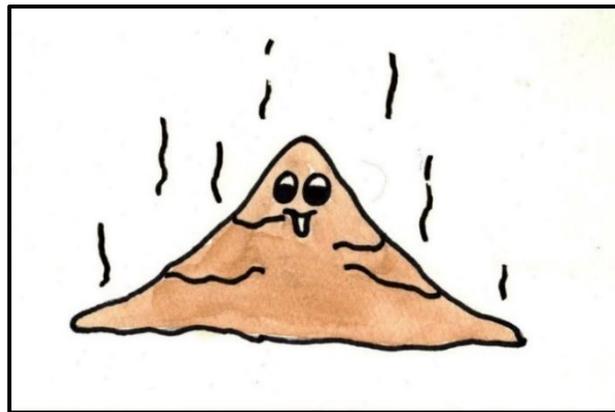


Abbildung 3: „Die Verdauung des Shitstorms“ eigene Quelle 2019

1.1. Die Problemstellung

„Es wächst ein neues soziales Monster heran, das aus Egoismus, Misstrauen und Angst zusammengesetzt ist und gar nicht anders kann, als im anderen immer das Schlechteste zu vermuten. Und nichts, was man sagt, bedeutet noch, was es heißt“
(Schirrmacher 2013: Buchrücken).

Dieser Satz vermag es den heutigen Zeitgeist im Hinblick auf zwischenmenschliche Kommunikation punktgenau widerzuspiegeln. Er trifft die Aktualität in und außerhalb sozialer Netzwerke.

„Ich bin Mitglied der großen Jury und muß [sic!] mich für meine Urteile vor niemandem verantworten: dieser narzißtische [sic!] Kitzel, der Facebook so sagenhaft erfolgreich gemacht hat, wurde im Nu zum Prinzip eines neuen Alltagsverhaltens“ (Türcke 2019: 121f).

In dieser Arbeit geht es nicht um den bloßen Kitzel im Sozialen Netzwerk, und darum Kritik zu üben, oder zu werten.

Es geht um Shitstorms.

Sie werden auf die Qualitätsmerkmale verständigungsorientierter Kommunikation untersucht. Was vielleicht wie ein Himmelfahrtskommando klingt, soll eine wissenschaftliche Abschlussarbeit werden, Shitstorms aus dem Blickwinkel der Verständigungsorientierung unter die Lupe zu nehmen.

Burkart und Probst entwickelten in den 1990er Jahren das Konzept der verständigungsorientierten Öffentlichkeitsarbeit (1991).² Das VÖA Konzept basiert

² In dieser Arbeit wird Burkarts Theorie der Verständigungsorientierung laufend mit den Begrifflichkeiten „Verständigung“, „Verständigungsorientierung“ und „verständigungsorientiert“ mitgemeint. Die Begriffe werden synonym verwendet.

auf den theoretischen Annahmen der Theorie des kommunikativen Handelns von Jürgen Habermas (1981).³

Wie verständigungsorientiert sind Shitstorms?

Und was macht die Verständigungsorientierung mit Shitstorms?

In Diskursen nehmen Zweifeläußerungen eine besondere Position ein, da sie konsensorientierte Kommunikation ermöglichen können (vgl. Burkart/ Rußmann 2015: 55f). Burkart et al. entwickelten einen Index zur Verständigungsorientierung, kurz genannt VOI. Die Qualitätsmerkmale dieses Index sind Begründungen, Respekt, Lösungsvorschläge und Zweifel (ebd. 2010).

In den bisherigen Forschungsarbeiten zur Verständigungsorientierung wurden hauptsächlich Studien mit der Öffentlichkeitsarbeit, vor allem im politischen Kontext, aber seit geraumer Zeit auch rund um und mit Social Media in den Fokus wissenschaftlichen Interesses gerückt.

In dieser Arbeit soll der Frage nachgegangen werden, welche Rolle die Qualitätsmerkmale des VOI bei den Stürmen der Entrüstung spielen, welche Reaktionen durch Zweifel in Shitstorms ausgelöst werden, und was der Shitstorm mit ihnen geschehen lässt. Gibt es Verständigungsorientierung in Shitstorms?

Zweifeläußerungen, die wie soeben erwähnt, bedeutsam und behilflich für Konsensfindung sein können, stehen im Mittelpunkt.

In der Theorie wird der Shitstorm ob seiner Zweifelaaffinität durchleuchtet.

Welche Art des Zweifelns macht er sich zu eigen?

„In wissenschaftspragmatischer Hinsicht wirkt der Zweifel stets ernüchternd. Wissen ist immer nur Wissen, solange es nicht widerlegt oder vom Zweifel zerfressen wird“ (Sommer 2007: 75).

³ Der Begriff der „Verständigung“ ist zentral für diese Theorie, die Verständigungsorientierung und für das VÖA-Konzept von Roland Burkart.

Wie zweifelt der Shitstorm, und wie verständigungsorientiert ist er?

1.2. Das Erkenntnisinteresse, der persönliche Antrieb und die Motivation

Aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht ist interessant, herauszufinden, ob und welche Qualitätsmerkmale Shitstorms auf Basis der Verständigungsorientierung im sozialen Netzwerk beinhalten.

Wie zweifeln die Shitstorms im Web 2.0 und welchen Einfluss haben sie auf die Verständigungsorientierung? Zweifelartikulationen werden im Hinblick auf deren Auswirkungen auf die restlichen Qualitätsmerkmale des VOI untersucht.

Das große Erkenntnisinteresse dieser Arbeit zielt durch eine explorative Herangehensweise, gestützt von einer quantitativen Auswertung, darauf ab, herauszufinden, welchen Beitrag Shitstorms zur Verständigungsorientierung bieten, und welchen Bezug sie zu dieser herstellen.

Die Motivation und das persönliche Forschungsinteresse des Verfassers dieser Arbeit bestehen darin, aufzudecken, inwiefern Shitstorms und verständigungsorientierte Kommunikation zusammenpassen. Dies deckt auch das wissenschaftliche Erkenntnisinteresse dieser Arbeit ab.

Kann dieser wissenschaftliche Versuch zeigen, dass Shitstorms
verständigungsorientierte Kommunikation beinhalten?

Es scheint, im schnelllebigen, oberflächlichen und digitalen Zeitalter, bilden sich – so das Empfinden des Verfassers – immer mehr Rückschritte was zwischenmenschliche Kommunikation anbelangt. Grußformeln, Höflichkeiten, respektvolle Äußerungen und Handlungen – so der Anschein – werden rar.⁴ Der persönliche Antrieb besteht vor allem darin in einem bestimmten Phänomen des sozialen Netzwerkes, wie es der Shitstorm ist, Qualitätsmerkmale des

⁴ Beobachtungen und Erfahrungen in der Öffentlichkeit und im Alltag des Verfassers

Verständigungsorientierungsindex zu finden. Liefern Shitstorms einen Funken des Miteinanders? Und wenn ja, wie sieht dieses zum Abschluss dieser explorativen, wissenschaftlichen Forschungsarbeit aus? Und wenn nicht, was ist die Erkenntnis?

2. Zum Aufbau der Arbeit

Die folgende, wissenschaftliche Forschungsarbeit ist in drei Teile gegliedert. Der erste Abschnitt setzt sich mit der theoretischen Basis für diese Magisterarbeit auseinander, der zweite mit der praktischen Umsetzung – der Untersuchung. Im dritten Teil werden die Ergebnisse präsentiert, ein Ausblick geschrieben, und dieses wissenschaftliche „Shitstorm-Werk“ interpretiert.

2.1. Zur Theorie

Das Phänomen und der Terminus „Shitstorm“ werden übersichtlich präsentiert. Ein weiterer Teil der Theorie befasst sich mit Web 2.0 und der Kommunikation in sozialen Netzwerken, vor allem auch mit dem „Dialogpotenzial“ dieser.

Die Verständigungsorientierung von Roland Burkart findet samt ihrer Qualitätsmerkmale, besonders vor dem Hintergrund von Zweifelartikulationen, Beachtung – und zwar durchgehend in dieser Arbeit. Es werden mögliche, theoretische Bezüge zwischen Verständigungsorientierung, Zweifelartikulationen und Shitstorms hergestellt. Untersuchungen und Forschungsergebnisse, die für diesen wissenschaftlichen Versuch von Interesse sind, werden in einem übersichtlichen Forschungsstand veranschaulicht, und die für die Arbeit relevanten Aspekte hervorgehoben.

2.2. Die empirische Untersuchung

Der Abschnitt der empirischen Untersuchung beinhaltet Untersuchungsdesign samt Forschungsfragen und Methoden, weiters Bezüge zum Codebuch, welches dem Anhang dieser Arbeit beigelegt ist, sowie Erklärungen, Regeln und Hinweise zur Codierung.

Für das Codieren von Shitstorms werden drei unterschiedliche Postings, die einen Teil des jeweiligen Shitstorms⁵ sind, herangezogen. Jedes Posting muss den in der Theorie zugrunde liegenden Kriterien eines Shitstorms entsprechen, um in diese Auswahl zu gelangen.

Der empirische Teil dieser Arbeit stellt den größten Abschnitt dieser Forschung dar. Wichtig und besonders vor diesem Hintergrund ist zu erwähnen, dass trotzdem der explorative Charakter der Untersuchung⁶ im Vordergrund steht. Es handelt sich vorrangig um einen wissenschaftlichen Versuch. Hier geht es nicht darum, allgemein gültige Aussagen über Shitstorms zu treffen⁷, sondern Anreize für weitere Forschungsarbeiten zu generieren und Interesse für alle Interessierte zu wecken – im Hinblick auf Verständigungsorientierung, und im Hinblick auf Shitstorms.

2.3. Ergebnispräsentation, Interpretation und Ausblick

Die Ergebnisse dieser Arbeit, die nach der Auswertung mittels der Programme Excel und SPSS veranschaulicht werden können, werden abgesehen vom geschriebenen Wort mit Tabellen und Graphiken präsentiert. Häufigkeiten werden numerisch bzw. in Prozentzahlen⁸ präsentiert und festgehalten. Die drei Forschungsfragen werden nach der Präsentation der Ergebnisse beantwortet. Ein Ausblick und eine abschließende Interpretation runden diese Arbeit ab.

2.4. Der Anhang

Im Anhang befinden sich Tabellen, das Codebuch, die Auswertung der Intracoderreliabilität (Krippendorff's Alpha) und anderes.

⁵ Jeweils ca. 500 untersuchte Beiträge (Posting plus Kommentare und Antworten)

⁶ Bisher gibt es keine Untersuchung zu Shitstorms und den Qualitätsmerkmalen des Verständigungsorientierungsindex.

⁷ Auch wenn die Stichprobe für eine Magisterarbeit mehr als „abendfüllend“ ist, ist sie gering.

⁸ vor allem bei den Vergleichen der drei untersuchten Shitstorms



Abbildung 4: „Symbiose“ eigene Quelle 2019

3. Die theoretischen Grundlagen



Abbildung 5: „Die Wege des Shitstorms“ eigene Quelle 2019

3.1. Der Shitstorm

3.1.1. Was ist ein Shitstorm?

Wird der Begriff „Shitstorm“ in der Suchmaschine Google eingegeben, so erscheint nach 0,36 Sekunden die Meldung, dass knapp 3 580 000 Ergebnisse vorliegen. Wird nach „Shitstorms“ gesucht, werden circa 385 000 Treffer angezeigt (Google Suche 2019).

Um einen umfangreichen Überblick über das Kommunikationsphänomen Shitstorm zu gewinnen, wurde nach mehreren Definitionen und Beschreibungen gesucht.

Eine sehr oft verwendete und beliebte Definition ist die vom Duden:

Ein Shitstorm ist hier ein „Sturm der Entrüstung in einem Kommunikationsmedium des Internets, der zum Teil mit beleidigenden Äußerungen einhergeht“⁹ (Duden 2017).

Wer sich konkret mit Shitstorms befasst, kommt um den Namen Sascha Lobo¹⁰, welcher maßgeblich daran beteiligt war, den Terminus „Shitstorm“ im deutschsprachigen Raum zu etablieren, kaum herum. Er sagt über den Shitstorm: „Als Shitstorm soll hier der Prozess bezeichnet werden, wenn in kurzem Zeitraum eine subjektiv große Anzahl von kritischen Äußerungen getätigt wird, von denen sich zumindest ein Teil vom ursprünglichen Thema ablöst und stattdessen

⁹ Anmerkung des Verfassers: Der Aspekt der „beleidigenden Äußerungen“ ist von großer Bedeutung. Und doch kommt er bei einigen Definitionen nicht vor.

¹⁰ Anmerkung des Verfassers: Sascha Lobo ist als Blogger, Buchautor, Werbetexter und Journalist, aber vor allem für den Terminus „Shitstorm“ bekannt. 2009 sah er sich mit einem gewaltigen Shitstorm konfrontiert. Lobo hatte mit Vodafone einen Werbevertrag, als er sich gleichzeitig gegen ein von der Politik angestrebtes Gesetz einsetzte, dass Netzsperrern vereinfachen sollte. Zur großen Welle der Empörung kam es, als bekannt wurde, dass Lobo für ein Unternehmen warb, welches das Gesetzesvorhaben unterstützen wollte. Sascha Lobo sah sich mit einer großen Anzahl an beleidigenden Beiträgen konfrontiert. In seinem Vortrag bei der re:publica 2010 titulierte Lobo dieses Phänomen als Shitstorm (siehe dazu auch Dombrovski o.J. im Anhang).

aggressiv, beleidigend, bedrohend oder anders attackierend geführt wird“ (Lobo 2010).

„Die Journalisten suchen ihn, das Publikum liebt ihn, die Mächtigen fürchten ihn: den Skandal“ (Bergmann/ Pörksen 2009: Buchrücken).

Folger und Röttger halten fest: „Die Mechanismen, die bei Shitstorms greifen, entsprechen im Wesentlichen denen von Skandalisierungen“ (2015: 159).

Weiters betrachten sie Shitstorms als spezifisches Word-of-Mouth Phänomen (ebd. 157). Unter WOM (Word-of-Mouth) wird verstanden, dass sich potenzielle Konsumenten auf informelle Weise über Produkte und Dienstleistungen von Unternehmen informieren und Informationen ausgetauscht werden.

Besser bekannt ist Word of Mouth unter dem deutschen Pendant „Mundpropaganda“. Es handelt sich um eine spezielle Form des Einflusses beim Konsumentenverhalten (vgl. Arndt 1967: 291ff).

Auch das folgende Zitat findet sich in einschlägiger Fachliteratur.

Unter eWOM verstehen Henning-Thurau et. al „any positive or negative statement made by potential, actual or former customers about a product or company, which is made available to be multitude of people and institutions via the internet“ (2004: 39).

Himmelreich und Einwiller sagen: „Im Kontext digitaler Kritik ist insbesondere eWOM in negativer Ausprägung (NeWOM) relevant“ (2015: 183). Himmelreich und Einwiller weisen zudem auf „negative-kritische Aussagen zu einer Organisation oder Person innerhalb einer sehr kurzen Zeit“ hin (ebd. 187).

Shitstorms gelten vor allem dann als „Shitstorms“ und bedeutsam, wenn ihnen klassische Medien Aufmerksamkeit schenken, und ihnen damit gesellschaftsweite Resonanz ermöglichen (vgl. Imhof 2015: 23).¹¹

Der 1&1 IONOS Digital Guide (o.J.) weist anders als der Duden auf eine „hochemotionale zum Teil aggressiv-beleidigende Wortwahl“ hin.

Beham sagt, dass es beim Shitstorm um öffentliche Kommunikation geht: Sie „bezweckt die Durchsetzung von Stakeholder-Interessen und kann potenziell eine krisenhafte Wirkung haben“ (2015: 2).

Eine zusätzliche neutrale Definition liefert wifimaku.com, ein Online-Marketing-Lexikon: „Ein Shit Storm oder Shitstorm ist ein Phänomen in den Social Media. Dabei wird sachliche Kritik von vielen unsachlichen Kommentaren übertönt. Diese Kritik richtet sich meist gegen Konzerne, kann aber auch gegen Personen gerichtet werden“ (Wifimaku.com o.J.).

Brodnig betont, dass mit dem Fortschreiten eines Shitstorms die Kritik immer diffuser wird, denn gegen Ende hat dieser gar nichts mehr mit der anfänglichen Aufregung zu tun (Brodnig 2016: 187).

Der Begriff „Shitstorm“ hat sich jedenfalls in der Alltagssprache für massenhafte, negative Kommentare in sozialen Netzwerken etabliert (vgl. Folger/ Röttger 2015: 155).

¹¹ Anmerkung des Verfassers: Im Zuge der Recherche zu Shitstorm-Definitionen ließ sich feststellen, dass nicht bei allen Definitionen der Aspekt des Erscheinens von Shitstorms in klassischen Medien vorhanden ist.

3.1.2. Zur Geschichte des Shitstorms und vom Englischen ins Deutsche

Ein „flame mail“ in den elektronischen Medien ist laut dem Cambridge Dictionary „an angry or offensive email“. Verwiesen wird in diesem auch auf das Wort „flame war“ (Cambridge Dictionary o.J.).

„Flame war“ kann als Vorgänger des Shitstorms gesehen werden. Auch Steinke weist auf die Vorreiterrolle der „Flame wars“ hin. Empörungstürme gibt es schon länger unter anderen Namen, bspw. Flamewar (vgl. 2014: 3).

Das „Flaming“ entstand bereits mit dem ersten Mail-Verkehr in den Siebziger Jahren (vgl. Hänßler 2014). Neben Abwertungen gegenüber Technologien kamen auch Abwertungen gegenüber gesellschaftlichen Themen wie etwa Sex, Religion, Krieg, Vegetarismus, Homosexualität und Abtreibung hinzu (vgl. ebd. 2014).

Hänßler zeigt in seinem Spiegel-Online Bericht von 2014 eine übersichtliche Auflistung von Flamewar-Beispielen anhand einer Fotostrecke.

Unter anderem lassen sich hier Informationen über Morddrohungen wegen stinkender Katzen, Namensänderungen als Auslöser für Hitlervergleiche und Geschlechterkriege wegen Klopapier finden (vgl. ebd. 2014).

Pfeffer et. al verwenden für den Begriff „Shitstorm“ in der englischsprachigen Literatur den Begriff „online firestorm“. Darunter verstehen sie „the sudden discharge of large quantities of messages containing negative WOM and complaint behavior against a person, company, or group in social media networks“ (Pfeffer et al 2014: 2).

Ein Shitstorm im Englischen „ist ein bisschen etwas anderes als wie ich es im Deutschen verstanden habe“ (Lobo 2010).

Nach Sascha Lobos Vortrag im Jahr 2010 bei der re:publica ist es passiert. 2011 wurde der „Shitstorm“ zum Anglizismus des Jahres gewählt.

„Shitstorm füllt eine Lücke im deutschen Wortschatz, die sich durch Veränderungen in der öffentlichen Diskussionskultur aufgetan hat. Es hat sich im Laufe des letzten Jahres von der Netzgemeinde aus auf den allgemeinen Sprachgebrauch ausgebreitet und gut in die Struktur des Deutschen eingefügt“ (Jurybegründung, Anglizismus des Jahres 2011).



Abbildung 6: „Anglizismus des Jahres 2011“ (anglizismusdesjahres.de 2011)

Der Begriff „Shitstorm“ war im deutschsprachigen Raum in aller Munde. Sascha Lobo entschuldigte sich 3 Jahre darauf in einem Spiegel Online Bericht (Lobo 2013).

„Ich habe, ohne es zu beabsichtigen, die Welt ein bisschen schlechter gemacht. Dafür bitte ich um Entschuldigung“ (Lobo ebd.).

3.1.3. Wie entstehen Shitstorms?

Folger schrieb in ihrer Masterarbeit über die Entwicklung von Shitstorms, und im Speziellen darüber, welche Motivationen dazu führen, dass Shitstorms von Seiten der User verfasst und unterstützt werden. Die Ergebnisse sind das Resultat einer ausgedehnten Befragung. Die bereinigte Stichprobe bestand aus 347 Online-Befragungen (vgl. Folger 2014: 68).

Die meisten Shitstorms gehen eher von Privatpersonen aus, welchen als Kunden, Betroffenen oder Opfern im Gegensatz zu einem Unternehmen eine höhere Glaubwürdigkeit zugeschrieben wird. Dies bietet für Unterstützer Identifikationspotential, sodass Beiträge schnell über Freunde oder Follower geteilt werden (vgl. Steinke 2014: 14).

Ein wesentlicher Motivator für das Verfassen und Unterstützen von neWOM ist das Lösen eines Problems. Die Beschwerden ergeben sich, weil die User wenig zufriedenstellende Antworten erhalten – andererseits hoffen sie, dass sie durch einen Shitstorm einen Dialog mit dem Unternehmen führen können (vgl. Folger 2014: 107, vgl. dazu auch Steinke 2014).

Indem Beschwerden durch andere User unterstützt werden, wächst der Druck auf das Unternehmen. Mit Hilfe des gemeinsamen, öffentlichen Beschwerens gewinnen neWOM-Verfasser Orientierung. Sie erkennen, ob sie Repräsentanten einer Mehrheitsmeinung sind. Einen relevanten Anreiz stellt neben der Problemlösung auch die soziale Unterstützung dar. Wenn User die gleichen Probleme mit einem Unternehmen haben, wird kommentiert, beziehungsweise ein so genannter „Like“ vergeben (vgl. Folger 2014: 107).

Wenn Unternehmen gar keine Reaktion zeigen, sind neWOM-Verfasser frustriert. Im Vordergrund stehen immer das Teilen und das Warnen von schlechten Erfahrungen mit Unternehmen, und die Absicht eine Reaktion von Unternehmensseite zu provozieren (vgl. ebd. 108).

Es zeigt sich also, dass unternehmerisches Handeln und damit verbundene Entscheidungen vermehrt in Frage gestellt und darauffolgend öffentlich in kritischer Weise diskutiert werden (vgl. Zühlsdorf 2002: 15).

Wenn es um Partizipation geht, so ermöglicht das Social Web viele Optionen, um am Kommunikationsprozess teilzunehmen. Die passive Rolle des Nutzers ändert sich, indem er als aktiver Beteiligter Inhalte erstellt und verbreitet, sodass diese auch zunehmend an Bedeutung gewinnen (vgl. Schmidt 2008: 25ff).

Eine Anlehnung an den „Prosumer“, welcher sich aus den Begriffen „producer“ und „consumer“ (Toffler 1980: 284) zusammensetzt, scheint gegeben zu sein.

1998 – da waren die Menschen von Facebook und Co noch weit entfernt – hielt Burkart fest, dass sich spätestens seit Mitte der 80er Jahre ein Trend der damals gesellschaftlichen Entwicklung danach richtete, nicht bloß zu jammern, sondern Veränderungen aktiv mitgestalten (vgl. Burkart 1998: 166).

Die Krisenanfälligkeit nimmt jedenfalls zu, weil sich die Angriffsfläche vergrößert. (vgl. Köhler 2008: 237).

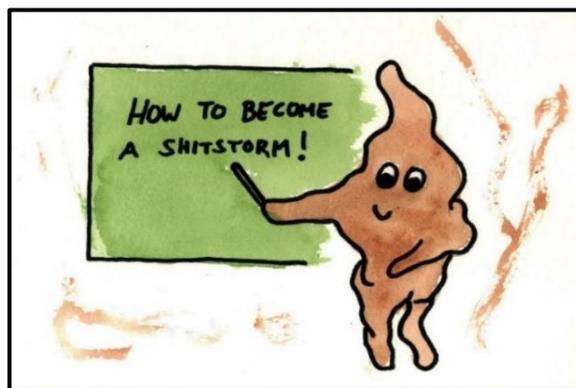


Abbildung 7: „How to become a shitstorm!“ eigene Quelle 2019

Sascha Lobo erwähnte in seinem Vortrag von 2010 zwei wichtige Aspekte:
„Über den Bericht wird berichtet. Das bedeutet, es geht nicht nur mehr darum, was ist passiert, sondern auch, was haben andere Leute gesagt, das passiert sei. Das ist

der erste Schritt Richtung Shitstorm, nämlich wenn angefangen wird nicht nur zu berichten, sondern auch über die Berichte zu berichten“ (Lobo 2010).

Weiters sagt Lobo: „Ich glaube, dass Shitstorms zu einem großen Teil daraus entstehen, weil der Moment von der digitalen Öffentlichkeit, von uns allen, dramatisch überbewertet wird. Das hängt damit zusammen, dass Aktualität der wichtigste Wert ist in diesem Echtzeit-Netz. Deswegen heißt es auch Echtzeit-Netz. Und ich glaube, dass dieser Wert zu groß ist“ (Lobo ebd.).

Neuhold schreibt: „Durchforste die Medien nach einem gesprochenen oder geschriebenen Satz, der als moralisch verwerflich gewertet werden KANN“ (Neuhold 2017). So beginnt „Das Empörium.“ – ein treffender Artikel zu Shitstorms wie sie noch entstehen können. Eine weitere „Empfehlung“ ist, den Kontext der Aussage zu verschweigen (ebd.). Und weiter:

„Wirf den einen Satz auf Facebook oder Twitter der digitalen Meute zum Fraß vor – in einer Video-Endlosschleife oder als plakatives Zitat“ (Neuhold 2017).

In Anlehnung daran nicht unbeträchtlich sind so genannte Bots. Das sind Computerprogramme, die einen Shitstorm generieren, oder diesen bestärken können. Sie sammeln Daten. Daten von Nutzern. Diese Roboter lernen von Usern. Der Shitstorm kann wie am Fließband produziert werden (vgl. Meier/ Wilton 2016).

Kriegel schreibt in ihrem Artikel von „Massenmeinung aus der Dose“ (2016).

3.1.4. Der Shitstorm und sein „Zuhause“ - das Web 2.0

Tim O'Reilly prägte 2007 den Begriff Web 2.0, was sich in seinem Aufsatz: „What is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software.“ finden lässt.

Dem Anschein nach verlagert sich zwischenmenschliche Kommunikation immer mehr in die virtuelle Welt, vor allem auch in die der sozialen Netzwerke. Die Infografik von Lori Lewis und Chadd Callahan veranschaulicht, was alles in nur einer einzigen Internetminute passiert.

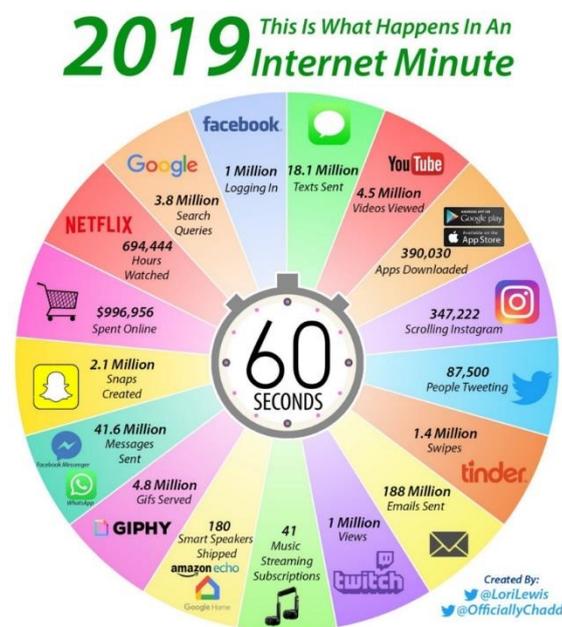


Abbildung 8: „This is what happens in an internet minute“ Visualcapitalist.com 2019

Allein in Facebook loggen sich der Infografik zufolge 1 000 000 User pro Minute ein. Eine nicht unwesentliche Rolle dabei scheinen Smartphones zu spielen. „Mit der zunehmenden Verbreitung von Smartphones und schnellen Datennetzen wurde das Internet zum ständigen und allgegenwärtigen Alltagsbegleiter“ (Steinke 2014: 5).

Laut einer Befragung der Statistik Austria in den Monaten April bis Juni 2018 hatten mehr als 5,7 Millionen Personen zum Befragungszeitraum in den letzten drei

Monaten Internet genutzt, darunter nutzten 81,9% das Internet mittels Smartphones unterwegs (vgl. Statistik Austria 2019).

Die Verbreitung des Internets, die Mobilkommunikation und das Entstehen neuer sozialer Medien implizieren eine „kommunikationshistorisch bedeutsame Zäsur, die unseren Kommunikationshaushalt förmlich revolutioniert hat“ (Burkart 2019: 17).

Ruisinger stellt fest, dass Kommunikationsfachleute im Kommunikationsraum Internet stets vor solche Herausforderungen gestellt werden, vor allem, da sie es mit einem Raum zu tun haben, der weder gefestigt noch geschlossen ist, und einem ständigen Wandel ausgesetzt ist (vgl. Ruisinger 2011: 17).

In seiner „digitalen Gefolgschaft“ weist Türcke auf den Bühnencharakter der Öffentlichkeit hin: „Deshalb ist sie per definitionem repräsentative Öffentlichkeit: eine vom privaten Alltag abgehobene Sphäre mit sozialen Mindestfiltern, durch die hindurch muß [sic!], wer sich in ihr artikulieren möchte“ (Türcke 2019: 20).

Das Web 2.0 verschafft und ermöglicht gegenseitigen Austausch, die soziale Kompetenz. Beiträge werden von anderen Usern kommentiert, bewertet und korrigiert (vgl. Schindler/ Liller 2011: 5).

Lies betont den kostengünstigen Aspekt des neuen Massenmediums und den damit verbundenen weltweiten Zugang. Die Interaktionen sind sowohl zwischen Unternehmen und ihren Bezugsgruppen als auch unter den Mitgliedern in Gruppen möglich. Die rasche Onlinekommunikation impliziert Veränderungen der Stakeholder-Diskussionen, sodass Shitstorms entstehen können. Unternehmen fürchten hier den Kontrollverlust (vgl. Lies 2015: 65).

Spiller bezeichnet Onlinenetze vor allem deswegen für die Zukunft als sehr bedeutsam, da diese eine schnelle, kostengünstige, umfassende, dialogorientierte Kommunikation mit Bezugsgruppen fördern, besonders im Business-to-Customer-

Bereich (vgl. Spiller 2015: 73). Auf der anderen Seite betont er die Möglichkeit, dass Stakeholder mit Shitstorms sehr rasch den Druck auf ein Unternehmen erhöhen können (vgl. ebd. 73).

„Die Angst der Unternehmen vor Shitstorms liegt insbesondere auch in der Schnelligkeit und hohen Reichweite dieser Empörungskommunikation begründet, die zwar im Netz beginnt, aber keinesfalls darauf beschränkt bleibt“ (Folger/Röttger 2015: 159).

„Soziale Netzwerke verlangen nach einer Werte-Diskussion.“ (Rau 2007: 206)

Götzenbrucker räumt Meinungsführern einen hohen Stellenwert bei Verstehensprozessen im sozialen Netzwerk, besonders in konflikthanfälligen Situationen zu (vgl. Götzenbrucker 2010: 210).

Welchen Stellenwert hat Vertrauen?



Abbildung 9: „Verwirrung“ eigene Quelle 2019

„Vertrauen wurde als wichtige Schlüsselkategorie im Verständigungsprozess hervorgehoben. Im Rahmen strukturtheoretischer Ansätze wird Vertrauen durch enge, reziproke Beziehungen, strukturell ähnliche Positionen oder soziale Nähe von Akteuren gewonnen“ (Götzenbrucker 2010: 218).

In digitalen, modernen Zeiten, in denen Shitstorms nahezu an der Tagesordnung stehen, und sogar „Shitstormmanager“ gesucht werden¹², stellt sich jedenfalls die Frage nach der Verständigungsorientierung von Shitstorms in den sozialen Netzwerken.

3.2. Zur Verständigungsorientierung

„Das Konzept einer „Verständigungsorientierten Öffentlichkeitsarbeit“ (VÖA) wurde als Instrument zur Planung und Evaluation von Public Relations entwickelt“ (Burkart 2012: 17, siehe auch Burkart/Probst 1991, Burkart 1993, 1996, 2015).

Als Basis für Burkarts Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit diente die Theorie des kommunikativen Handelns (TKH) von Jürgen Habermas.

„Der Begriff des kommunikativen Handelns setzt die Sprache als Medium einer Art von Verständigungsprozess voraus, in deren Verlauf die Teilnehmer, indem sie sich auf die eine Welt beziehen, gegenseitig Geltungsansprüche erheben, die akzeptiert und bestritten werden können“ (Habermas 1981: 148).

Will sich ein Akteur an Verständigung orientieren, so muss er drei Geltungsansprüche erheben: Wahrheit, Richtigkeit und Wahrhaftigkeit (vgl. ebd. 149).

„Der Sprecher beansprucht also die Wahrheit für Aussagen oder Existenzpräsuppositionen, Richtigkeit für legitim geregelte Handlungen und deren normativen Kontext, und Wahrhaftigkeit für die Kundgabe subjektiver Erlebnisse“ (ebd. 149).

Habermas unterscheidet zwischen der objektiven, der sozialen und der subjektiven Welt (vgl. ebd. 149).

¹² Anmerkung des Verfassers: siehe zum Shitstormmanager bspw.: <https://www.spiegel.de/karriere/stress-job-social-media-die-shitstorm-manager-a-881673.html>

Zu Beginn wurde die Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit vielfach kommentiert und rezipiert, aber auch kritisiert.

In den folgenden Jahren entwickelte Burkart die Idee des „diskursiven Journalismus“ (Burkart 1998).

Als „Diskursiver Anwalt“ wird der Journalist verstanden, der für die Gesellschaft dafür eintritt Fakten kritisch auf ihre Wahrheit, agierende Personen auf ihre Wahrhaftigkeit und ihre Vertrauenswürdigkeit, und Ziele nach deren Legitimität/Richtigkeit zu erfragen (vgl. Burkart 1998: 171).

Die VÖA beruht auf zwei wesentlichen Prämissen. Die erste lautet:

„Wir leben in einer Risiko- und Konfliktgesellschaft, deren Mitglieder ihre Partizipationschancen vermehrt wahrnehmen“ (Burkart 2015: 278).

Die zweite besagt:

„Menschliche Kommunikation ist ganz grundsätzlich auf das Ziel wechselseitiger Verständigung hin angelegt“ (ebd. 278).

Es war in den 1990er Jahren als Burkart bereit zum ersten Mal sagte, dass PR-Kommunikatoren gut beraten sind, „wenn sie ihr Handeln auch an den Prinzipien der Verständigung orientieren“ (Burkart 2015: 278f).

2012 machte Burkart deutlich:

„Öffentlichkeitsarbeit ist gut beraten, wenn sie ihre kommunikative Grundstruktur ernst nimmt“ (18).

Burkart forderte bereits 1998 von der Öffentlichkeitsarbeit ein, verständigungsorientiert zu agieren. Die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit dem Thema Verständigung hat an Bedeutung zugelegt (ebd. 166f).

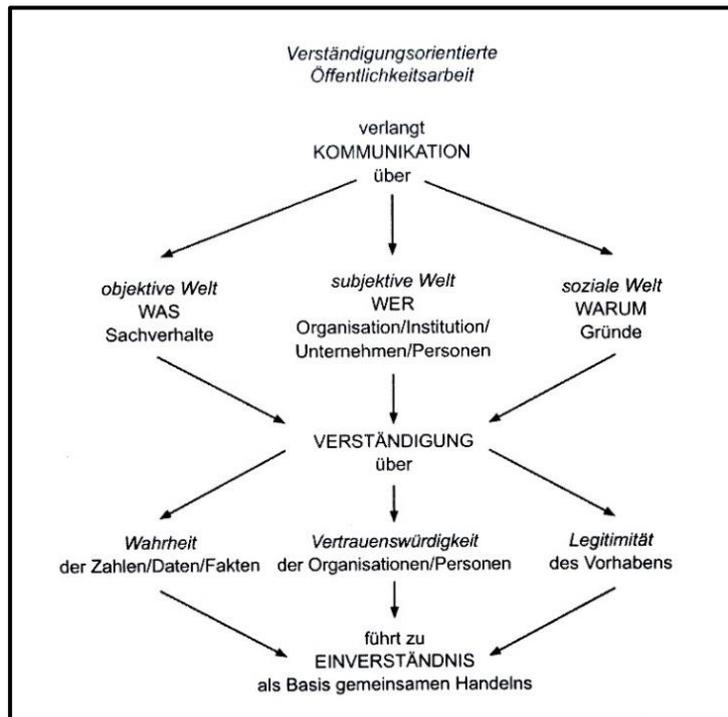


Abbildung 10: Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit (Burkart 1996: 256)

Die W-Fragen „Was“, „Wer“ und „Warum“ müssen klar beantwortet werden können. Sie führen zur Verständigung über Wahrheit, Vertrauenswürdigkeit und Legitimität, in weiterer Folge zu Einverständnis (vgl. Burkart 1996: 255f).

Mit Hilfe des Index für Verständigungsorientierung¹³ kann die Qualität der Verständigung gemessen werden (vgl. Burkart/Rußmann, 2014: 50). In ihrer wissenschaftlichen Untersuchung (Langzeitvergleich 1970-2008) analysierten Burkart und Rußmann Pressemitteilungen politischer Parteien in Österreich im Hinblick auf deren Verständigungsqualität (vgl. Burkart/Rußmann 2015: 49f).

Wird der Index gerechnet, so verdichtet dieser die erhobenen Variablen samt ihren Ausprägungen zu einem einzigen Kennwert. Am maximal erreichbaren Wert orientiert sich der VOI. Das Punktverfahren schließt alle vier Qualitätsmerkmale des VOI mit ein – das Begründungsniveau, die Lösungsorientierung, das Respektmaß und die Zweifeläußerungen (vgl. Burkart/ Rußmann 2015).

¹³ Entwicklung des VOI von Burkart et al. 2010

Der Index zur Verständigungsorientierung von Burkart et. al 2010 ermöglichte neue Perspektiven für die PR (Burkart 2015: 277).

Die Berechnung des Index und der damit verbundenen Verständigungsorientierung fand bereits in mehreren wissenschaftlichen Abschlussarbeiten Beachtung und Anwendung, so etwas bei Obenaus 2017 zu öffentlichen, politischen Diskussionen bei der Wiener Gemeinderatswahl 2015, oder etwa in der Arbeit von Chaloupek 2013 zum verständigungsorientierten Unternehmensauftritt der Wiener Linien in Facebook.

Auch in dieser Arbeit ist das Vorhaben, den VOI zu berechnen, und auf Shitstorms anzuwenden. Bevor dies passieren soll, ist jedoch eine weitere, intensive Auseinandersetzung mit dem Shitstorm ob seiner theoretischen Hintergründe und seiner inhaltlichen – diese meinen vor allem die quantitative Untersuchung – erforderlich.

Der Forschungsstand auf den nächsten Seiten wurde für die theoretische Untermauerung zum Thema Shitstorms, soziale Netzwerke und Verständigungsorientierung herangezogen.

In diesem werden prägnante Untersuchungen dargestellt und erläutert. Anhand der folgenden Beispiele wird versucht die eine oder andere Verknüpfung von Shitstorms und Verständigungsorientierung herzustellen.

Dadurch, dass es bezüglich Burkarts verständigungsorientierter Kommunikation noch keine dem Verfasser bekannte Untersuchung gibt, stellt diese Forschungsarbeit nicht nur eine Herausforderung, sondern auch die Option auf neue Erkenntnisse dar.

Wie verständigungsorientiert ist der Shitstorm?

3.3. Forschungsstand: Shitstorms, Verständigungsorientierung, Web 2.0¹⁴

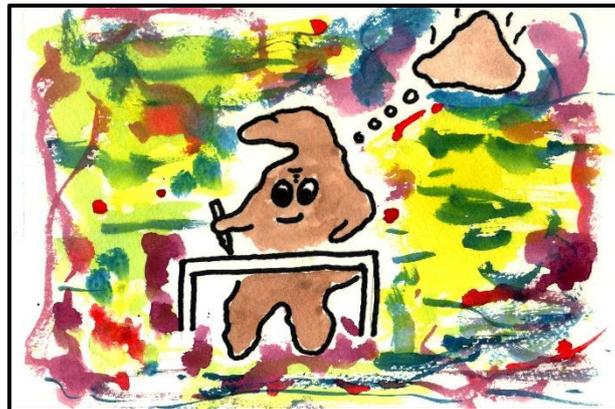


Abbildung 11: „Der Forscher“ eigene Quelle 2019

¹⁴ Ausgewählte Forschungsarbeiten

Shitstorms – eine Pionierarbeit

Mona Folger erhielt 2013 für ihre Masterarbeit, welche den Titel „Entstehung und Entwicklung von Shitstorms. Motivation und Intention der Beteiligten am Beispiel von Facebook.“ trägt, den Nachwuchsförderpreis des Bundesverbandes deutscher Pressesprecher.

„Um den Kern eines Shitstorms zu verstehen, reicht es aber nicht aus, ihn nur deskriptiv zu betrachten. Um zu verstehen, warum eine Beschwerde zu einem Shitstorm wird und welche Motive hinter dem Verfassen und Unterstützen von Beschwerden stehen, ist es notwendig, die Verantwortlichen zu beleuchten: die Facebook-Nutzer“ (Folger 2014: 16).

Folger fand mit ihrer Studie heraus, weshalb Facebook-Nutzer negative, elektronische Mundpropaganda auf Facebook unterstützen und verfassen. Sie rückte ebenso die Einflüsse von konstruktiver Selbstwirksamkeit und kollektiver Wirksamkeit für das Verfassen und Unterstützen von neWOM in den Fokus ihres Forschungsinteresses. Auch die Bedeutungen des Zusammenhanges des Faktors Glaubwürdigkeit und das Unterstützen von Shitstorms waren Teil der Untersuchung (vgl. Folger 2014: 16f).

Als zentrales Ergebnis zeigt die Studie, dass der wesentlichste Motivator für das Verfassen und Unterstützen von neWOM die Erwartung an die Lösung eines Problems ist. In dieser Hinsicht spielt auch die Reaktion von Unternehmen eine bedeutende Rolle. Facebook-Nutzer beschwerten sich nämlich vor allem auch dann, wenn sie von Unternehmensseite keine oder wenig zufriedenstellende Antworten erhalten. Auf der anderen Seite suchen die Nutzer den Dialog mit Unternehmen. Seitens der Nutzer wird zudem spekuliert, dass sie Unterstützung von anderen Nutzern für ihre Beschwerden bekommen. Dadurch soll der Druck auf Unternehmen steigen, und diese zu Reaktionen, besonders im Hinblick auf zufriedenstellende Antworten und Lösungen für Probleme animiert werden. Das Verfassen von neWOM impliziert zudem eine Orientierungsfunktion. NeWom-Verfasser können durch ihre Beschwerden erkennen, ob sie allein mit einem Problem dastehen, oder

ob sie eine Mehrheitsmeinung vertreten. Dieser soziale Aspekt und die damit verbundene Unterstützung stellen neben dem Bereich der Problemlösung einen wichtigen Punkt dar. Es geht auch um das Warnen anderer, und um zu verhindern, dass diese dieselben Fehler machen (vgl. Folger 2014: 108).

Shitstorms und neWOM. Verfassen und unterstützen.

Folger und **Röttger** halten im Anschluss an Folgers Arbeit in ihrem Aufsatz fest, dass die qualitative und quantitative Bedeutung von Shitstorms noch nicht systematisch analysiert worden ist.

Häufig und spezifisch ist es Unzufriedenheit, die Nutzer dazu veranlasst Shitstorms zu entfachen. Diese werden übrigens als besondere Form der Skandalisierung betrachtet (vgl. Folger/ Röttger 2015: 155f).

„Die für Skandale konstitutive kollektive Empörung entspricht in sozialen Netzwerken dem Unterstützen von neWOM, d.h. die kollektive Unterstützung einer Ursprungsbeschwerde ist notwendige Voraussetzung für die Entstehung eines Skandals im Social Web. Unterstützung kann bei Facebook erfolgen, indem andere Nutzer eine Ursprungsbeschwerde a) liken, b) teilen, c) unterstützend kommentieren oder d) einen ebenfalls negativen Erfahrungsbericht auf der jeweiligen Facebook-Seite veröffentlichen“ (Folger/ Röttger 2015: 159).

Folger und Röttger ergänzen die Ergebniserwartung, welche für neWOM spezifisch ist, um die Bereiche Reziprozität und Problemlösung (vgl. ebd. 166f).

Die Untersuchung erfolgte mittels Online-Fragebogen, dem vorbereitend qualitative Recherche-Interviews vorangegangen sind. Bei der Stichprobe handelte es sich um 347 Personen, von denen 80 Personen selbst neWOM gepostet, und 110 Personen unterstützt haben. Alle anderen dienten als Kontrollgruppe (vgl. ebd. 169).

Die Studie hat ergeben, dass sich 73% der Befragten über schlechtes Service oder Produkte beschwerten. Ungefähr ein Drittel beklagt sich über ein schlechtes Beschwerdemanagement. Folger und Röttger merken zudem an, dass Beschwerden in sozialen Netzwerken erst dann auftreten, wenn klassische Servicekanäle

versagen. Was die Problemlösung anbelangt, wollen die Personen, die sich beschweren, eine Reaktion des Unternehmens bewirken, und zudem, dass das Unternehmen Kenntnis über die Unzufriedenheit erlangt. Verfasser von eWOM erwarten sich die Lösung eines Problems (vgl. ebd. 171f).

Sowohl für eWOM- und neWOM-Verfasser spielen die soziale Kommunikation und Unterstützung, sowie die Problemlösung eine zentrale Rolle (vgl. ebd. 174). Die Ergebnisse der Untersuchung sind, dass Beschwerden im sozialen Netzwerk oft aufgrund gescheiterter Kunden- bzw. Stakeholder Kommunikation entstehen. Beschwerden werden seitens der Nutzer grundsätzlich als glaubwürdig, und daher als unterstützenswert angesehen. Ein nicht unwesentlicher Punkt, ist, dass sich Facebook-Nutzer im Klaren sind, dass sie eine kollektive Macht besitzen und diese ausüben können. Wesentliche Ziele sind der Dialog und die Problemlösung. Unternehmen können sich vor wertenden Aussagen der Nutzer kaum schützen (vgl. Folger/ Röttger 2015: 178f).

Shitstorms und Demokratie

Prinzing untersuchte Shitstorms als eine Form der Meinungs- und Protestäußerung. Die Vorgangsweise war induktiv, Inhalte aus Reputationsmanagement, Krisenkommunikation, Online-Marketing und Online-Communities wurden berücksichtigt. „Bislang wurden Shitstorms vor allem in Bezug auf Unternehmen analysiert. Shitstorms generieren aber themenzentrierte Öffentlichkeiten auch in anderen Bereichen“ (Prinzing 2015: 160).

Prinzing bezog aus diesem Grund unterschiedliche Adressaten eines Shitstorms in ihre Untersuchung mit ein (Privatpersonen, Politiker, Unternehmer, Journalisten) (vgl. ebd. 160).

Prinzing bildete Modelle, um Shitstorms einzuordnen.

Diese sind das Unzufriedenheitsmodell, das Aufklärungs- und Correctness-Modell, das Gegenangriffsmodell, das Hohn- und Spottmodell, sowie das Frust- und Umgedrehter-Spieß-Modell. Die Ergebnisse der inhaltsanalytischen Untersuchung

zeigen, dass die häufigsten Adressaten von Shitstorms Unternehmen sind, gefolgt von Politikern und Privatpersonen. In 55 von 106 Fällen war der eigene Kommentar einer Person oder eines Unternehmens Auslöser für den Shitstorm. Die meisten Shitstorms spielen sich in den sozialen Netzwerken ab, die Mehrheit auf Facebook. In 56 von 106 Fällen konnte das Aufklärungs- und Correctness-Modell identifiziert werden, rund ein Fünftel war dem Unzufriedenheitsmodell zuzuordnen. Die Verteilung auf das Gegenangriffsmodell, das Hohn- und Spott-Modell, sowie das Frust- und Umgedrehter-Spieß-Modell fiel gering aus (vgl. Prinzing 2015: 162ff).

Prinzings Analyse zeigte auch, dass durchaus eine Mehrheit das Anliegen hat, einen Missstand aufzuzeigen. Dies gilt auch und besonders für politische Shitstorms, die häufig dem Aufklärungs- und Correctness-Modell zuzuordnen sind (vgl. Prinzing 2015: 165). In einem weiteren Teil ihrer Studie untersuchte Prinzing 33 politische Shitstorms genauer. Es galt herauszufinden, ob Kritik an Mandatsträgern bzw. deren Handlungen geübt werde. Am häufigsten ging es um die Frage des richtigen Handelns. 15 der 33 Shitstorms waren dem Correctness-Modell zuzuordnen. Eine nicht unwesentliche Rolle spielte die Glaubwürdigkeit von Aussagen. Im weiteren Verlauf ihrer Untersuchung nahm Prinzing drei politische Shitstorms unter die Lupe und sah sich vor allem den Verlauf dieser an (vgl. ebd. 167f).

Die Annahme Shitstorms seien Wutanfälle der Nutzer, bei welchen Shitstormopfer vor allem diskreditiert werden, konnte sich nicht bestätigen. Dann dürfte es nämlich keine sachlichen Beiträge geben. Die untersuchten Shitstorms beinhalteten Zurechtweisungen, einzelne vulgäre Beleidigungen und Äußerungen feindseliger Art, jedoch war jeder dritte Kommentar nicht beleidigend (vgl. ebd. 169f).

Prinzings Studie veranschaulicht, dass politische Shitstorms beleidigende, sachliche und vermischende Beiträge beinhalten, und daher nicht homogen sind. Bei politischen Shitstorms überwiegen die Fragen nach Correctness, Ungerechtigkeit und Glaubwürdigkeit. Die Analyse in den Printmedien zeigte, dass oft negative Inhalte zitiert wurden, und folglich die Negativität der Shitstorms bestärkt wurde (vgl. Prinzing 2015: 173).

Shitstorms können „durchaus wie ein frischer Protestwind wirken“ (Prinzing 2015: 137).

Prinzing betont, dass Shitstorms Beteiligung an Gesprächen, und vor allem an politischen Themen ermöglichen. Abschließend plädiert Marlis Prinzing für die Entwicklung alternativer Kommunikationsräume, sodass demokratische Teilhabe auch außerhalb diverser Online-Plattformen, wie bspw. Twitter oder Facebook, ermöglicht werden kann (vgl. ebd. 174).

Prinzing fragt nicht nur, ob Shitstorms begründete demokratische Prozesse sind, sondern hält in ihrer Studie auch fest, dass Shitstorms vorsätzlich die Reputation angreifen (vgl. ebd. 154).

Shitstorms und der digitale Spillover

Himmelreich und **Einwiller** verstehen unter einem digitalen Spillover den Umstand, dass nicht professionelle Kommunikatoren kritische Äußerungen über Personen beziehungsweise Unternehmen publizieren, und diese im Anschluss in den Massenmedien in die Berichterstattung miteinfließen (vgl. Himmelreich/ Einwiller 2015: 191).

Die Forschungsfragen lauteten:

„FF1: Wie häufig wird das Shitstorm-Phänomen von Journalisten in der deutschen Print- und Onlineberichterstattung aufgegriffen?“ und „FF2: In welcher Weise wird von den Journalisten über Shitstorms berichtet (Inhalte, Tonalität)?“ (ebd. 191).

Mittels quantitativer Inhaltsanalyse von deutschen Printmedien und ihren Onlineauftritten wurden folgende Häufigkeiten festgestellt (vgl. ebd. 193).

Die Themenbereiche der Shitstorms waren Politik (39%), Wirtschaft (23%), Kultur (16%), Sport (7%), Religion/ Ethik (4%), Sonstige (11%) (vgl. ebd. 196).

Die Anzahl der reaktiven Aussagen der zentralen Shitstormobjekte (N=117) verteilt sich wie folgt: Es gibt 26 Entschuldigungen, 25 Verharmlosungen, 20 greifen den Ankläger an, 13 leugnen, 12 reden sich raus, 12 schmeicheln sich ein, 3 sind Sündenböcke, 3 entschädigen, 2 erinnern, und bei 1 besteht eine Opferrolle. Die Untersuchung hat gezeigt, dass Shitstorms einen enormen Nutzungszuwachs erfahren haben, und dass von den Onlinemedien das Medium der Spiegel Online am meisten über das Internetphänomen berichtet. Die Qualitätsmedien „Die Süddeutsche“ und die „TAZ“ haben bei Printmedien die Nase vorne. Organisationen waren häufiger Shitstormopfer als Personen und bei den meisten Themen handelt es sich um die Politik, bei Wirtschaft an zweiter Stelle und danach um Kultur (vgl. Himmelreich/ Einwiller 2015: 198ff).

Unternehmen und Entschuldigungen

Wiencierz et. al betonen, dass Beschwerden im digitalen Kontext für Unternehmen reputationsrelevant sind. Die Studie zeigt, dass die Aussprache einer wörtlichen Entschuldigung als auch die Übernahme von Verantwortung durch das Unternehmen als Reaktion auf eine Beschwerde im sozialen Netzwerk Facebook Vertrauenswürdigkeit beim Stakeholder herstellen kann (vgl. Wiencierz et. al 2015: 132).

Die forschungsleitende Fragestellung der Studie war: „Welche Wirkung hat die Rezeption einer Kundenbeschwerde auf Facebook und die daran anschließende Reaktion des Unternehmens in Form einer Entschuldigung bzw. Verantwortungsübernahme auf die Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit des Unternehmens durch andere Facebook-Nutzer als außenstehende Dritte?“ (Wiencierz et. al 2015: 139).

Das Experiment macht deutlich, dass sich Entschuldigungen von Unternehmensseite und Übernahme von Verantwortung positiv auf die Vertrauenswürdigkeit des Unternehmens auswirken.

Dialoge im sozialen Netzwerk

Die Studie von **Thummes und Malik** untersucht Dialoge im sozialen Netzwerk. Das Ziel dieser Studie war es, einen Vergleich hinsichtlich der Dialoge vor dem Hintergrund des Ideals und der Wirklichkeit von Unternehmen und ihren Anspruchsgruppen im sozialen Netzwerk zu ziehen (Thummes/ Malik 2015: 106). Relevant für die inhaltsanalytische Untersuchung war der Argumentationsstil der Nutzer, die zustimmende oder kritische Haltung der Nutzer sowie respektvoller beziehungsweise respektloser Ton. Es wurde ebenso untersucht auf welche Geltungsansprüche sie sich beziehen. Überwiegend ist der Ton respektvoll, ein kritischer Ton beziehungsweise abwertende Auseinandersetzungen wird von Nutzerseite nicht angestrebt (vgl. ebd. 123). Es werden wenige Zweifel an den Geltungsansprüchen geäußert. Wenn Zweifel geäußert werden, dann im Hinblick auf relevante Sachverhalte, wie etwa Produkte oder Serviceinformationen. Thummes und Malik stellen weiter fest, dass 70% der Unternehmensantworten Lösungsvorschläge bieten, eine überwiegende Mehrheit stellen konkrete Lösungsvorschläge dar (64%). Die Kommunikation zwischen den Unternehmen und den Nutzern bezieht sich vor allem auf Servicethemen (ebd. 2015: 123f).

„Die Ergebnisse der Inhaltsanalyse bestätigen, dass Unternehmen die Potentiale des sozialen Netzwerks nur eingeschränkt nutzen, um die technischen und inhaltlichen Voraussetzungen für einen verständigungsorientierten Dialog zu schaffen. Ebenso gering fällt die Beteiligung der Nutzer aus“ (Thummes/ Mailik 2015: 126).

Die Befunde der Untersuchung zeigen weiters, dass Facebook sich weniger als Forum für verständigungsorientierte Kommunikation eignet, sondern eher Relevanz für die Selbstdarstellung von Unternehmen besitzt. Von den privaten Usern wird das Netzwerk Facebook zumeist für private Kommunikation verwendet (vgl. ebd. 127).

Ein Shitstorm auf Twitter

Jellasitz analysierte einen Shitstorm gegen Barilla auf Twitter. Die Studie bestätigt das zeitliche Schema von Online-Krisen. Zu Beginn steht ein rascher Anstieg an

Beiträgen, und nach der Eskalationsphase ein ebenso rascher Rückgang an Beiträgen. Untersucht wurde der Aspekt der Moral und wertende Aussagen darüber. Achtung und Missachtung von Personen ließen sich unterscheiden in „gut“ und „böse“ (vgl. Jellasitz 2015: 91f).

„Die Analyse bestätigt, dass auch andere Beteiligte durch eine moralisierende Kommunikationsweise zur Zielscheibe werden können. Im vorliegenden Fall wurden Twitter-User von Befürwortern der Aussage oftmals darauf hingewiesen Meinungsfreiheit zuzulassen und die Verhaltensweisen der Community als übertriebene Reaktion ins Lächerliche gezogen“ (ebd. 92).

Verständigungsorientierungsindex 2.0 und die verständigungsorientierte Kommunikation eines Unternehmens

Chaloupek passte den „Verständigungsorientierungsindex“ (Burkart et. al 2010) an die Bedingungen des Web 2.0 an. Chaloupek wendete diesen in ihrer Studie auf das ursprüngliche Forschungsfeld der VÖA – der Pressearbeit – an. Die Studie hat gezeigt, dass das Instrument (VOI 2.0) erfolgreich funktioniert hat. Chaloupek machte deutlich, dass die Wiener Linien mit ihrem PR-Instrument – einer Facebook-Fanseite – dem Ziel verständigungsorientiert mit den Fahrgästen zu kommunizieren, näherkommt (vgl. Chaloupek 2013: 127f).

Chaloupek entwickelte für die Untersuchung der Verständigungsorientierung Kommunikations- und Analyseeinheiten (vgl. ebd. 66).

Zweifel im öffentlichen, politischen Diskurs – die Wiener Gemeinderatswahl 2015

Obenaus untersuchte im Zuge der Gemeinderatswahl 2015 die öffentlichen, politischen Diskurse auf den Facebookseiten der vertretenen Parteien im Gemeinderat. Das forschungsleitende Interesse war es, die Reaktionen auf

Zweifelkommentare zu messen. Es sollte herausgefunden werden, welche Qualitätsmerkmale des VOI durch die unterschiedlichen Zweifel provoziert werden (vgl. Obenaus 2017: 184).

Die Studie zeigt, dass unterschiedliche Zweifeltypen tatsächlich unterschiedliche VOI-Merkmale provozieren. Im Bereich der Wahrhaftigkeitszweifel stellt Obenaus fest, dass deutlich weniger Lösungsvorschläge geäußert werden. Als Folge von geäußerten Wahrhaftigkeitszweifel treten weniger Begründungen, aber mehr Folgezweifel auf (ebd. 185).

Mit der Anzahl formulierter Zweifel stellt Obenaus zudem eine negative Korrelation des Respektniveaus fest (ebd. 185).

Obenaus hält zudem fest, dass Zweifel an der Verständlichkeit kaum gefunden worden sind (ebd. 187).

Verständigungsorientierung, Unternehmensreaktionen auf Kundenbeschwerden

Folie untersuchte die Unternehmensreaktionen von Kundenbeschwerden (ÖBB, Wiener Linien, Post, Billa, McDonald's. Der Fokus dieser Arbeit war auf Zweifel in den Kundenbeschwerden gerichtet (Zweifel an der Wahrheit, Wahrhaftigkeit und Legitimität/ Richtigkeit). Die Untersuchung von Folie hat gezeigt, dass Kundenbeschwerden hauptsächlich den Zweifeln an der Richtigkeit/ Legitimität zuzuordnen sind. Die Studie hat weiters gezeigt, dass Unternehmen sich entschuldigen, erklären bzw. die Beschwerden weiterleiten. Bei Wahrhaftigkeitszweifel kam es vermehrt zu aktiven Weiterleitungen kommen. Folie erklärt das damit, dass dieser Zweifeltyp nicht objektiv überprüft werden kann. In der Studie wird zudem festgehalten, dass es scheinbar keinen sicheren Weg gibt, um die Kundenzufriedenheit zu steigern, da die meisten Kunden dem Unternehmen kein Feedback geben (vgl. Folie 2016: 122f).

4. Die empirische Untersuchung

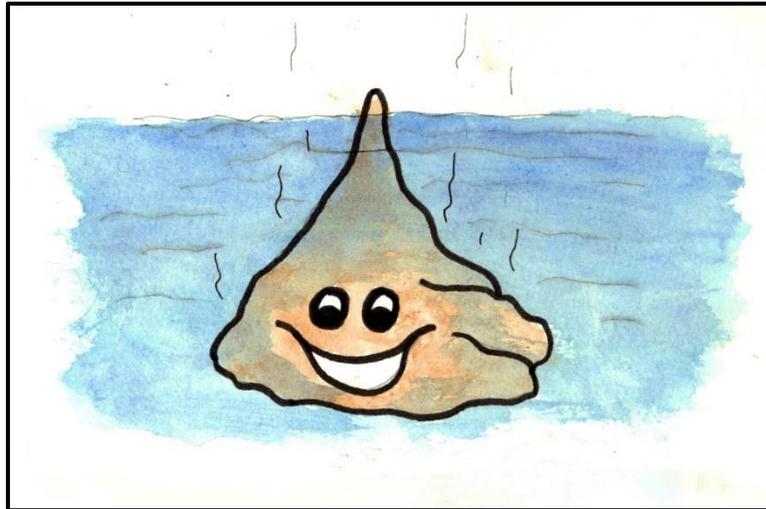


Abbildung 12: „Das ist nur die Spitze des Shitstorms“ eigene Quelle 2019

4.1. Die Forschungsfragen

Die übergeordnete Forschungsfrage

Nach einem umfangreichen Einblick in die Theorie zu Shitstorms, Soziale Netzwerke und der Verständigungsorientierung, lässt sich eine übergeordnete Forschungsfrage formulieren. Sie lautet:

Wie verständigungsorientiert sind Shitstorms?

Da es bis dato keine wissenschaftliche Auseinandersetzung mit Shitstorms im Hinblick auf Inhalte der Qualitätsmerkmale der Verständigungsorientierung gibt, möchte der Autor dieser Studie nicht unerwähnt lassen, dass er sich auf die eine oder andere Erkenntnis einstellt.

Es sei hier zusätzlich angemerkt, dass diese Arbeit nicht darauf abzielt hypothesenprüfend vorzugehen. Es soll im Verlauf der Studie, die eine oder andere theoretische Annahme präsentiert werden.

Shitstorm und Inhaltsanalyse, das mutet nicht nur an, ein komplexes Konstrukt zu sein. Es ist eines.

Gerade in Anbetracht dessen gestaltet sich diese wissenschaftliche Forschungsarbeit qualitativ und quantitativ, aber dazu in einem späteren Teil des Untersuchungsdesigns.

Auf der nächsten Seite werden nun die drei zentralen Forschungsfragen vorgestellt.

Die Forschungsfragen, die es zu untersuchen gilt, lauten im Detail wie folgt:

Forschungsfrage 1:

Wie verteilen sich die VOI-Merkmale auf die unterschiedlichen Shitstorms und wie drückt sich das in Zahlen und Prozent aus?

Die Forschungsfrage 1 untersucht somit die Häufigkeiten und die Verteilungen der Qualitätsmerkmale des Verständigungsorientierungsindex insgesamt und in den unterschiedlichen Shitstorms.

In einem zweiten Schritt werden Vergleiche zwischen den unterschiedlichen drei Shitstorms gezogen.

Dem Verfasser dieser Arbeit geht es vor allem darum, den Shitstorm¹⁵ – vor dem Hintergrund, dass 3 unterschiedliche Shitstorms codiert werden – im Hinblick auf verständigungsorientierte Merkmale „greifbar“ zu machen.

Forschungsfrage 2:

Welche Zweifel provozieren welche VOI-Merkmale?

Die Forschungsfrage 2 will untersuchen, welche Qualitätsmerkmale des Verständigungsorientierungsindex von den unterschiedlichen Zweifeltypen provoziert werden. In vorigen wissenschaftlichen Abschlussarbeiten zur Verständigungsorientierung wurde festgestellt, dass vor allem die Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität eine wesentliche Rolle spielen. Die wissenschaftliche Abschlussarbeit von Obenaus zeigt, dass unterschiedliche Zweifeltypen tatsächlich unterschiedliche VOI-Merkmale provozieren (vgl. Obenaus 2017: 185). Im Anschluss an Forschungsfrage 2 kommt Forschungsfrage 3, ehe es dann zur Messung der VOI-Werte in den unterschiedlichen Zweifeleinheiten kommen soll.¹⁶

¹⁵ Anmerkung und Zusatz: Die Fallzahlen mit knapp 500 Beiträgen pro Shitstorm fallen gering aus.

¹⁶ Die Zweifeleinheiten werden zu einem späteren Zeitpunkt (im Untersuchungsdesign) umfangreich präsentiert.

Forschungsfrage 3:

Wie reziprok verläuft die Verständigung bei den 3 Shitstorms?

In den am Anfang präsentierten und dargelegten Definitionen rund um das Thema Shitstorm erhärtet sich der Verdacht, dass Shitstorms wenig reziprok verlaufen. Es ist beispielsweise der lawinenartige Charakter, der dem Shitstorm zugrunde liegen zu scheint.

Erste Einblicke in diverse Shitstorms im sozialen Netzwerk Facebook erlauben und manifestieren die Annahme, dass es sich genauso verhält.

Um dem Shitstorm eine potenzielle „Chance“ für das Messen hinsichtlich reziprok verlaufender Kommunikation zu geben, wird die Reziprozität mittels einer einfachen, formalen Herangehensweise erforscht. Sie zielt nicht auf die einzelnen Inhalte der Beiträge ab, die auf einander Bezug nehmen.¹⁷

4.2. Das Forschungsdesign



Abbildung 13: „Gewinnen Sie einen Shitstorm“ eigene Quelle 2019

¹⁷ Eine umfangreiche Beschreibung der Variable V15 Reziprozität ist im Codebuch im Anhang zu finden.

Die bisherigen wissenschaftlichen Arbeiten zum Shitstorm beschäftigten sich vor allem mit Befragungen (siehe Forschungsstand).

4.2.1. Der Gegenstand der Untersuchung

Der zentrale Untersuchungsgegenstand ist der Shitstorm im sozialen Netzwerk Facebook. In den Fokus der Untersuchung werden die Beiträge, vor allem die der User, sowie die Beiträge, die Zweifel beinhalten, gerückt.¹⁸

Um Aussagen über das Internet-Phänomen treffen zu können, möchte der Verfasser drei unterschiedliche Shitstorms in seine Arbeit miteinbeziehen und untersuchen.

Förderlich ist es, wenn die Themenbereiche der Shitstorms unterschiedlich sind.

Der Verfasser hat sich festgelegt und einen Shitstorm gegenüber einem Verkehrsunternehmen, einen Shitstorm gegenüber einer Supermarkt-Filiale/ eines Supermarktes und einen politischen Shitstorm herangezogen.

Nun werden die drei, unterschiedlichen Shitstorms, die untersucht werden, vorgestellt:

1. Der Westbahn-Shitstorm

Oktober 2015: In einem Schreiben an die ÖBB wünscht die Westbahn im Zuge der Flüchtlingskrise einen Rabatt bei den Stationsentgelten, da sich viele – laut Westbahn – „sämtliche“ Kunden ob der Sicherheit und des Zustandes am Bahnhof sorgen.

Die Westbahn sah sich unmittelbar mit einem gewaltigen Shitstorm konfrontiert.

2. Der Merkur-Shitstorm

In einer Merkur-Filiale ereignet sich Folgendes: Eine Kundin wollte wissen, weshalb die Ware – konkret ging es um verpacktes Obst – nicht rabattiert wird. Als Antwort erhielt sie dort, dass dies den Kunden im ersten Bezirk nicht zuträglich ist. Weiters hieß es, dass die Ware im Anschluss entsorgt wird.

¹⁸ Es wird jeder einzelne Beitrag auf Qualitätsmerkmal des Verständigungsorientierungsindex (Burkart et. al 2010) untersucht.

Als die Kundin über diesen Vorfall auf der Facebook-Seite von Merkur berichtete, löste dies einen gewaltigen Shitstorm aus und Merkur sah sich mit einer Vielzahl an Kommentaren konfrontiert.

3. Der Kickl-Shitstorm

Der ehemalige Innenminister Herbert Kickl (FPÖ) hat sich bei einer Pressekonferenz dafür ausgesprochen, Flüchtlinge „konzentriert“ an einem Ort zu halten. Kickl sah sich schnell mit einem Shitstorm konfrontiert.

4.2.2. Der Untersuchungszeitraum

Der Zeitraum der Untersuchungen erstreckt sich für die letzte Codierung von Mai - Juli 2019.¹⁹

Im Mai 2019 wurde der Westbahn-Shitstorm codiert, im Juni der Merkur-Shitstorm und im Juli der Kickl-Shitstorm. Die Auseinandersetzung mit dem Thema Shitstorms und Verständigungsorientierung fiel jedoch deutlich länger aus. An dieser Forschungsarbeit wurde mit Unterbrechungen, und aufgrund der Komplexität des Themas, seit mehr als drei Jahren gearbeitet.

4.2.3. Die Methoden

Es wird eine Inhaltsanalyse durchgeführt, jedoch wird der explorative Charakter der Studie hervorgehoben.

Philipp Mayring begründet die Krux quantitativer Analysen mit dem Ausblenden von qualitativen Aspekten, welche Voraussetzungen für die Untersuchung darstellen können. Weiters kritisiert er, dass durch die implizite Übernahme qualitativer Aspekte dazu führen, dass quantitative Verfahren zu verzerrenden Ergebnissen führen und am Endergebnis vorbeilaufen (vgl. 2010: 20f).

Der Verfasser des Werkes integrierte diese Kritik in die Überlegungen zur empirischen Vorgehensweise dieser Arbeit. Schließlich geht es darum, Aussagen zu

¹⁹ Das Codebuch wurde ca. dreimal überarbeitet und Codierungen haben dahingehend auch öfter stattgefunden. Erläuterungen dazu gibt es im Anhang im Codebuch.

treffen und Erkenntnisse über den Shitstorm im Hinblick auf die Verständigungsorientierung zu formulieren.

Häufigkeiten und Zahlen in Prozent stellen zwar einen großen Teil der Auswertung dar, sind jedoch ob des explorativen Zugangs nicht immer vordergründiger Teil dieser Studie. Wichtig ist es genau hinzusehen, was der Shitstorm mit der Verständigungsorientierung macht bzw. wie verständigungsorientiert dieser ist.

Angestrebt wird mit Hilfe des Index zur Verständigungsorientierung den Grad dieser in Shitstorms zu berechnen. Der Autor möchte im Zuge der Arbeit stets beobachten und erklären.

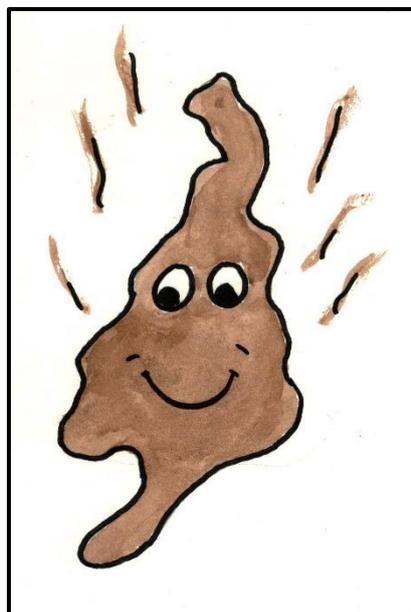


Abbildung 14: „Wohlverdient, Shitstorm!“ eigene Quelle

„Der Begriff Inhaltsanalyse ist die Übersetzung des englischen „content analysis“. Mittels Inhaltsanalysen lassen sich Kommunikationsinhalte wie Texte, Bilder und Filme untersuchen, wobei der Schwerpunkt auf der Analyse von Texten liegt“ (Atteslander 2003: 215).

Der quantitative Teil ist für die Datenerhebung und die Verteilung der VOI-Merkmale wichtig, der explorative Zugang wird benötigt, um während des gesamten Zeitraumes der Untersuchung zu hinterfragen, zu erklären und in besonders für den Verfasser wünschenswerten Fällen bereits Erkenntnisse zu gewinnen.

„Die Kontroverse zwischen qualitativen und quantitativen, zwischen explorativen und repräsentativen Forschungsstrategien ist innerhalb der Wissenschaft noch keineswegs entschieden“ (Atteslander 2003: 9).

Diese Untersuchung stellt vorerst die Verteilung der Häufigkeiten der VOI-Merkmale in den Mittelpunkt der Forschung, mit besonderem Fokus auf die geäußerten Zweifelkommentare.

Ein Codebuch zur Codierung von Shitstorms, welches hier angewendet wird, befindet sich im Anhang dieser Arbeit.

Daten des bereinigten Datensatzes werden mittels SPSS 26 ausgewertet.

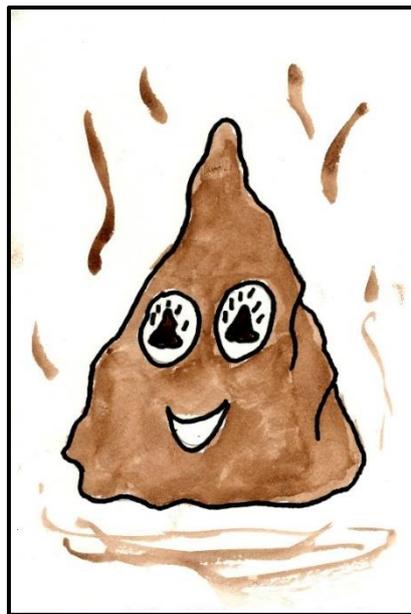


Abbildung 15: „Ein explorativer Blick auf den Shitstorm“ eigene Quelle 2019

4.2.4. Die willkürliche Stichprobe

Für den Verfasser erscheint es für die Erhebung der Daten am Sinnvollsten, eine willkürliche Stichprobe zu ziehen, vor allem da er die Grundgesamtheit nicht kennt.²⁰

Braunecker verweist in seinem Buch „How to do Empirie, how to do SPSS“ explizit auf diese Vorgangsweise:

„Eine Stichprobe ist immer dann gegenüber einer Vollerhebung zu bevorzugen, wenn man die Grundgesamtheit nicht kennt, wegen ihrer Größe nicht erforschen oder in ihrer Gesamtheit nicht erreichen kann“ (Braunecker 2016: 40).

²⁰ Shitstorms sind meist auf mehreren Plattformen zugleich vertreten. Zudem treten Postings in unterschiedlichen Zeitabständen auf, und es besteht nicht die Möglichkeit auf jedes Profil, welches sich am Shitstorm beteiligt, zuzugreifen.

4.2.5. Zur Repräsentativität

Der Verfasser verfolgt in erster Linie – wie bereits öfters erwähnt – einen explorativen Ansatz.

Von drei verschiedenen Shitstorms werden knapp die ersten 500 Beiträge (somit insgesamt 1500 Beiträge (Postings, Kommentare und Antworten)) erhoben und nach den Kriterien des erstellten Codebuchs codiert.

Die Fallzahlen sind mit knapp 500 Beiträgen pro Shitstorm gering. Die Aussagen, die im Anschluss über den „Shitstorm“ getroffen werden, beziehen sich stets auf die Erkenntnisse, die sich durch die Untersuchung der drei untersuchten Shitstorms ergeben.

Braunecker betont, dass ein Hauptvergehen die mangelnde Repräsentativität sein kann und Ergebnisse oft als Ergebnisse einer quantitativen Untersuchung präsentiert werden, obwohl sie nicht ausreichend repräsentativ sind (vgl. Braunecker 2016: 42).

4.2.6. Die Zweifel- und Analyseeinheiten

Speziell für die Forschungsfrage 2 werden Zweifel- und Analyseeinheiten (angelehnt an Chaloupek 2013: 58, siehe auch Obenaus 2017: 48f) aus dem ersten Sample herausgefiltert.

Dies dient dazu, die Reaktionen auf die Zweifelkommentare zu veranschaulichen und auszuwerten. Die Vorgangsweise ist auf der nächsten Seite kurz skizziert:

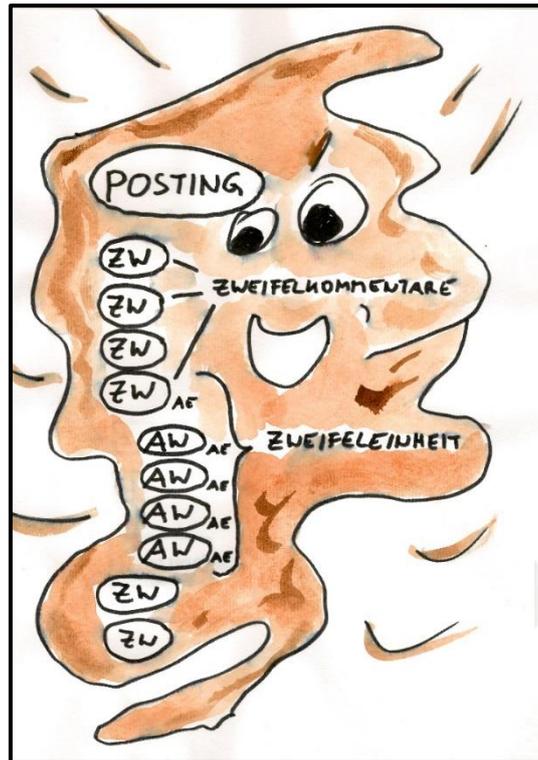


Abbildung 16: „Zweifel- und Analyseeinheiten im Shitstorm“ eigene Quelle 2019

Als Zweifelkommentar ist ein Kommentar (Facebook-Kommentar) zu verstehen, der einen Zweifel beinhaltet. Zur Zweifeleinheit wird er, wenn auf diesen mind. eine Antwort (Facebook-Antwort) folgt.

Die Analyseeinheit wird sowohl für die Zweifeleinheiten (Zweifelkommentare, die Antworten auslösen) als auch für die Antworten auf Zweifelkommentare vergeben. Dies geschieht marginal abweichend zu den Vorgangsweisen in den Arbeiten von Chaloupek 2013 und Obenaus 2017, in denen Kommunikationseinheiten (Zweifelkommentare mit Antworten) und Analyseeinheiten (Antworten in den Kommunikationseinheiten) gebildet wurden.

Die Unterschiede bestehen lediglich darin, dass die Begriffe Zweifeleinheit und Kommunikationseinheit differieren, sowie in der Tatsache, dass in dieser Arbeit extra auch eine Analyseeinheit für die Zweifeleinheit eingetragen wird. Dies ist hier eine rein formale Entscheidung.

4.2.7. Der Verständigungsorientierungsindex (VOI) und seine Qualitätsmerkmale

Für die Codierung der drei verschiedenen Shitstorms und der im Anschluss folgenden Auswertung dient ein Codierungssystem, welches aus verschiedenen Variablen besteht.

Die Zuordnung der Datentypen erfolgt je nach Kategorie entweder nominal oder metrisch, wobei die meisten Datentypen nominal ausgerichtet sind.

In ihrer wissenschaftlichen Untersuchung (Langzeitvergleich 1970-2008) analysierten Burkart und Rußmann Pressemitteilungen politischer Parteien in Österreich im Hinblick auf deren Verständigungsqualität. (vgl. Burkart/ Rußmann 2015: 49f)

„Der Index für Verständigungsorientierung (VOI) verdichtet die erhobenen Variablen und deren Ausprägungen zu einem einzigen Kennwert. Die Indexbildung folgt dabei einem Punkteverfahren, das sich auf jeder der vier Subdimensionen (Begründungsniveau, Lösungsorientierung, Respektmaß und Zweifel) am maximal erreichbaren Wert orientiert.“ (Burkart/ Rußmann 2015: 57)

Erstellt wurde der Index im Jahr 2010. (Burkart/ Rußmann/ Grimm 2010)

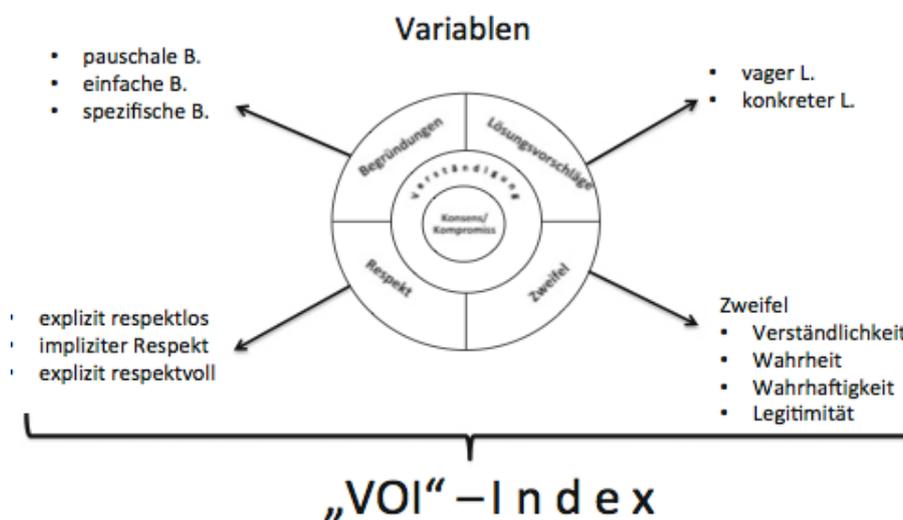


Abbildung 17: „VOI“ - Index (Burkart/ Rußmann 2015: 58)

Die Qualitätsmerkmale des VOI werden für diese Forschungsarbeit in folgender Reihenfolge untersucht: Zweifel, Respektäußerungen, Begründungen, Lösungsvorschläge

Die Zweifel

Zweifel an der Verständlichkeit

Darunter wird das kritische Hinterfragen einer Aussage verstanden, im Hinblick auf die verständliche Formulierung einer Position bzw. Aussage.

Zweifel an der Wahrheit

Dieser Zweifel besteht, wenn der Wahrheitsgehalt einer Aussage hinterfragt wird.

Zweifel an der Wahrhaftigkeit

Hier wird dem Gegenüber eine Unehrllichkeit bzw. Täuschungsabsicht unterstellt. Dies betrifft die Vertrauenswürdigkeit des Gegenübers.

Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität

Diese Zweifel treten vor allem dann auf, wenn man dem Gegenüber unterstellt, dass sein Handeln Werte und Normen verletzt.

(vgl. Burkart/ Rußmann 2015: 56)

Die Respektäußerungen

Spörndli versteht unter Respekt einen „Faktor, der sich entscheidend auf die Einigungswahrscheinlichkeit auswirkt“ (Spörndli 2014: 146).

Burkart und Rußmann teilen Spörndlis Auffassungen über Respekt, ebenso wie jene der Respectresearchgroup (2009). Darauf basierend unterscheiden sie drei verschiedene Respektniveaus, die sich wie folgt festhalten lassen.

Explizit respektlose Äußerungen

Es gibt eine explizite Abwertung, wie etwa bspw. Missachtung, Geringschätzung gegenüber einer Person bzw. einer Position.

Implizit respektvolle Äußerungen

Eine Aussage gegenüber einer Person oder einer Position ist weder explizit positiv noch explizit negativ.

Explizit respektvolle Äußerungen

Hier sind Äußerungen als positiv zu werten. Es handelt sich bspw. um Wertschätzung und Hochachtung (vgl. Burkart/Rußmann 2015: 55).

In dieser Studie wird der Respekt wie bei Burkart et. al 2010 getrennt.²¹

Die Begründungen

Vier unterschiedliche Begründungsniveaus wurden in Anlehnung an Steenbergen et al. (2003: 28) und Spörndli (2004: 9f) entwickelt.

Keine Begründung

Es gibt keine Begründung.

Eine Position ohne Begründung.

Pauschale Begründung

Eine Behauptung wird angegeben, diese ist jedoch nicht genau/ konkret. Diese wirkt eher allgemeingültig.

Einfache Begründung

Ein Faktum wird genannt und unterstützt somit eine Position.

Spezifische Begründung

Hier wird eine Position mit mehreren Fakten, Daten und Quellenverweisen untermauert. Auch der Verweis auf Experten charakterisiert spezifische Begründungen

(vgl. Burkart/Rußmann 2015: 53f).

Die Lösungsvorschläge

„Die Lösungsorientierung bezeichnet Anzahl und Konkretisierungsgrad von Lösungs- und/oder Vermittlungsvorschlägen im Kontext von (jeweils positionsbezogenen) Problemen“ (vgl. Burkart et. al 2010).

²¹ Der Verfasser der Arbeit möchte erforschen, ob es Unterschiede in den Shitstorms bezüglich der Respektäußerungen gegenüber den Personen/Unternehmen und deren Handlungen/ Äußerungen gibt,

Spörndli misst Lösungsvorschlägen einen wichtigen Stellenwert in konfliktträchtigen Diskussionen bei (vgl. Spörndli 2004: 143). An ihn angelehnt werden zwischen folgenden Lösungsvorschlägen unterschieden:

Kein Lösungsvorschlag

Es gibt keinen Lösungsvorschlag.

Vage Lösungsvorschläge

Es gibt eine Idee für eine Lösung, aber keinen konkreten Lösungsvorschlag. Es handelt sich um eine vage Formulierung einer Idee.

Konkrete Lösungsvorschläge

Ein konkreter Lösungsvorschlag zeichnet sich dadurch aus, dass Fakten und Daten genannt werden, sowie konkrete Maßnahmen, die zu einer Lösung des Problems beitragen können

(vgl. Burkart/ Rußmann 2015: 54).

4.2.8. Durchführung und Dokumentation

Die Transparenz der Vorgangsweise sowie die Reduktion der Komplexität des Themas sind dem Verfasser in hohem Maße wichtig,

Einzelne Schritte, mögliche Änderungen und Erläuterungen finden als Anmerkungen in den Fußzeilen in der Arbeit, aber auch im Anhang im Codebuch, Platz.

4.2.9. Der Pretest

Das Codebuch wurde laufend adaptiert. So wurde beispielsweise das Qualitätsmerkmal Respekt, welches vorher zusammengefasst war, in Person und Handlung unterteilt (siehe dazu Burkart et. al 2010), was eine neue Codierung implizierte und mehr Zeitaufwand beanspruchte.

Der Verfasser entschied sich für diesen wichtigen Schritt, da er – wie bereits auch vorhin erwähnt – herausfinden wollte, ob hinsichtlich dieser Aufteilung des Respekts Unterschiede in den untersuchten Shitstorms zu erkennen sind.

„Es ist die Regel, nicht die Ausnahme, daß [sic!] ein Codierbuch in einem, ggf. sogar in mehreren Pretests modifiziert werden muß [sic!], weil Fehler enthalten sind, aber auch, weil neue Erkenntnisse auftreten, die inhaltlich zu einer Verbesserung des Codierbuches und formal zu einer Verbesserung des Erhebungsverlaufs führen“ (Merten 1995: 325).

Erste, kleinere Tests bei diversen Shitstorms in Facebook ergaben, dass diese zweifelaffin sind. Weiters wurde festgestellt, dass auch andere Merkmale des VOI-Index zu erkennen sind. Beim Respekt zeigen sich deutlich zuordenbare Respektlosigkeiten – was auch nach Berücksichtigung der einführenden Theorie – keine große Überraschung darstellt.

Für den Pretest – dieser wurde öfter durchgeführt – wurden Beiträge des Westbahn-Shitstorms codiert (SH_1). Dieser hat gezeigt, dass häufig Zweifel, vor allem an der Richtigkeit/ Legitimität, und andere Qualitätsmerkmale des Verständigungsorientierungsindex vertreten sind.

4.2.10. Die Gültigkeit der Messung – Die Validität

„Valid ist eine Erhebung dann, wenn das Merkmal, das gemessen werden soll, auch tatsächlich gemessen wird. Damit ist die Validität das wichtigste Gütekriterium einer Messung“ (Braunecker 2016: 75).

Die Untersuchung fokussierte in erster Linie manifeste Text-Inhalte. Es wird zugleich von Beginn an festgehalten, dass nach längerer Durch- und Einsicht in

vielen Facebook-Kommentaren ebenso latente Inhalte auftreten. Das mag nicht zuletzt auch am Shitstorm und der mit ihm einhergehenden Komplexität liegen (Anm. d. Verf.).

4.2.11. Die Zuverlässigkeit der Messung – Die Reliabilität

Die Reliabilität, also die Zuverlässigkeit des Erhebungsinstruments ist dann gegeben, wenn diese bei wiederholter Untersuchung in einem kurzen Zeitabstand unter den gleichen Bedingungen ident ausgeprägt ist (vgl. Braunecker 2016: 74).

Für die Untersuchung war die Messung der Intracoderreliabilität mit zwei Methoden angedacht: einmal mit dem Holsti-Test, und einmal mit Krippendorff's Alpha.²²

Intracoderreliabilität

Von 1482 gültigen Beiträgen wurden 100²³ noch einmal codiert. Der Verfasser dieser Arbeit entschied sich für zwei Verfahren.

Auf der einen Seite fand der Holsti-Test Anwendung, auf der anderen wurden die Variablen, welche die VOI-Merkmale betrafen, mit dem etwas komplexeren Koeffizienten Krippendorff's Alpha berechnet.

²² Die Ergebnisse des Krippendorff Alpha Tests befinden sich im Anhang.

²³ Für den Reliabilitätstest wurden die VOI-Merkmale mit den beiden Bezugsadressaten Shitstormopfer und User herangezogen.

Der Holsti-Test

$$\frac{2 \times \text{Anzahl der übereinstimmenden Codierungen}}{\text{Zahl der Codierungen der ersten Codierung} + \text{Zahl der zweiten Codierung}}$$

(Holsti 1969: 140)

| Holsti-Test | | |
|---------------|------------|---------------|
| Variable | agreements | disagreements |
| V17 ZWEIFS | 94 | 6 |
| V18 ZWEIFS AC | 97 | 3 |
| V19 ZWEIFU | 93 | 7 |
| V20 ZWEIFU AC | 97 | 3 |
| V21 RESPS | 81 | 19 |
| V22 ResSH | 69 | 31 |
| V23 RESPU | 66 | 34 |
| V24 ResUH | 72 | 28 |
| V25 BEGS | 80 | 20 |
| V26 BEGU | 74 | 26 |
| V27 LÖSVS | 92 | 8 |
| V28 LÖSVU | 94 | 6 |
| gesamt | 1009 | 191 |

Holsti-Test Ergebnis: 0,841

Tabelle 1: Der Holsti-Test

1009 agreements stehen nach dem Holsti-Test 191 disagreements gegenüber.

Krippendorff's Alpha

| Krippendorff's Alpha | |
|----------------------|--------|
| Variable | Wert |
| V17 ZWEIFS | 0,9091 |
| V18 ZWEIFS AC | 0,9464 |
| V19 ZWEIFU | 0,8990 |
| V20 ZWEIFU AC | 0,9387 |
| V21 RESPS | 0,7146 |
| V22 ResSH | 0,5739 |
| V23 RESPU | 0,5476 |
| V24 ResUH | 0,5829 |
| V25 BEGS | 0,7007 |
| V26 BEGU | 0,6372 |
| V27 LÖSVS | 0,8591 |
| V28 LÖSVU | 0,8843 |

Tabelle 2: Krippendorff's Alpha

Nach den nochmals codierten 100 Beiträgen (ca. 33 Beiträge pro Shitstorm) liegen 6 Werte über 80% (V17, V18, V19, V20, V27 und V28). Die Werte der Variablen V21 und V25 befinden sich bei knapp über 70%.

In den Fällen V22, V23, V24 und V26 wird die Reliabilitätsanforderung unterschritten.

Werden Schwellenwerte unterschritten, so empfiehlt es sich, beim Interpretieren der Reliabilitätswerte diese immer auch in Beziehung zum Schwierigkeitsgrad der Variable zu setzen (vgl. Rössler 2005: 192).²⁴

²⁴ Anm. d. Verf.: Der Intercoderreliabilität-Test wurde 2 Monate nach dem Ende der letzten Codierung durchgeführt.

5. Ergebnispräsentation



Abbildung 18: „Wie wütet der Shitstorm?“ eigene Quelle 2019

5.1. Erste allgemeine Häufigkeiten und Statistiken

Nach der Bereinigung des Datensatzes konnten 1482 gültige Beiträge (Postings, Kommentare und Antworten) für die Datenauswertung und Ergebnispräsentation herangezogen werden.²⁵

Für die Präsentation der ersten Häufigkeiten und Statistiken wurden die drei Postings mit ausgewertet. Im späteren Teil der Ergebnispräsentation werden diese jedoch von der Auswertung ausgenommen. Darauf wird ebenso explizit verwiesen.²⁶

Die 1482 gültigen Beiträge (N) verteilen sich auf die drei untersuchten Shitstorms wie folgt:

| Anzahl der Beiträge in den 3 Shitstorms | | | | |
|--|------------|---------|---------------------|------------------------|
| | Häufigkeit | Prozent | Gültige Prozente | Kumulierte Prozente |
| Westbahn | 489 | 33,0 | 33,0 | 33,0 |
| Merkur | 495 | 33,4 | 33,4 | 66,4 |
| Kickl | 498 | 33,6 | 33,6 | 100,0 |
| Gesamt | 1482 | 100,0 | 100,0 | |

Tabelle 3: Anzahl der Beiträge in den 3 Shitstorms

489 Beiträge²⁷ und damit 33,0% der 1482 gültigen Beiträge fallen auf den Westbahn-Shitstorm, 495 und damit 33,4% auf den Merkur-Shitstorm und 498 und damit 33,6% auf den Kickl-Shitstorm.

²⁵ Erläuterungen und Erklärungen zum bereinigten Datensatz sind im Anhang der Arbeit zu finden. Im späteren Teil der Auswertung wird zum Großteil auf die 3 Postings verzichtet. Daher ergibt sich eine Gesamtanzahl von 1479 Beiträgen (1482 – 3 Postings).

²⁶ Es wird ebenso darauf hingewiesen, dass bei dieser Präsentation nicht alle Variablen präsentiert werden. Im Falle der Reziprozität beispielsweise (V15) gibt es ein eigenes Kapitel.

²⁷ Als Beiträge werden Postings, Kommentare und Antworten verstanden

Bei der Publikationsart (V3) überwiegen die Antworten mit 59,6%.

| Anzahl der Publikationsarten | | | | |
|------------------------------|------------|---------|---------------------|------------------------|
| | Häufigkeit | Prozent | Gültige Prozente | Kumulierte Prozente |
| Posting | 3 | 0,2 | 0,2 | 0,2 |
| Kommentar | 596 | 40,2 | 40,2 | 40,4 |
| Antwort | 883 | 59,6 | 59,6 | 100,0 |
| Gesamt | 1482 | 100,0 | 100,0 | |

Tabelle 4: Anzahl der Publikationsarten

3 Postings (ein Posting der Westbahn auf der Westbahn-Seite, ein Beschwerdeposting einer Kundin auf der Seite von Merkur und ein Posting der „Zeit im Bild“ über die Pressekonferenz des ehemaligen österreichischen Innenministers Herbert Kickl), **596 Kommentare, 883 Antworten**

In Prozent: 0,2% Postings, 40,2% Kommentare, 59,6% Antworten

Wie verteilen sich die Publikationsarten auf die drei, unterschiedlichen Shitstorms?

| | Publikationsarten in den 3 Shitstorms | | | | | | | |
|-----------|---------------------------------------|---------------------------------|--------|---------------------------------|--------|---------------------------------|--------|---------------------------------|
| | Westbahn | | Merkur | | Kickl | | Gesamt | |
| | Anzahl | Anzahl als Spalten (%) | Anzahl | Anzahl als Spalten (%) | Anzahl | Anzahl als Spalten (%) | Anzahl | Anzahl als Spalten (%) |
| Posting | 1 | 0,2% | 1 | 0,2% | 1 | 0,2% | 3 | 0,2% |
| Kommentar | 249 | 50,9% | 167 | 33,7% | 180 | 36,1% | 596 | 40,2% |
| Antwort | 239 | 48,9% | 327 | 66,1% | 317 | 63,7% | 883 | 59,6% |
| Gesamt | 489 | 100,0% | 495 | 100,0% | 498 | 100,0% | 1482 | 100,0% |

Tabelle 5: Publikationsarten in den 3 Shitstorms

Es lässt sich festhalten, dass sich in den knapp 500 codierten Beiträgen der drei untersuchten Shitstorms Unterschiede zeigen, was die Häufigkeiten hinsichtlich der Kommentare und Antworten anbelangt.

Während die Verteilung der Kommentare und Antworten im Westbahn-Shitstorm relativ ausgewogen ist (50,9% Kommentare und 48,9% Antworten), überwiegen sowohl beim Merkur-Shitstorm als auch beim Kickl-Shitstorm die Antworten (Merkur-Shitstorm: 66,1% Antworten, Kickl-Shitstorm: 63,7%).

Der Verfassertyp (V7)

1476 und damit 99,6% der Beiträge werden von Usern verfasst. Nur 5 Beiträge (0,3%) wurden von Shitstormopfern verfasst.²⁸ 0,1% der Beiträge betreffen Medienvertreter.²⁹

| Verfassertyp | | | | |
|-----------------|------------|---------|---------------------|------------------------|
| | Häufigkeit | Prozent | Gültige Prozente | Kumulierte Prozente |
| User | 1476 | 99,6 | 99,6 | 99,6 |
| Shitstormopfer | 5 | 0,3 | 0,3 | 99,9 |
| Medienvertreter | 1 | 0,1 | 0,1 | 100,0 |
| Gesamt | 1482 | 100,0 | 100,0 | |

Tabelle 6: Verfassertyp

Likes und Emoticons (V8)

Die Likes und Emoticons wurden ebenfalls codiert und festgehalten, um einen weiteren Eindruck bezüglich der Partizipation der User an Shitstorms gewinnen zu können.

²⁸ Anmerkung des Verfassers: Beim Kickl-Shitstorm wurde ein „Zeit im Bild“ – Video der Pressekonferenz herangezogen, der Anlass des Shitstorms war. Die Äußerungen gegenüber dem ehemaligen österreichischen Innenminister wurden als Äußerungen gegenüber dem Shitstormopfer codiert, jedoch gab es hier keine Reaktion von diesem im Facebook-Beitrag.

Shitstormopfern beteiligen sich generell sehr gering bis gar nicht am Shitstorm (betrifft die jeweils knapp 500 untersuchten Beiträge).

²⁹ Hier ist nur und ausschließlich der ORF „Zeit im Bild“ gemeint. Wenn in einem der untersuchten Shitstorms, oder mehr als einem beispielsweise Journalisten kommentiert haben, so wurde mit „User“ codiert. Alle Regeln sind im Anhang im Codebuch festgehalten.

Eine Besonderheit stellt folgendes dar: Der Westbahn-Shitstorm, welcher im Jahr 2015 stattgefunden hat, war noch nicht von der Umstellung auf Emoticons betroffen. Hier gab es daher nur Likes. Im Jahr 2016 führte Facebook Emoticons ein, um „Gefühle“ zum Ausdruck zu bringen.³⁰

481 Beiträge erhielten keine Likes/Emoticons. Das bedeutet wiederum, dass **1001 Beiträge mit „Gefällt mir“- Angaben oder „Gefühls-Emoticons“** bewertet wurden. Die 5 Beiträge mit den meisten Likes bzw. Emoticons, zeigen eine deutlich höhere Anzahl als die anderen Beiträge insgesamt, die Likes beziehungsweise Emoticons erhalten.

Die 5 Beiträge mit den meisten Likes und Emoticons liefern folgende Zahlen:

1. **6798 (B_0501)**³¹
2. **2895 (B_1002)**
3. **1265 (B_1005)**
4. **660 (B_0502)**
5. **561 (B_0096)**

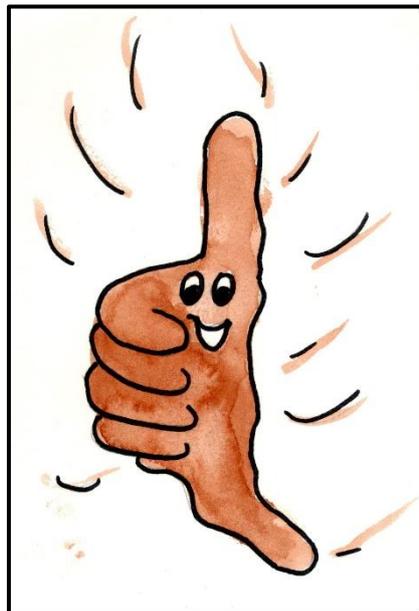


Abbildung 19: „Shitstorm-Like“, eigene Quelle 2019

³⁰ Anmerkung des Verfassers: zu den Emoticons siehe <https://www.n-tv.de/technik/Facebook-schaltet-Gefuehle-frei-article17075021.html>

³¹ Der Beitrag B_0501 ist das Posting, welches auf der Merkur-Seite als Beschwerdeposting veröffentlicht wurde. Es zeigt, dass ein Beschwerde-Posting in der Lage ist, viele User zu einer Reaktion mittels Likes bzw. Emoticons zu bewegen.

Die folgende Liste bietet einen Überblick über die Anzahl jener Beiträge, die 0 bis 15 Likes/Emoticons erhielten: (bspw.: 105 Beiträge erhielten jeweils 3 Likes/Emoticons, 47 erhielten 7).

| Likes und Emoticons | | |
|----------------------------|------------|---------|
| | Häufigkeit | Prozent |
| 0 | 481 | 32,5 |
| 1 | 255 | 17,2 |
| 2 | 176 | 11,9 |
| 3 | 105 | 7,1 |
| 4 | 75 | 5,1 |
| 5 | 51 | 3,4 |
| 6 | 49 | 3,3 |
| 7 | 47 | 3,2 |
| 8 | 25 | 1,7 |
| 9 | 21 | 1,4 |
| 10 | 10 | 0,7 |
| 11 | 14 | 0,9 |
| 12 | 8 | 0,5 |
| 13 | 10 | 0,7 |
| 14 | 7 | 0,5 |
| 15 | 11 | 0,7 |

Tabelle 7: Likes und Emoticons

Zusatz bzw. „Zusatzkomponente“ (V9)

Mit der Variable V9 wurde festgehalten, ob ein Beitrag nur aus Textmaterial besteht, oder auch „Zusätze“ enthalten sind. Unter diesen versteht der Verfasser Links (V10), Fotos/Screenshots/GIF³² (V11), Emoticons (V12), Tags³³ (V13) und/ oder

³² Anmerkung des Verfassers: „Graphics Interchange Format“ entwickelt von Steve Wilhite 1987. Siehe dazu auch den Blogbeitrag der New York Times von Amy O’Leary (<https://bits.blogs.nytimes.com/2013/05/21/an-honor-for-the-creator-of-the-gif/>)

³³ Anm. d. Verf.: Aus dem Englischen von „to tag“: etwas mit einem Anhänger oder Schild versehen. In den sozialen Netzwerken wie bspw. Facebook ist damit das Markieren anderer User oder Seiten zu verstehen. Siehe dazu auch [duden.de https://www.duden.de/rechtschreibung/taggen](https://www.duden.de/rechtschreibung/taggen)

Hashtags³⁴ (V14). Das Textmaterial ist konkret das, das untersucht wurde. Wenn „Zusatzkomponenten“ vorhanden waren, wurden die textlichen Inhalte/ Beiträge ebenso codiert und ausgewertet. Ausgeschlossen wurden jene Beiträge, die nur aus einer der Variablen V10 – V14 bestanden.

Von 1482 gültigen Beiträgen bestehen 1164, und damit 78,5% nur aus Text, 318 Beiträge (21,5%) bestehen zumindest aus einer Zusatzkomponente³⁵ der soeben erwähnten Variablen.

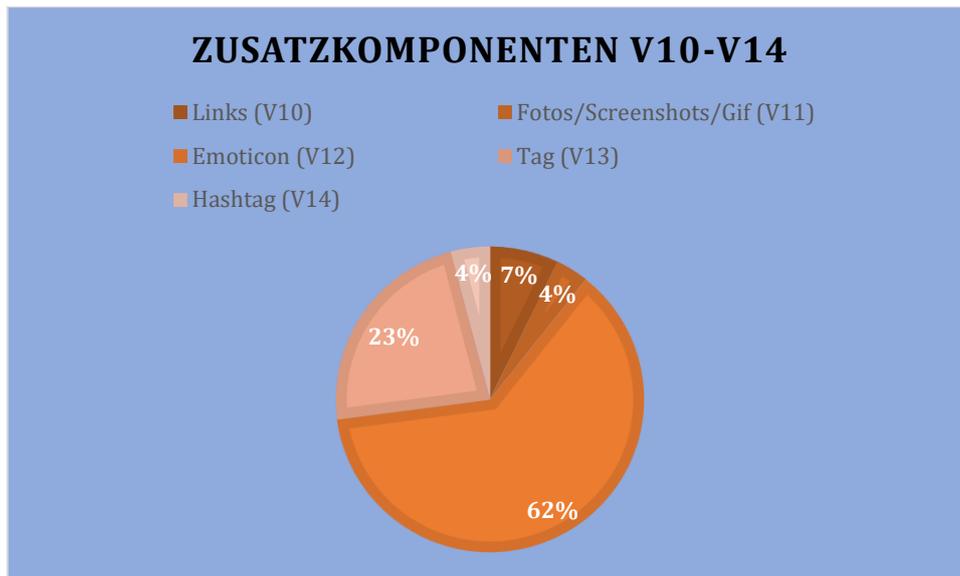


Abbildung 20: Zusatzkomponenten V10-V14

In den 1482 gültigen Beiträgen lassen sich folgende Häufigkeiten feststellen: Links (V10): 25 Beiträge (7%); Fotos/ Screenshots/ GIF (V11): 12 Beiträge (4%); Emoticons (V12): 216 Beiträge (62%); Tags (V13): 80 Beiträge (23%); Hashtags (V14): 14 Beiträge (4%). Insgesamt wurden 347 Beiträge den Variablen V10-V14 zugeordnet.³⁶

³⁴ Anm. d. Verf.: Unter Hashtag versteht der Duden ein „mit einem vorangestellten Rautezeichen markiertes Schlüssel- oder Schlagwort in einem [elektronischen] Text“ (<https://www.duden.de/suchen/dudenonline/Hashtag>)

³⁵ Anm. d. Verf.: „Zumindest aus einer Zusatzkomponente“ bedeutet in diesem Zusammenhang, dass es durchaus mehrere Beiträge gibt, die beispielsweise einen Link (V10) und ein Emoticon (V12) enthalten.

³⁶ In einem Beitrag können wie vorhin beschrieben, mehrere Zusätze zum Textmaterial vorhanden sein. (Dies stellt jedoch – was im Verlauf der Codierung festgestellt worden ist – eher die Ausnahme dar).

Der Bezugsadressat (V16)

Was den Bezugsadressaten³⁷ anbelangt, zeichnet sich in den drei untersuchten Shitstorms ein klares Bild ab. Von den 1482 gültigen Beiträgen sind in 15 Beiträgen die Adressaten nicht zuordenbar, 216 Beiträge sind sowohl an das Shitstormopfer als auch an den/die User gerichtet.³⁸

507 (34,2%) der Beiträge adressieren das jeweilige Shitstormopfer, doch 744, und damit 50,2%, die User.

| Bezugsadressat | | | | |
|--|------------|---------|---------------------|------------------------|
| | Häufigkeit | Prozent | Gültige Prozente | Kumulierte Prozente |
| Shitstormopfer | 507 | 34,2 | 34,2 | 34,2 |
| User | 744 | 50,2 | 50,2 | 84,4 |
| beide | 216 | 14,6 | 14,6 | 99,0 |
| nicht relevant/ nicht zuordenbar | 15 | 1,0 | 1,0 | 100,0 |
| Gesamt | 1482 | 100,0 | 100,0 | |

Tabelle 8: Bezugsadressat

³⁷ Für die Codierung war es wichtig die Kommentare im Hinblick auf die Adressaten zu unterscheiden. Auf wen bezieht sich der Kommentar? (Shitstormopfer/ User/ beide/ nicht codierbar) Auch indirekter Bezug wurde codiert.

³⁸ Anmerkung für den späteren Abschnitt der Untersuchung und die Ergebnisse: Es kam vor, dass ein Kommentar oder eine Antwort an beide – das Shitstormopfer und den User – adressiert war und gegenüber beiden Seiten Zweifel beinhaltete. Hier flossen beide Zweifeltypen in die Auszählung der Häufigkeiten mit ein. Für andere Auswertungen wurde der Zweifel gegenüber dem Shitstormopfer stets bevorzugt. Das hat nicht nur einen rein pragmatischen Grund, sondern auch diesen, dass ein Shitstorm immer gegen ein bestimmtes Shitstormopfer gerichtet ist, und daher der Zweifel aus Sicht des Autors gegenüber dem Shitstormopfer stärker zu gewichten ist.

5.2. Die Qualitätsmerkmale des VOI

5.2.1. Die Zweifel

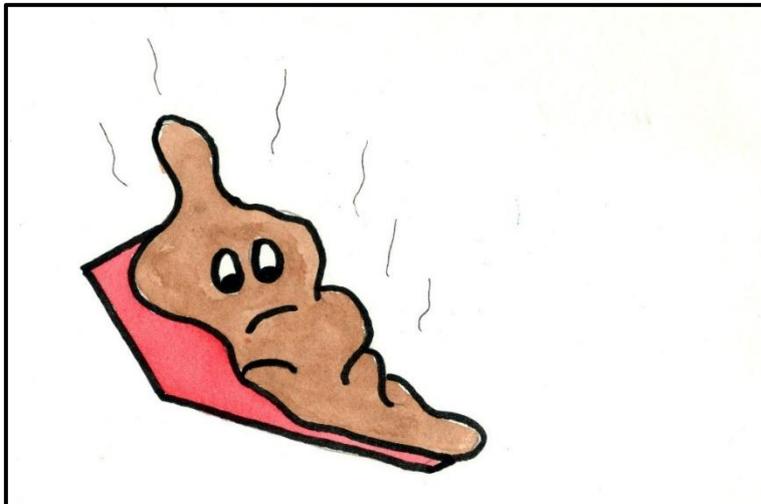


Abbildung 21: „Woran zweifelt der Shitstorm?“ eigene Quelle 2019

Die Zweifel gegenüber den Shitstormopfern (V17) und den Usern (V19)³⁹

| | Zweifel gegenüber den Shitstormopfern gesamt | | | | | | | | |
|-----------------------------------|--|-----------|------------|------------------|-----------|------------|--------|-----------|------------|
| | in den Kommentaren | | | in den Antworten | | | Gesamt | | |
| | Anz. | Zeil. (%) | Spalt. (%) | Anz. | Zeil. (%) | Spalt. (%) | Anz. | Zeil. (%) | Spalt. (%) |
| Verständlichkeit | 22 | 66,7% | 3,7% | 11 | 33,3% | 1,2% | 33 | 100,0% | 2,2% |
| Wahrheit | 29 | 58,0% | 4,9% | 21 | 42,0% | 2,4% | 50 | 100,0% | 3,4% |
| Wahrhaftigkeit | 30 | 53,6% | 5,0% | 26 | 46,4% | 2,9% | 56 | 100,0% | 3,8% |
| Richtigkeit/ Legitimität | 283 | 69,9% | 47,5% | 122 | 30,1% | 13,8% | 405 | 100,0% | 27,4% |
| kein Zweifel/ nicht zuordenbar | 111 | 59,4% | 18,6% | 76 | 40,6% | 8,6% | 187 | 100,0% | 12,6% |
| nicht relevant | 121 | 16,2% | 20,3% | 627 | 83,8% | 71,0% | 748 | 100,0% | 50,6% |
| Gesamt | 596 | 40,3% | 100,0% | 883 | 59,7% | 100,0% | 1479 | 100,0% | 100,0% |

Tabelle 9: Zweifel gegenüber den Shitstormopfern gesamt

In den drei untersuchten Shitstorms insgesamt überwiegen sowohl bei den Zweifel gegenüber den Shitstormopfern als auch gegenüber den Usern die **Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität**.

| | Zweifel gegenüber den Usern gesamt | | | | | | | | |
|-----------------------------------|------------------------------------|-----------|------------|------------------|-----------|------------|--------|-----------|------------|
| | in den Kommentaren | | | in den Antworten | | | Gesamt | | |
| | Anz. | Zeil. (%) | Spalt. (%) | Anz. | Zeil. (%) | Spalt. (%) | Anz. | Zeil. (%) | Spalt. (%) |
| Verständlichkeit | 13 | 11,3% | 2,2% | 102 | 88,7% | 11,6% | 115 | 100,0% | 7,8% |
| Wahrheit | 4 | 6,9% | 0,7% | 54 | 93,1% | 6,1% | 58 | 100,0% | 3,9% |
| Wahrhaftigkeit | 1 | 11,1% | 0,2% | 8 | 88,9% | 0,9% | 9 | 100,0% | 0,6% |
| Richtigkeit/ Legitimität | 77 | 37,7% | 12,9% | 127 | 62,3% | 14,4% | 204 | 100,0% | 13,8% |
| kein Zweifel/ nicht zuordenbar | 125 | 21,5% | 21,0% | 456 | 78,5% | 51,6% | 581 | 100,0% | 39,3% |
| nicht relevant | 376 | 73,4% | 63,1% | 136 | 26,6% | 15,4% | 512 | 100,0% | 34,6% |
| Gesamt | 596 | 40,3% | 100,0% | 883 | 59,7% | 100,0% | 1479 | 100,0% | 100,0% |

Tabelle 10: Zweifel gegenüber den Usern gesamt

³⁹ Anmerkung zur hohen Anzahl der mit „nicht relevant“ codierten Zweifel: War der „Bezugsadressat“ (V16) das Shitstormopfer (Ausprägung „1“), so wurde beim User mit „999“ in den darauffolgenden Variablen die VOI—Merkmale betreffend codiert – somit auch bei den Zweifeln. Dies verhielt sich vice versa, sobald beim Bezugsadressaten mit „2“ (User) codiert wurde. In diesem Fall wurde beim Shitstormopfer mit „999“ codiert. Richtete sich ein Beitrag an beide – so wurde sowohl beim Shitstormopfer als auch beim User nicht mit „999“ codiert. Für den Fall, dass der Bezugsadressat „nicht relevant/ nicht codierbar“ war, so wurde bei V16 (Bezugsadressat) „99“ codiert, und im weiteren Verlauf mit „999“. Dies kam allerdings selten vor.

283 Kommentare wurden als „Zweifel gegenüber den Shitstormopfern (V17) mit der Ausprägung bzw. als Zweifeltyp „Zweifel an der Richtigkeit/Legitimität“ qualifiziert beziehungsweise gegenüber den Shitstormopfern wurden 283 Zweifel an der Richtigkeit/Legitimität in den Kommentaren geäußert.⁴⁰

In den Antworten wurden gegenüber den Shitstormopfern 122 Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität geäußert, gegenüber den Usern 127. In den Antworten befinden sich somit zusammen 249 Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität.

Gesamt – also in den Kommentaren und Antworten – der drei untersuchten Shitstormposting insgesamt wurden gegenüber den Shitstormopfern und Usern 609 Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität geäußert.⁴¹

22 Zweifel an der Verständlichkeit werden gegenüber den Shitstormopfern in den Kommentaren geäußert, 11 gegenüber den Shitstormopfern in den Antworten.

Gegenüber den Usern werden 13 Zweifel an der Verständlichkeit in den Kommentaren geäußert, und 102 in den Antworten.⁴²

Die meisten, geäußerten **Zweifel an der Wahrheit** werden gegenüber den Usern in den Antworten zum Ausdruck gebracht. Diesen 54 Zweifeln in den Antworten stehen nur 4 geäußerte Zweifel in den Kommentaren, die an die User adressiert sind, gegenüber.

In den Kommentaren befinden sich 29 Zweifel an der Wahrheit, die an die Shitstormopfer adressiert sind, und in den Antworten 21.

Gesamt werden **108 Zweifel an der Wahrheit** geäußert.

⁴⁰ Bei jedem Beitrag – somit bei Kommentaren und Antworten – wurde analysiert und codiert, ob ein Zweifel gegenüber dem Shitstormopfer (V17) besteht, und wenn ja, welche Art von Zweifel (an der Verständlichkeit, an der Wahrheit, an der Wahrhaftigkeit, oder an der Richtigkeit/ Legitimität) enthalten ist beziehungsweise dominiert (Zweifeltyp). Analog wurde bei den anderen für die Verständigungsorientierung relevanten Variablen (VOI-Merkmale) vorgegangen.

⁴¹ In diese Auswertung wurden die 3 Postings nicht einbezogen.

⁴² Anmerkung des Verfassers: Stefanie Obenaus (2017) untersuchte öffentliche, politische Diskurse. Obenaus merkte an, dass kaum Zweifel an der Verständlichkeit gefunden worden sind (siehe dazu Seite 187). Die drei Shitstorms enthalten im Vergleich dazu Zweifel an der Verständlichkeit.

Die meisten **Zweifel an der Wahrhaftigkeit** lassen sich eher in den Kommentaren und Antworten finden, die an die Shitstormopfer adressiert sind. 30 sind hier in den drei untersuchten Shitstorm in den Kommentaren zu finden, 26 in den Antworten.

Gegenüber den Usern werden in den untersuchten Beiträgen nur 9 Zweifel an der Wahrhaftigkeit artikuliert. Diese verteilen sich wie folgt: 1 Zweifel an der Wahrhaftigkeit ist in den Kommentaren zu finden, 8 sind in den Antworten codiert worden.

Die alternativ codierbaren Zweifel⁴³

Alternativ codierbare Zweifel treten sowohl gegenüber Shitstormopfern als auch Usern selten auf. Dennoch überwiegen die alternativ codierbaren Zweifel, die an die Shitstormopfer adressiert sind. Die meisten alternativ codierbaren bzw. zusätzlich codierbaren Zweifel gegenüber den Shitstormopfern stellen Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität dar (37), gefolgt von Zweifel an der Verständlichkeit (26), der Wahrheit (21) und der Wahrhaftigkeit (14).⁴⁴

⁴³ Ein alternativ codierbarer Zweifel wurde dann festgehalten, wenn eine Zweifeläußerung nicht eindeutig zuordenbar war, bzw. wenn ein weiterer Zweifel ersichtlich und erkennbar war.

⁴⁴ Hier wurden alle 1482 Beiträge (inklusive Postings) ausgewertet. Dies hat keinen spezifischen Grund.

| Alternativ codierbare Zweifel Shitstormopfer (V 18) | | | | |
|--|------------|---------|---------------------|------------------------|
| | Häufigkeit | Prozent | Gültige Prozente | Kumulierte Prozente |
| Verständlichkeit | 26 | 1,8 | 1,8 | 1,8 |
| Wahrheit | 21 | 1,4 | 1,4 | 3,2 |
| Wahrhaftigkeit | 14 | 0,9 | 0,9 | 4,1 |
| Richtigkeit/ Legitimität | 37 | 2,5 | 2,5 | 6,6 |
| Verständlichkeit und Wahrheit | 1 | 0,1 | 0,1 | 6,7 |
| Wahrheit und Wahrhaftigkeit | 3 | 0,2 | 0,2 | 6,9 |
| Wahrheit und Richtigkeit/ Legitimität | 3 | 0,2 | 0,2 | 7,1 |
| Wahrhaftigkeit und Richtigkeit/ Legitimität | 4 | 0,3 | 0,3 | 7,4 |
| kein Zweifel/ nicht zuordenbar | 621 | 41,9 | 41,9 | 49,3 |
| Verständlichkeit und Wahrheit und Wahrhaftigkeit | 1 | 0,1 | 0,1 | 49,3 |
| nicht relevant | 751 | 50,7 | 50,7 | 100 |
| Gesamt | 1482 | 100 | 100 | |

Tabelle 11: Alternativ codierbare Zweifel gegenüber den Shitstormopfern

Eine Besonderheit: Ein einziges Mal waren in einem Beitrag alle vier verschiedenen Zweifel vertreten. Hier wurden zusätzlich zum Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität alle anderen 3 Zweifel codiert.⁴⁵

⁴⁵ Im Beitrag B_1163

| Alternativ codierbare Zweifel User (V 20) | | | | |
|---|------------|---------|---------------------|------------------------|
| | Häufigkeit | Prozent | Gültige Prozente | Kumulierte Prozente |
| Verständlichkeit | 13 | 0,9 | 0,9 | 0,9 |
| Wahrheit | 12 | 0,8 | 0,8 | 1,7 |
| Wahrhaftigkeit | 2 | 0,1 | 0,1 | 1,8 |
| Richtigkeit/ Legitimität | 15 | 1 | 1 | 2,8 |
| Wahrhaftigkeit und Richtigkeit | 1 | 0,1 | 0,1 | 2,9 |
| kein Zweifel/ nicht zuordenbar | 926 | 62,5 | 62,5 | 65,4 |
| nicht relevant | 513 | 34,6 | 34,6 | 100 |
| Gesamt | 1482 | 100 | 100 | |

Tabelle 12: Alternativ codierbare Zweifel gegenüber den Usern

Die alternativ codierbaren Zweifel gegenüber den Usern halten sich im Vergleich zu den codierten gegenüber den Shitstormopfern in Grenzen. An den Usern wurden 43 alternative, beziehungsweise zusätzlich codierbare Zweifel in den 3 untersuchten Shitstorms geäußert.⁴⁶

5.2.2. Die Respektäußerungen

Die Respektäußerungen wurden differenziert betrachtet:

Gegenüber der Person/ dem Unternehmen und gegenüber der Handlung/ der Äußerung der Person/ des Unternehmens (vgl. Burkart et al. 2010).

Der Verfasser dieser Arbeit unterscheidet in den 3 untersuchten Shitstorms hinsichtlich

- 1) der Respektäußerung gegenüber dem Shitstormopfer (V21 RESPS),
- 2) der Respektäußerung gegenüber der Handlung/ der Äußerung des Shitstormopfers (V22 ResSH),
- 3) der Respektäußerung gegenüber dem User (V23 RESPU),

⁴⁶ 13 (an der Verständlichkeit) + 12 (Wahrheit) + 2 (Wahrhaftigkeit) + 15 (Richtigkeit/ Legitimität) + 1 (Wahrhaftigkeit und Richtigkeit/ Legitimität) = 43 Zweifel

4) und der Respektäußerung gegenüber der Handlung/ der Äußerung des Users (V24 ResUH).

| Respekt gegenüber den Shitstormopfern gesamt | | | |
|--|--------------------------------|--------|------------------------|
| | | Anzahl | Anzahl als Spalten (%) |
| V21 RESPS | explizit respektlos | 259 | 17,5% |
| | implizit respektvoll | 61 | 4,1% |
| | explizit respektvoll | 35 | 2,4% |
| | kein Respekt/ nicht zuordenbar | 369 | 24,9% |
| | nicht relevant | 755 | 51,0% |
| | Gesamt | 1479 | 100,0% |
| V22 ResSH | explizit respektlos | 403 | 27,2% |
| | implizit respektvoll | 29 | 2,0% |
| | explizit respektvoll | 26 | 1,8% |
| | kein Respekt/ nicht zuordenbar | 268 | 18,1% |
| | nicht relevant | 753 | 50,9% |
| | Gesamt | 1479 | 100,0% |

Tabelle 13: Respekt gegenüber den Shitstormopfer gesamt

| Respekt gegenüber den Usern gesamt (V23 und V24) | | | | |
|--|--------------------------------|--------|-----------------------|------------------------|
| | | Anzahl | Anzahl als Zeilen (%) | Anzahl als Spalten (%) |
| V23 RESPU | explizit respektlos | 172 | 100,0% | 11,6% |
| | implizit respektvoll | 348 | 100,0% | 23,5% |
| | explizit respektvoll | 44 | 100,0% | 3,0% |
| | kein Respekt/ nicht zuordenbar | 395 | 100,0% | 26,7% |
| | nicht relevant | 520 | 100,0% | 35,2% |
| | Gesamt | 1479 | 100,0% | 100,0% |
| V24 ResUH | explizit respektlos | 161 | 100,0% | 10,9% |
| | implizit respektvoll | 64 | 100,0% | 4,3% |
| | explizit respektvoll | 6 | 100,0% | 0,4% |
| | kein Respekt/ nicht zuordenbar | 729 | 100,0% | 49,3% |
| | nicht relevant | 519 | 100,0% | 35,1% |
| | Gesamt | 1479 | 100,0% | 100,0% |

Tabelle 14: Respekt gegenüber den Usern gesamt

Bezüglich der Zahlen und Häufigkeiten der Respektäußerungen gegenüber den Personen und Unternehmen beziehungsweise deren Aussagen und Handlungen, lässt sich mit Blick auf die Auswertung der drei untersuchten Shitstormpostings Folgendes festhalten:

Was respektlose Äußerungen betrifft, überwiegen diejenigen, die gegenüber den Aussagen oder Handlungen getroffen werden.

Am deutlichsten zeigt sich dies in den Beiträgen gegenüber den Shitstormopfern und deren Äußerungen und Handlungen (V22 ResSH). 283 respektlose Äußerungen werden hier gegenüber den Handlungen der Shitstormopfer in den Kommentaren codiert, 120 in den Antworten.⁴⁷ In den Beiträgen gegenüber den Handlungen der User sind es 43 in den Kommentaren und 118 in den Antworten.⁴⁸

Die respektlosen Beiträge gegenüber den Personen/ Unternehmen gestalten sich wie folgt:

V21 RESPS: 178 in den Kommentaren, 81 in den Antworten.

V23 RESPU: 19 in den Kommentaren, 153 in den Antworten.

Was die Ausprägung „implizit respektvolle“ Äußerungen anbelangt, so wurden besonders viele in den Beiträgen, die an User adressiert waren, festgemacht. 348 implizit respektvolle Äußerungen wurden codiert, 104 in den Kommentaren, 244 in den Antworten.

Gesamt wurden gegenüber den Personen/ Unternehmen (dies betrifft Shitstormopfer und User) 409 implizit respektvolle Äußerungen gezählt.

Explizit respektvolle Beiträge kommen im Vergleich zu explizit respektlosen und implizit respektvollen am wenigsten vor.

⁴⁷ Siehe dazu die Tabellen auf der übernächsten Seite

⁴⁸ Siehe dazu die Tabellen auf den folgenden Seiten

Shitstormopfer werden in 21 Kommentaren und in 14 Antworten gelobt und wertgeschätzt, deren Handlungen in 12 Kommentaren und 14 Antworten, was einer Gesamtanzahl in den untersuchten Beiträgen von 61 entspricht.

User werden zweimal in den Kommentaren und 42mal in den Antworten wertgeschätzt, deren Handlungen und/ oder Aussagen jedoch kein einziges Mal in den Kommentaren, dafür 6mal in den Antworten.

| Respekt gegenüber den Shitstormopfern in den Kommentaren | | Anzahl | Anzahl als Zeilen (%) | Anzahl als Spalten (%) |
|--|--------------------------------|--------|-----------------------|------------------------|
| V21 RESPS | explizit respektlos | 178 | 68,7% | 29,9% |
| | implizit respektvoll | 39 | 63,9% | 6,5% |
| | explizit respektvoll | 21 | 60,0% | 3,5% |
| | kein Respekt/ nicht zuordenbar | 235 | 63,7% | 39,4% |
| | nicht relevant | 123 | 16,3% | 20,6% |
| | Gesamt | 596 | 40,3% | 100,0% |
| V22 ResSH | explizit respektlos | 283 | 70,2% | 47,5% |
| | implizit respektvoll | 19 | 65,5% | 3,2% |
| | explizit respektvoll | 12 | 46,2% | 2,0% |
| | kein Respekt/ nicht zuordenbar | 159 | 59,3% | 26,7% |
| | nicht relevant | 123 | 16,3% | 20,6% |
| | Gesamt | 596 | 40,3% | 100,0% |

Tabelle 15: Respekt gegenüber den Shitstormopfern und deren Handlungen in den Kommentaren

| Respekt gegenüber den Shitstormopfern in den Antworten | | Anzahl | Anzahl als Zeilen (%) | Anzahl als Spalten (%) |
|--|--------------------------------|--------|-----------------------|------------------------|
| V21 RESPS | explizit respektlos | 81 | 31,3% | 9,2% |
| | implizit respektvoll | 22 | 36,1% | 2,5% |
| | explizit respektvoll | 14 | 40,0% | 1,6% |
| | kein Respekt/ nicht zuordenbar | 134 | 36,3% | 15,2% |
| | nicht relevant | 632 | 83,7% | 71,6% |
| | Gesamt | 883 | 59,7% | 100,0% |
| V22 ResSH | explizit respektlos | 120 | 29,8% | 13,6% |
| | implizit respektvoll | 10 | 34,5% | 1,1% |
| | explizit respektvoll | 14 | 53,8% | 1,6% |
| | kein Respekt/ nicht zuordenbar | 109 | 40,7% | 12,3% |
| | nicht relevant | 630 | 83,7% | 71,3% |
| | Gesamt | 883 | 59,7% | 100,0% |

Tabelle 16: Respekt gegenüber den Shitstormopfern und deren Handlungen in den Antworten

| Respekt gegenüber den Usern in den Kommentaren | | Anzahl | Anzahl als Zeilen (%) | Anzahl als Spalten (%) |
|--|--------------------------------|--------|-----------------------|------------------------|
| V23 RESPU | explizit respektlos | 19 | 11,0% | 3,2% |
| | implizit respektvoll | 104 | 29,9% | 17,4% |
| | explizit respektvoll | 2 | 4,5% | 0,3% |
| | kein Respekt/ nicht zuordenbar | 90 | 22,8% | 15,1% |
| | nicht relevant | 381 | 73,3% | 63,9% |
| | Gesamt | 596 | 40,3% | 100,0% |
| V24 ResUH | explizit respektlos | 43 | 26,7% | 7,2% |
| | implizit respektvoll | 20 | 31,3% | 3,4% |
| | explizit respektvoll | 0 | 0,0% | 0,0% |
| | kein Respekt/ nicht zuordenbar | 153 | 21,0% | 25,7% |
| | nicht relevant | 380 | 73,2% | 63,8% |
| | Gesamt | 596 | 40,3% | 100,0% |

Tabelle 17: Respekt gegenüber den Usern und Handlungen in den Kommentaren

| Respekt gegenüber den Usern in den Antworten | | | | |
|--|-----------------------------------|--------|--------------------------|---------------------------|
| | | Anzahl | Anzahl als Zeilen (%) | Anzahl als Spalten (%) |
| V23 RESPU | explizit respektlos | 153 | 89,0% | 17,3% |
| | implizit respektvoll | 244 | 70,1% | 27,6% |
| | explizit respektvoll | 42 | 95,5% | 4,8% |
| | kein Respekt/ nicht zuordenbar | 305 | 77,2% | 34,5% |
| | nicht relevant | 139 | 26,7% | 15,7% |
| | Gesamt | 883 | 59,7% | 100,0% |
| V24 ResUH | explizit respektlos | 118 | 73,3% | 13,4% |
| | implizit respektvoll | 44 | 68,8% | 5,0% |
| | explizit respektvoll | 6 | 100,0% | 0,7% |
| | kein Respekt/ nicht zuordenbar | 576 | 79,0% | 65,2% |
| | nicht relevant | 139 | 26,8% | 15,7% |
| | Gesamt | 883 | 59,7% | 100,0% |

Tabelle 18: Respekt gegenüber den Usern und deren Äußerungen und Handlungen in Antworten

5.2.3. Die Begründungen

| Begründungen gegenüber den Shitstormopfern | | Anzahl | Anzahl als Spalten (%) |
|--|---------------------------------------|--------|------------------------|
| V25 BEGRS | pauschal | 83 | 5,6% |
| | einfach | 505 | 34,1% |
| | spezifisch | 37 | 2,5% |
| | keine Begründung/ nicht zuordenbar | 107 | 7,2% |
| | nicht relevant | 747 | 50,5% |
| | Gesamt | 1479 | 100,0% |

Tabelle 19: Begründungen gegenüber den Shitstormopfern

Wenn als Bezugsadressat das Shitstormopfer und eine Begründung codiert wurde, so waren 505 Fälle einfache Begründungen. Diese 505 Begründungen wurden gegenüber den Shitstormopfern in den Kommentaren und Antworten geäußert. 83 Äußerungen wurden pauschal begründet. Die Kommunikation gegenüber den 3 Shitstormopfern ist auch dadurch gekennzeichnet, dass insgesamt (von 1479 Beiträgen) sehr wenig, genau 37 Positionen spezifisch begründet worden sind. 107 Positionen werden nicht begründet.

| Begründungen gegenüber den Usern | | Anzahl | Anzahl als Spalten (%) |
|----------------------------------|---------------------------------------|--------|------------------------|
| V26 BEGRU | pauschal | 137 | 9,3% |
| | einfach | 616 | 41,6% |
| | spezifisch | 39 | 2,6% |
| | keine Begründung/ nicht zuordenbar | 174 | 11,8% |
| | nicht relevant | 513 | 34,7% |
| | Gesamt | 1479 | 100,0% |

Tabelle 20: Begründungen gegenüber den Usern

Gegenüber den Usern werden 616 Äußerungen und Positionen einfach begründet. 137mal wurden pauschale Begründungen codiert, und 39mal spezifische Begründungen. Gegenüber den Usern gibt es 174 Positionen ohne Begründung. Am häufigsten finden sich in den Beiträgen einfache Begründungen. Gegenüber den Shitstormopfern werden 355 einfache Begründungen in den Kommentaren geäußert, und 150 in den Antworten.

| Begründungen gegenüber ShO in den Kommentaren (V25) | | | |
|---|--------|-----------------------|------------------------|
| | Anzahl | Anzahl als Zeilen (%) | Anzahl als Spalten (%) |
| pauschal | 34 | 41,0% | 5,7% |
| einfach | 355 | 70,3% | 59,6% |
| spezifisch | 26 | 70,3% | 4,4% |
| keine Begründung/ nicht zuordenbar | 61 | 57,0% | 10,2% |
| nicht relevant | 120 | 16,1% | 20,1% |
| Gesamt | 596 | 40,3% | 100,0% |

Tabelle 21: Begründungen gegenüber den Shitstormopfern in den Kommentaren

| Begründungen gegenüber ShO in den Antworten (V25) | | | |
|---|--------|-----------------------|------------------------|
| | Anzahl | Anzahl als Zeilen (%) | Anzahl als Spalten (%) |
| pauschal | 49 | 59,0% | 5,5% |
| einfach | 150 | 29,7% | 17,0% |
| spezifisch | 11 | 29,7% | 1,2% |
| keine Begründung/ nicht zuordenbar | 46 | 43,0% | 5,2% |
| nicht relevant | 627 | 83,9% | 71,0% |
| Gesamt | 883 | 59,7% | 100,0% |

Tabelle 22: Begründungen gegenüber den Shitstormopfern in den Antworten

Gegenüber den Usern verhält es sich anders: Hier werden 450 Äußerungen in den Antworten einfach begründet, und 166 in den Kommentaren.

Am wenigsten treten spezifische Begründungen in den drei untersuchten Shitstorm auf.

37 spezifische Begründungen finden sich in Beiträgen, die an die Shitstormopfer adressiert sind, 39, die an die User adressiert sind.

| Begründungen gegenüber den Usern in den Kommentaren (V26) | | | |
|---|--------|-----------------------|------------------------|
| | Anzahl | Anzahl als Zeilen (%) | Anzahl als Spalten (%) |
| pauschal | 19 | 13,9% | 3,2% |
| einfach | 166 | 26,9% | 27,9% |
| spezifisch | 12 | 30,8% | 2,0% |
| keine Begründung/ nicht zuordenbar | 22 | 12,6% | 3,7% |
| nicht relevant | 377 | 73,5% | 63,3% |
| Gesamt | 596 | 40,3% | 100,0% |

Tabelle 23: Begründungen gegenüber den Usern in den Kommentaren

Die meisten pauschalen Begründungen lassen sich in den Antworten finden, welche an die User gerichtet sind.

281 Äußerungen gegenüber Shitstormopfern und Usern werden nicht begründet beziehungsweise sind nicht zuordenbar.⁴⁹

| Begründungen gegenüber den Usern in den Antworten (V26) | | | |
|---|--------|-----------------------|------------------------|
| | Anzahl | Anzahl als Zeilen (%) | Anzahl als Spalten (%) |
| pauschal | 118 | 86,1% | 13,4% |
| einfach | 450 | 73,1% | 51,0% |
| spezifisch | 27 | 69,2% | 3,1% |
| keine Begründung/ nicht zuordenbar | 152 | 87,4% | 17,2% |
| nicht relevant | 136 | 26,5% | 15,4% |
| Gesamt | 883 | 59,7% | 100,0% |

Tabelle 24: Begründungen gegenüber den Shitstormopfern in den Antworten

⁴⁹ Siehe Tabellen 19 und 20.

Die meisten Positionen in den untersuchten Shitstorms werden **einfach begründet**.



Abbildung 22: „einfach begründet“ eigene Quelle 2019

5.2.4. Die Lösungsvorschläge

In den meisten Beiträgen wird kein Lösungsvorschlag geäußert. In den Beiträgen, bei denen das Shitstormopfer adressiert wurde, gibt es insgesamt – in den Kommentaren und Antworten – 76 vage und 52 konkrete Lösungsvorschläge. Bei 601 Beiträgen wurde kein Lösungsvorschlag qualifiziert bzw. bei einigen von ihnen war es nicht zuordenbar. Eine Mehrheit der geäußerten Lösungsvorschläge befindet sich in den Kommentaren.

| | Lösungsvorschläge gegenüber den Shitstormopfern gesamt (V27) | | | | | | | | |
|--|--|-----------------|-----------------|------------|-----------------|-----------------|-------------|-----------------|-----------------|
| | Kommentar | | | Antwort | | | Gesamt | | |
| | Anzahl | Anz. Zeilen (%) | Anz. Spalt. (%) | Anzahl | Anz. Zeilen (%) | Anz. Spalt. (%) | Anzahl | Anz. Zeilen (%) | Anz. Spalt. (%) |
| | | | | | | | | | |
| vage | 44 | 57,9% | 7,4% | 32 | 42,1% | 3,6% | 76 | 100,0% | 5,1% |
| konkret | 39 | 75,0% | 6,5% | 13 | 25,0% | 1,5% | 52 | 100,0% | 3,5% |
| kein Lösungsvorschlag/ nicht zuordenbar | 393 | 65,4% | 65,9% | 208 | 34,6% | 23,6% | 601 | 100,0% | 40,6% |
| nicht relevant | 120 | 16,0% | 20,1% | 630 | 84,0% | 71,3% | 750 | 100,0% | 50,7% |
| Gesamt | 596 | 40,3% | 100,0% | 883 | 59,7% | 100,0% | 1479 | 100,0% | 100,0% |

Tabelle 25: Lösungsvorschläge gegenüber den Shitstormopfern

Gegenüber den Usern werden mit 88 vagen Lösungsvorschlägen ein wenig mehr geäußert als gegenüber den Shitstormopfern, allerdings wurden nur 29 konkrete Lösungsvorschläge, und damit weniger konkrete Lösungsvorschläge als gegenüber den Shitstormopfern, codiert. Auch bei den Usern überwiegen „keine Lösungsvorschläge“⁵⁰ Es sind 850.

Zusammenfassend:

Es werden kaum Lösungsvorschläge unterbreitet.

Wenn Lösungsvorschläge geäußert werden, so sind diese meistens vage (76 gegenüber den Shitstormopfern, 88 gegenüber den Usern).

⁵⁰ und nicht codierbare

| Lösungsvorschläge gegenüber den Usern (V28) | | | | | | | | | |
|---|-----------|-----------------|-----------------|---------|-----------------|-----------------|--------|-----------------|-----------------|
| | Kommentar | | | Antwort | | | Gesamt | | |
| | Anzahl | Anz. Zeilen (%) | Anz. Spalt. (%) | Anzahl | Anz. Zeilen (%) | Anz. Spalt. (%) | Anzahl | Anz. Zeilen (%) | Anz. Spalt. (%) |
| vage | 36 | 40,9% | 6,0% | 52 | 59,1% | 5,9% | 88 | 100,0% | 5,9% |
| konkret | 18 | 62,1% | 3,0% | 11 | 37,9% | 1,2% | 29 | 100,0% | 2,0% |
| kein Lösungsvorschlag/ nicht zuordenbar | 166 | 19,5% | 27,9% | 684 | 80,5% | 77,5% | 850 | 100,0% | 57,5% |
| nicht relevant | 376 | 73,4% | 63,1% | 136 | 26,6% | 15,4% | 512 | 100,0% | 34,6% |
| Gesamt | 596 | 40,3% | 100,0% | 883 | 59,7% | 100,0% | 1479 | 100,0% | 100,0% |

Tabelle 26: Lösungsvorschläge gegenüber den Usern

Die Shitstormopfer werden in den drei untersuchten Shitstorms mit 44 vagen Lösungsvorschlägen in den Kommentaren, und 32 in den Antworten konfrontiert. Die User erhalten 36 vage Lösungsvorschläge in den Kommentaren und 52 in den Antworten.

Konkrete Lösungsvorschläge lassen sich seltener entdecken. 39 sind es in den Kommentaren, 13 in den Antworten gegenüber den Shitstormopfern.

18 konkrete Lösungsvorschläge werden an die User in den Kommentaren adressiert, 11 in den Antworten.

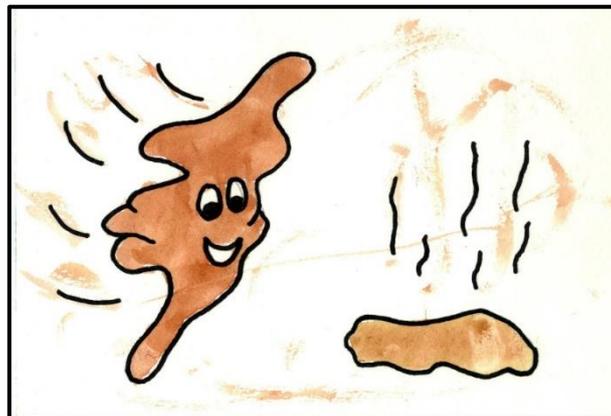


Abbildung 23: „Lösungsvorschlag? Bleib‘ einfach liegen und erhol‘ dich. Ich mach die Drecksarbeit. Später stürmst du wieder mit.“ eigene Quelle 2019

5.3. Ergebnisse für die Beantwortung der Forschungsfrage 1

FF1: „Wie verteilen sich die VOI-Merkmale auf die unterschiedlichen Shitstorms und wie drückt sich das in Zahlen aus?“⁵¹

5.3.1. Die Zweifel in den Shitstorms im Vergleich

Die Zweifel gegenüber den Shitstormopfern

| | | Zweifeläußerungen gegenüber den Shitstormopfern V17 | | | | | |
|----------|-------------------------|---|------------------------|---------|------------------------|--------|------------------------|
| | | Kommentar | | Antwort | | Gesamt | |
| | | Anzahl | Anzahl als Spalten (%) | Anzahl | Anzahl als Spalten (%) | Anzahl | Anzahl als Spalten (%) |
| Westbahn | Verständlichkeit | 10 | 6,1% | 5 | 6,6% | 15 | 6,3% |
| | Wahrheit | 27 | 16,5% | 18 | 23,7% | 45 | 18,8% |
| | Wahrhaftigkeit | 23 | 14,0% | 19 | 25,0% | 42 | 17,5% |
| | Richtigkeit/Legitimität | 104 | 63,4% | 34 | 44,7% | 138 | 57,5% |
| | Gesamt | 164 | 100,0% | 76 | 100,0% | 240 | 100,0% |
| Merkur | Verständlichkeit | 5 | 5,8% | 5 | 7,8% | 10 | 6,7% |
| | Wahrheit | 0 | 0,0% | 3 | 4,7% | 3 | 2,0% |
| | Wahrhaftigkeit | 1 | 1,2% | 5 | 7,8% | 6 | 4,0% |
| | Richtigkeit/Legitimität | 80 | 93,0% | 51 | 79,7% | 131 | 87,3% |
| | Gesamt | 86 | 100,0% | 64 | 100,0% | 150 | 100,0% |
| Kickl | Verständlichkeit | 7 | 6,1% | 1 | 2,5% | 8 | 5,2% |
| | Wahrheit | 2 | 1,8% | 0 | 0,0% | 2 | 1,3% |
| | Wahrhaftigkeit | 6 | 5,3% | 2 | 5,0% | 8 | 5,2% |
| | Richtigkeit/Legitimität | 99 | 86,8% | 37 | 92,5% | 136 | 88,3% |
| | Gesamt | 114 | 100,0% | 40 | 100,0% | 154 | 100,0% |
| Gesamt | Verständlichkeit | 22 | 6,0% | 11 | 6,1% | 33 | 6,1% |
| | Wahrheit | 29 | 8,0% | 21 | 11,7% | 50 | 9,2% |
| | Wahrhaftigkeit | 30 | 8,2% | 26 | 14,4% | 56 | 10,3% |
| | Richtigkeit/Legitimität | 283 | 77,7% | 122 | 67,8% | 405 | 74,4% |
| | Gesamt | 364 | 100,0% | 180 | 100,0% | 544 | 100,0% |

Tabelle 27: Die Zweifel gegenüber den Shitstormopfern

⁵¹ Für die Vergleiche der VOI-Merkmale wurden die mit 99 und 999 codierten Fälle weggelassen. Dies ist bei dieser Ergebnispräsentation zu berücksichtigen. Weitere Tabellen befinden sich auf dem externen Datenträger.

Gegenüber den Shitstormopfern wurden insgesamt 544 Zweifel in den 3 untersuchten Shitstorms codiert. Diese teilen sich wie folgt auf: 240 im Westbahn-Shitstorm, 150 im Merkur-Shitstorm und 254 im Kickl-Shitstorm.

Der Westbahn-Shitstorm

Wenn im Westbahn-Shitstorm ein Zweifel codiert wurde, dann ergaben sich folgende Zweifeltypen:

In den Kommentaren: 10 an der Verständlichkeit (6,1%), 27 an der Wahrheit (16,5%), 23 an der Wahrhaftigkeit (14,0%) und 104 an der Richtigkeit/ Legitimität (63,4%).

In den Antworten gibt es 5 Zweifel an der Verständlichkeit (6,6%), 18 an der Wahrheit (23,7%), 19 an der Wahrhaftigkeit (25,0%) und 34 an der Richtigkeit/ Legitimität (44,7%).

Es gibt gesamt 240 Zweifel im Westbahnshitstorm gegenüber dem Shitstormopfer Westbahn.

Im Westbahnshitstorm überwiegen gesamt betrachtet -in den Kommentaren und Antworten - die Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität mit 57,5%. Das sind 138 Zweifel dieses Typs.

Knapp bei einander liegen die Wahrheitszweifel mit 18,8% (45 Zweifel) und die Wahrhaftigkeitszweifel mit 17,5% (42 Zweifel).

Das Schlusslicht bilden beim Westbahn-Shitstorm die Verständlichkeitszweifel mit 6,3% (15 Zweifel).

Der Merkur-Shitstorm

Der Merkur-Shitstorm beinhaltet in den Kommentaren: 5 Zweifel an der Verständlichkeit (5,8%), keinen einzigen an der Wahrheit (0,0%), 1 an der Wahrhaftigkeit (1,2%) und 80 an der Richtigkeit/ Legitimität (93,0%).

In den Antworten sind es ebenfalls 5 Zweifel an der Verständlichkeit (7,8%), 3 an der Wahrheit (4,7%), 5 an der Wahrhaftigkeit (7,8%) und 51 an der Richtigkeit/ Legitimität (79,7%).

In den Kommentaren und Antworten befinden sich 150 artikuliert Zweifel gegenüber dem Shitstormopfer Merkur. **Auch im Merkur-Shitstorm überwiegen gegenüber dem Shitstormopfer die Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität. Es sind 131 und damit 87,3%.**

Am wenigsten geäußert werden Wahrheitszweifel mit 2% (3 Zweifel).

Gesamt wurden im Merkur-Shitstorm 6 Zweifel an der Wahrhaftigkeit (4%) geäußert und 10 an der Verständlichkeit (6,7%).

Der Kickl-Shitstorm

In den Kommentaren erntete der ehemalige österreichische Innenminister 7 Zweifel an der Verständlichkeit (6,1%), 2 Zweifel an der Wahrheit (1,8%), 6 Zweifel an der Wahrhaftigkeit (5,3%) und 99 an der Richtigkeit/ Legitimität (86,6%).

Ein Zweifel an der Verständlichkeit (2,5%), 0 an der Wahrheit (0,0%), 2 an der Wahrhaftigkeit (5,0%) und 37 an der Richtigkeit/ Legitimität (92,5%) sind in den Antworten zu finden.

Auch beim Kickl-Shitstorm sind die Zweifel gegenüber dem Shitstormopfer an der Richtigkeit/ Legitimität am häufigsten vertreten. 136 Zweifel dieser Art wurden hier codiert (88,3%). Die Anzahl der Verständlichkeitszweifel und Wahrhaftigkeitszweifel ist mit jeweils 8 Zweifel und je 5,2% genau gleich.

Am wenigsten sind beim Kickl-Shitstorm Zweifel an der Wahrheit vertreten. Die 2 Wahrheitszweifel machen gesamt 1,3% aus.

Gegenüber den Usern wurden insgesamt 386 Zweifel in den 3 untersuchten Shitstorms codiert. Diese teilen sich wie folgt auf: 73 im Westbahn-Shitstorm, 121 im Merkur-Shitstorm und 192 im Kickl-Shitstorm.

Die Zweifel gegenüber den Usern

| | | V19 Zweifeläußerungen gegenüber den Usern | | | | | |
|----------|-------------------------|---|------------------------|---------|------------------------|--------|------------------------|
| | | Kommentar | | Antwort | | Gesamt | |
| | | Anzahl | Anzahl als Spalten (%) | Anzahl | Anzahl als Spalten (%) | Anzahl | Anzahl als Spalten (%) |
| Westbahn | Verständlichkeit | 3 | 21,4% | 16 | 27,1% | 19 | 26,0% |
| | Wahrheit | 0 | 0,0% | 16 | 27,1% | 16 | 21,9% |
| | Wahrhaftigkeit | 1 | 7,1% | 4 | 6,8% | 5 | 6,8% |
| | Richtigkeit/Legitimität | 10 | 71,4% | 23 | 39,0% | 33 | 45,2% |
| | Gesamt | 14 | 100,0% | 59 | 100,0% | 73 | 100,0% |
| Merkur | Verständlichkeit | 6 | 15,4% | 30 | 36,6% | 36 | 29,8% |
| | Wahrheit | 3 | 7,7% | 21 | 25,6% | 24 | 19,8% |
| | Wahrhaftigkeit | 0 | 0,0% | 1 | 1,2% | 1 | 0,8% |
| | Richtigkeit/Legitimität | 30 | 76,9% | 30 | 36,6% | 60 | 49,6% |
| | Gesamt | 39 | 100,0% | 82 | 100,0% | 121 | 100,0% |
| Kickl | Verständlichkeit | 4 | 9,5% | 56 | 37,3% | 60 | 31,3% |
| | Wahrheit | 1 | 2,4% | 17 | 11,3% | 18 | 9,4% |
| | Wahrhaftigkeit | 0 | 0,0% | 3 | 2,0% | 3 | 1,6% |
| | Richtigkeit/Legitimität | 37 | 88,1% | 74 | 49,3% | 111 | 57,8% |
| | Gesamt | 42 | 100,0% | 150 | 100,0% | 192 | 100,0% |
| Gesamt | Verständlichkeit | 13 | 13,7% | 102 | 35,1% | 115 | 29,8% |
| | Wahrheit | 4 | 4,2% | 54 | 18,6% | 58 | 15,0% |
| | Wahrhaftigkeit | 1 | 1,1% | 8 | 2,7% | 9 | 2,3% |
| | Richtigkeit/Legitimität | 77 | 81,1% | 127 | 43,6% | 204 | 52,8% |
| | Gesamt | 95 | 100,0% | 291 | 100,0% | 386 | 100,0% |

Tabelle 28: Die Zweifel gegenüber den Usern

Der Westbahn-Shitstorm

Die codierten Zweifel im Westbahn-Shitstorm teilen sich wie folgt auf:

In den Kommentaren: 3 an der Verständlichkeit (21,4%), 0 an der Wahrheit (0,0%), 1 an der Wahrhaftigkeit (7,1%) und 10 an der Richtigkeit/ Legitimität (71,4%).

In den Antworten gibt es 16 Zweifel an der Verständlichkeit (27,1%), 16 an der Wahrheit (27,1%), 4 an der Wahrhaftigkeit (6,8%) und 23 an der Richtigkeit/ Legitimität (39,0%).

Im Westbahnshitstorm wurden gesamt 73 Zweifel gegenüber den Usern codiert, 14 in den Kommentaren und 59 in den Antworten.

Es überwiegen insgesamt gesehen die Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität (45,2%).

Es befindet sich kein Zweifel an der Wahrheit in den Kommentaren.

Der Merkur-Shitstorm

Der Merkur-Shitstorm beinhaltet in den Kommentaren: 6 Zweifel an der Verständlichkeit (15,4%), 3 an der Wahrheit (7,7%), keinen an der Wahrhaftigkeit (0,0%) und 30 an der Richtigkeit/ Legitimität (76,9%).

In den Antworten ließen sich 30 Zweifel an der Verständlichkeit entdecken (36,6%), 21 an der Wahrheit (25,6%), einer an der Wahrhaftigkeit (1,2%) und 30 an der Richtigkeit/ Legitimität (36,6%).

In den Kommentaren und Antworten befinden sich im Merkur-Shitstorm gegenüber den Usern insgesamt 121 artikulierte Zweifel. **Auch im Merkur-Shitstorm überwiegen gegenüber dem User die Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität. Es sind 60 und damit 49,6%.**

An zweiter Stelle stehen im Merkur-Shitstorm die Zweifel an der Verständlichkeit mit 29,8% (36 Zweifel) und an dritter die Zweifel an der Wahrheit mit 19,8% (24 Zweifel).

Es wird kein Zweifel an der Wahrhaftigkeit in den Kommentaren und nur einer in den Antworten geäußert.

Der Kickl-Shitstorm

In den Kommentaren erntete der Kickl-Shitstorm 4 Zweifel an der Verständlichkeit (9,5%), einen an der Wahrheit (2,4%), keinen Zweifel an der Wahrhaftigkeit (0,0%) und 37 an der Richtigkeit/ Legitimität (88,1%).

56 Zweifel an der Verständlichkeit (37,3%), 17 an der Wahrheit (11,3%), 3 an der Wahrhaftigkeit (2,0%) und 74 an der Richtigkeit/ Legitimität (49,3%) sind in den Antworten zu finden.

Auch beim Kickl-Shitstorm sind die Zweifel gegenüber dem Shitstormopfer an der Richtigkeit/ Legitimität am häufigsten vertreten. 111 Zweifel dieser Art wurden hier codiert (57,8%). Die Zweifel an der Verständlichkeit befinden sich an zweiter Stelle mit 31,3% (60 Zweifel an der Verständlichkeit).

Zweifel an der Wahrheit sind unter den Usern mit 9,4% vertreten, Zweifel an der Wahrhaftigkeit mit 1,6%.

5.3.2. Die Respektäußerungen in den Shitstorms im Vergleich

Respekt gegenüber den Shitstormopfern (V21)

| | | V21 Respekt gegenüber den Shitstormopfern | | | | | |
|----------|----------------------|---|------------------------|---------|------------------------|--------|------------------------|
| | | Kommentar | | Antwort | | Gesamt | |
| | | Anzahl | Anzahl als Spalten (%) | Anzahl | Anzahl als Spalten (%) | Anzahl | Anzahl als Spalten (%) |
| Westbahn | explizit respektlos | 113 | 80,7% | 53 | 81,5% | 166 | 81,0% |
| | implizit respektvoll | 15 | 10,7% | 8 | 12,3% | 23 | 11,2% |
| | explizit respektvoll | 12 | 8,6% | 4 | 6,2% | 16 | 7,8% |
| | Gesamt | 140 | 100,0% | 65 | 100,0% | 205 | 100,0% |
| Merkur | explizit respektlos | 24 | 51,1% | 13 | 40,6% | 37 | 46,8% |
| | implizit respektvoll | 20 | 42,6% | 12 | 37,5% | 32 | 40,5% |
| | explizit respektvoll | 3 | 6,4% | 7 | 21,9% | 10 | 12,7% |
| | Gesamt | 47 | 100,0% | 32 | 100,0% | 79 | 100,0% |
| Kickl | explizit respektlos | 41 | 80,4% | 15 | 75,0% | 56 | 78,9% |
| | implizit respektvoll | 4 | 7,8% | 2 | 10,0% | 6 | 8,5% |
| | explizit respektvoll | 6 | 11,8% | 3 | 15,0% | 9 | 12,7% |
| | Gesamt | 51 | 100,0% | 20 | 100,0% | 71 | 100,0% |
| Gesamt | explizit respektlos | 178 | 74,8% | 81 | 69,2% | 259 | 73,0% |
| | implizit respektvoll | 39 | 16,4% | 22 | 18,8% | 61 | 17,2% |
| | explizit respektvoll | 21 | 8,8% | 14 | 12,0% | 35 | 9,9% |
| | Gesamt | 238 | 100,0% | 117 | 100,0% | 355 | 100,0% |

Tabelle 29: Respekt gegenüber den Shitstormopfern

Gegenüber den Shitstormopfern wurde bei 724 Beiträgen 396mal kein Respekt (bzw. „nicht codierbar“) und 355mal eine Respektäußerung codiert. Von den 355 Respektäußerungen sind 259 „explizit respektlos“ (166 Westbahn-Shitstorm, 37 Merkur-Shitstorm, 56 Kickl-Shitstorm), 61 „implizit respektvoll“ (23 Westbahn, 32 Merkur, 6 Kickl) und 35 „explizit respektvoll“ (16 Westbahn, 10 Merkur, 9 Kickl).⁵²

Es braucht kein umfangreiches Allgemeinwissen, und keinen Account im sozialen Netzwerk, um vermuten zu können, dass ein Shitstorm – übersetzt „Scheißesturm“ – mit Respektlosigkeiten einhergeht.⁵³

⁵² Die Daten hierzu finden sich auf der beigegeführten CD des Printexemplars.

⁵³ Die mit „99“ codierten Beiträge (keine Respektäußerung/nicht zuordenbar) sowie die mit „999“ codierten Beiträge („nicht relevant“) wurden aus dieser Auswertung ausgeschlossen. Der Verfasser möchte hier zeigen, was in den Shitstorms passiert, wenn Respekt codiert wird.

Und genau so präsentiert sich das in den drei untersuchten Shitstorms. Gegenüber den Shitstormopfern Westbahn, Merkur und Kickl überwiegen, was die Person bzw. das Unternehmen anbelangt, explizit respektlose Äußerungen.

Es sind gesamt 73% respektlose Äußerungen, 74,8% in den Kommentaren und 69,2% in den Antworten.

Gegenüber der **Westbahn** wurden 80,7% respektlose Äußerungen in den Kommentaren und 81,5% in den Antworten codiert.

Der **Merkur-Shitstorm** erhält 51,1% in den Kommentaren und 40,6% in den Antworten. Im Vergleich zum Westbahn-Shitstorm und Kickl-Shitstorm sind das deutlich weniger respektlose Äußerungen.

Auch beim **Kickl-Shitstorm** sind die meisten Äußerungen explizit respektlos, wenn Respekt codiert wurde. Es sind 80,4% in den Kommentaren und 75,0% in den Antworten.

Die meisten respektlosen Äußerungen – unter der Voraussetzung, dass Respekt codiert worden ist⁵⁴ - sowohl in den Kommentaren als auch in den Antworten fallen sowohl in Zahlen gemessen als auch in Prozent auf den Westbahn-Shitstorm (113 in den Kommentaren, das sind 80,7%; und 53 in den Antworten, was im Westbahn-Shitstorm 81,5% entspricht).

Der Merkur weist die meisten implizit respektvollen Äußerungen gegenüber dem Shitstormopfer auf (42,6% in den Kommentaren und 37,5% in den Antworten), und zugleich auch am wenigsten respektlose Äußerungen (51,1% in den Kommentaren und 40,6% in den Antworten).⁵⁵

In Zahlen bekommt die Westbahn das meiste Lob, Achtung und Wertschätzung, also explizit respektvolle Äußerungen, nämlich 12 in den Kommentaren und 4 in den Antworten. In Prozent überwiegen die explizit respektvollen Äußerungen gegenüber dem ehemaligen Innenminister (11,8% Kommentare, 3 % Antworten).

⁵⁴ 1 „explizit respektlos“, 2 „implizit respektvoll“, 3 „explizit respektvoll“

⁵⁵ Erläuterungen dazu gibt es in dem weiteren Verlauf der Untersuchung

Respekt gegenüber den Handlungen und Äußerungen der Shitstormopfer (V22)

| | | V22 Respekt gegenüber den Shitstormopfern (Handlungen) | | | | | |
|----------|----------------------|--|------------------------|---------|------------------------|--------|------------------------|
| | | Kommentar | | Antwort | | Gesamt | |
| | | Anzahl | Anzahl als Spalten (%) | Anzahl | Anzahl als Spalten (%) | Anzahl | Anzahl als Spalten (%) |
| Westbahn | explizit respektlos | 129 | 84,9% | 54 | 83,1% | 183 | 84,3% |
| | implizit respektvoll | 13 | 8,6% | 7 | 10,8% | 20 | 9,2% |
| | explizit respektvoll | 10 | 6,6% | 4 | 6,2% | 14 | 6,5% |
| | Gesamt | 152 | 100,0% | 65 | 100,0% | 217 | 100,0% |
| Merkur | explizit respektlos | 72 | 92,3% | 43 | 79,6% | 115 | 87,1% |
| | implizit respektvoll | 5 | 6,4% | 3 | 5,6% | 8 | 6,1% |
| | explizit respektvoll | 1 | 1,3% | 8 | 14,8% | 9 | 6,8% |
| | Gesamt | 78 | 100,0% | 54 | 100,0% | 132 | 100,0% |
| Kickl | explizit respektlos | 82 | 97,6% | 23 | 92,0% | 105 | 96,3% |
| | implizit respektvoll | 1 | 1,2% | 0 | 0,0% | 1 | 0,9% |
| | explizit respektvoll | 1 | 1,2% | 2 | 8,0% | 3 | 2,8% |
| | Gesamt | 84 | 100,0% | 25 | 100,0% | 109 | 100,0% |
| Gesamt | explizit respektlos | 283 | 90,1% | 120 | 83,3% | 403 | 88,0% |
| | implizit respektvoll | 19 | 6,1% | 10 | 6,9% | 29 | 6,3% |
| | explizit respektvoll | 12 | 3,8% | 14 | 9,7% | 26 | 5,7% |
| | Gesamt | 314 | 100,0% | 144 | 100,0% | 458 | 100,0% |

Tabelle 30: Respekt gegenüber den Äußerungen und Handlungen der Shitstormopfer

Gegenüber den Shitstormopfern und deren Handlungen/ Äußerungen wurde bei 726 Beiträgen 268mal kein Respekt (bzw. „nicht codierbar“) und 458mal eine Respektäußerung codiert. Von den 458 Respektäußerungen sind 403 „explizit respektlos“ (183 Westbahn-Shitstorm, 115 Merkur-Shitstorm, 105 Kickl-Shitstorm), 29 „implizit respektvoll“ (20 Westbahn, 8 Merkur, 1 Kickl) und 26 „explizit respektvoll“ (14 Westbahn, 9 Merkur, 3 Kickl).⁵⁶

Auch im Bereich des Respekts gegenüber den Äußerungen und Handlungen der Shitstormopfer beweist und bewahrheitet der Shitstorm, wofür er steht – für Respektlosigkeit.

84,9% respektlose Äußerungen zählt der Westbahn-Shitstorm dahingehend in den Kommentaren, 83,1% in den Antworten. Beim Merkur-Shitstorm verhält es sich so,

⁵⁶ Die Daten hierzu finden sich auf der beigefügten CD des Printexemplars.

dass er mit 92,3% in den Kommentaren an der Spitze der Respektlosigkeit steht. In den Antworten erntet „seine Handlung“⁵⁷ 79,6%.

Die Äußerungen des ehemaligen Innenministers bringen 90,1% respektlose Äußerungen in den Kommentaren und 83,3% in den Antworten.

Implizit respektvolle Äußerungen kommen in den drei Shitstorms seltener vor und übersteigen nur ein einziges Mal 10%, und zwar im Westbahn-Shitstorm mit 10,8% - allerdings nur in den Antworten.

Die meisten explizit respektvollen Äußerungen ernten die Handlungen des Merkurs in den Antworten mit 14,8%.

Respekt gegenüber den Usern (V23)

| | | V23 Respekt gegenüber den Usern | | | | | |
|----------|----------------------|---------------------------------|------------------------|---------|------------------------|--------|------------------------|
| | | Kommentar | | Antwort | | Gesamt | |
| | | Anzahl | Anzahl als Spalten (%) | Anzahl | Anzahl als Spalten (%) | Anzahl | Anzahl als Spalten (%) |
| Westbahn | explizit respektlos | 4 | 23,5% | 44 | 47,3% | 48 | 43,6% |
| | implizit respektvoll | 13 | 76,5% | 43 | 46,2% | 56 | 50,9% |
| | explizit respektvoll | 0 | 0,0% | 6 | 6,5% | 6 | 5,5% |
| | Gesamt | 17 | 100,0% | 93 | 100,0% | 110 | 100,0% |
| Merkur | explizit respektlos | 5 | 6,6% | 34 | 16,8% | 39 | 14,0% |
| | implizit respektvoll | 69 | 90,8% | 144 | 71,3% | 213 | 76,6% |
| | explizit respektvoll | 2 | 2,6% | 24 | 11,9% | 26 | 9,4% |
| | Gesamt | 76 | 100,0% | 202 | 100,0% | 278 | 100,0% |
| Kickl | explizit respektlos | 10 | 31,3% | 75 | 52,1% | 85 | 48,3% |
| | implizit respektvoll | 22 | 68,8% | 57 | 39,6% | 79 | 44,9% |
| | explizit respektvoll | 0 | 0,0% | 12 | 8,3% | 12 | 6,8% |
| | Gesamt | 32 | 100,0% | 144 | 100,0% | 176 | 100,0% |
| Gesamt | explizit respektlos | 19 | 15,2% | 153 | 34,9% | 172 | 30,5% |
| | implizit respektvoll | 104 | 83,2% | 244 | 55,6% | 348 | 61,7% |
| | explizit respektvoll | 2 | 1,6% | 42 | 9,6% | 44 | 7,8% |
| | Gesamt | 125 | 100,0% | 439 | 100,0% | 564 | 100,0% |

Tabelle 31: Respekt gegenüber den Usern

⁵⁷ Das Posting einer Kundin auf der FB-Seite des Merkurs über ihre Erfahrung über ein Gespräch mit einem Mitarbeiter in einer Merkurfiliale hat diesen Shitstorm ausgelöst. Das ist ein Paradebeispiel dafür, was heutzutage im sozialen Netzwerk alles möglich ist.

Gegenüber den Usern wurde bei 959 Beiträgen 395mal kein Respekt (bzw. „nicht codierbar“) und 564mal eine Respektäußerung codiert. Von den 564 Respektäußerungen sind 172 „explizit respektlos“ (48 Westbahn-Shitstorm, 39 Merkur-Shitstorm, 85 Kickl-Shitstorm), 348 „implizit respektvoll“ (56 Westbahn, 213 Merkur, 79 Kickl) und 44 „explizit respektvoll“ (6 Westbahn, 26 Merkur, 12 Kickl).⁵⁸

Die meisten explizit respektvollen Äußerungen erhalten User im Merkur-Shitstorm in den Antworten (11,9%), gefolgt von Usern im Kickl-Shitstorm mit 8,3% und Usern im Westbahn-Shitstorm mit 6,5%.

Keine respektvollen Äußerungen gibt es gegenüber den Usern in den Kommentaren im Kickl-Shitstorm und im Westbahn-Shitstorm.

2 explizit respektvolle Kommentare, und damit 2,6%, lassen sich im Merkur-Shitstorm codieren.

Bei den implizit respektvollen Äußerungen gegenüber den Usern steht der Merkur sowohl in den Kommentaren (90,8%) als auch in den Antworten (71,3%) an der Spitze.

Beim Westbahn-Shitstorm wurden 76,5% implizit respektvolle Äußerungen in den Kommentaren und 46,2% in den Antworten codiert. Beim Kickl-Shitstorm waren es 68,8% implizit respektvolle Kommentare gegenüber den Usern und 39,6% in den Antworten.

Im Bereich der explizit respektlosen Äußerungen liefert der Kickl-Shitstorm sowohl in den Kommentaren als auch in den Antworten die höchsten Prozentzahlen. User agieren hier untereinander in den Kommentaren zu 31,3% respektlos und in den Antworten zu 52,1%. Der Westbahn-Shitstorm bietet dahingehend 23,5% (Kommentare) und 47,3% (Antworten).

Schlusslicht bildet hier der Merkur mit 6,6% (Kommentare) und 16,8% (Antworten).

⁵⁸ Die Daten hierzu finden sich auf der beigelegten CD des Printexemplars.

Respekt gegenüber den Handlungen und Äußerungen der User (V24)

| | | V24 Respekt gegenüber den Usern (Handlungen) | | | | | |
|----------|----------------------|--|------------------------|---------|------------------------|--------|------------------------|
| | | Kommentar | | Antwort | | Gesamt | |
| | | Anzahl | Anzahl als Spalten (%) | Anzahl | Anzahl als Spalten (%) | Anzahl | Anzahl als Spalten (%) |
| Westbahn | explizit respektlos | 6 | 42,9% | 26 | 52,0% | 32 | 50,0% |
| | implizit respektvoll | 8 | 57,1% | 22 | 44,0% | 30 | 46,9% |
| | explizit respektvoll | 0 | 0,0% | 2 | 4,0% | 2 | 3,1% |
| | Gesamt | 14 | 100,0% | 50 | 100,0% | 64 | 100,0% |
| Merkur | explizit respektlos | 19 | 61,3% | 38 | 61,3% | 57 | 61,3% |
| | implizit respektvoll | 12 | 38,7% | 21 | 33,9% | 33 | 35,5% |
| | explizit respektvoll | 0 | 0,0% | 3 | 4,8% | 3 | 3,2% |
| | Gesamt | 31 | 100,0% | 62 | 100,0% | 93 | 100,0% |
| Kickl | explizit respektlos | 18 | 100,0% | 54 | 96,4% | 72 | 97,3% |
| | implizit respektvoll | 0 | 0,0% | 1 | 1,8% | 1 | 1,4% |
| | explizit respektvoll | 0 | 0,0% | 1 | 1,8% | 1 | 1,4% |
| | Gesamt | 18 | 100,0% | 56 | 100,0% | 74 | 100,0% |
| Gesamt | explizit respektlos | 43 | 68,3% | 118 | 70,2% | 161 | 69,7% |
| | implizit respektvoll | 20 | 31,7% | 44 | 26,2% | 64 | 27,7% |
| | explizit respektvoll | 0 | 0,0% | 6 | 3,6% | 6 | 2,6% |
| | Gesamt | 63 | 100,0% | 168 | 100,0% | 231 | 100,0% |

Tabelle 32: Respekt gegenüber den Äußerungen und Handlungen der User

Gegenüber den Usern und deren Handlungen/ Äußerungen wurde bei 960 Beiträgen 729mal kein Respekt (bzw. „nicht codierbar“) und 231mal eine Respektäußerung codiert. Von den 231 Respektäußerungen sind 161 „explizit respektlos“ (32 Westbahn-Shitstorm, 57 Merkur-Shitstorm, 72 Kickl-Shitstorm), 64 „implizit respektvoll“ (30 Westbahn, 33 Merkur, 1 Kickl) und 6 „explizit respektvoll“ (2 Westbahn, 3 Merkur, 1 Kickl).⁵⁹

Explizit respektvolle Kommentare gegenüber den Handlungen und Äußerungen der User kommen in keinem der drei untersuchten Shitstorms vor. In den Antworten sind es lediglich 4,0% beim Westbahn-, 4,8% beim Merkur- und 1,8% beim Kickl-Shitstorm.

Implizit respektvolle Äußerungen gegenüber den Handlungen und Äußerungen der User kommen beim Kickl-Shitstorm nicht in den Kommentaren vor, und nur einmal – 1,8% – in den Antworten. Bei den beiden anderen Shitstorms verhält es sich so:

⁵⁹ Die Daten hierzu finden sich auf der beigelegten CD des Printexemplars.

Westbahn (Kommentare 57,1% und Antworten 44,0%), Merkur (Kommentare 38,7% und Antworten 33,9%).

Wird Respektlosigkeit gegenüber den Usern und deren Handlungen bzw. deren Äußerungen codiert, so zeichnet sich ein klares Bild ab: Die Respektlosigkeit ist auch hier Spitzenreiter.

42,9% in den Kommentaren der Westbahn, 52,0% in den Antworten.

Der Merkur-Shitstorm liefert 61,3% (Kommentare) und 61,3% (Antworten).

Im politischen Kickl-Shitstorm eröffnet sich das deutlichste Bild: Wenn Respekt codiert wurde⁶⁰, waren es 100% in den Kommentaren und 96,4% in den Antworten, die gegenüber dem Shitstormopfer „explizit respektlos“ waren.

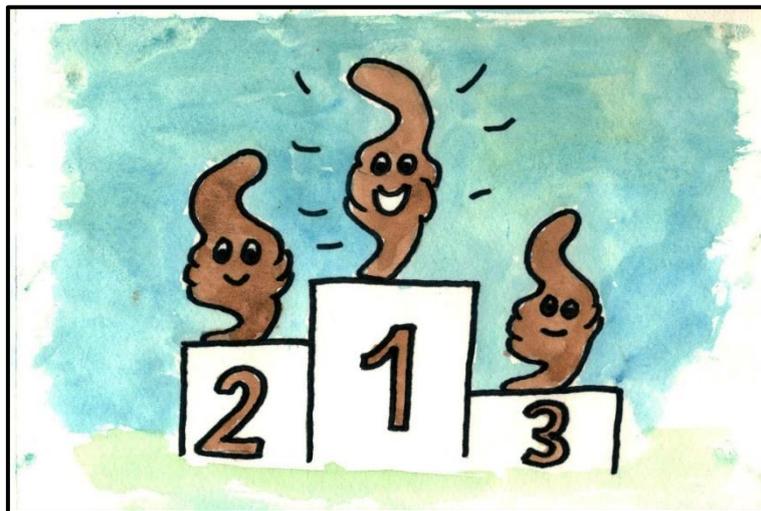


Abbildung 24: „Der wahre Sieger in Sachen Respektlosigkeit ist der Shitstorm“ eigene Quelle 2019

⁶⁰ Wie zu Beginn erwähnt, wurden „kein Respekt“ und „nicht codierbar“ ausgeklammert.

5.3.3. Die Begründungen in den Shitstorms im Vergleich

Gegenüber den Shitstormopfern wurden von 732 Beiträgen 107 nicht begründet (bzw. waren diese nicht codierbar). Es gab 93 „pauschale Begründungen“ (60 Westbahn, 11 Merkur, 12 Kickl), 505 „einfache Begründungen“ (209 Westbahn, 150 Merkur, 146 Kickl) und 37 „spezifische Begründungen“ (22 Westbahn, 10 Merkur, 5 Kickl).

Begründungen gegenüber den Shitstormopfern

| | | Begründungen gegenüber den Shitstormopfern | | | | | |
|----------|------------|--|------------------------|---------|------------------------|--------|------------------------|
| | | Kommentar | | Antwort | | Gesamt | |
| | | Anzahl | Anzahl als Spalten (%) | Anzahl | Anzahl als Spalten (%) | Anzahl | Anzahl als Spalten (%) |
| Westbahn | pauschal | 24 | 12,1% | 36 | 38,7% | 60 | 20,6% |
| | einfach | 156 | 78,8% | 53 | 57,0% | 209 | 71,8% |
| | spezifisch | 18 | 9,1% | 4 | 4,3% | 22 | 7,6% |
| | Gesamt | 198 | 100,0% | 93 | 100,0% | 291 | 100,0% |
| Merkur | pauschal | 5 | 5,2% | 6 | 8,0% | 11 | 6,4% |
| | einfach | 85 | 88,5% | 65 | 86,7% | 150 | 87,7% |
| | spezifisch | 6 | 6,3% | 4 | 5,3% | 10 | 5,8% |
| | Gesamt | 96 | 100,0% | 75 | 100,0% | 171 | 100,0% |
| Kickl | pauschal | 5 | 4,1% | 7 | 16,7% | 12 | 7,4% |
| | einfach | 114 | 94,2% | 32 | 76,2% | 146 | 89,6% |
| | spezifisch | 2 | 1,7% | 3 | 7,1% | 5 | 3,1% |
| | Gesamt | 121 | 100,0% | 42 | 100,0% | 163 | 100,0% |
| Gesamt | pauschal | 34 | 8,2% | 49 | 23,3% | 83 | 13,3% |
| | einfach | 355 | 85,5% | 150 | 71,4% | 505 | 80,8% |
| | spezifisch | 26 | 6,3% | 11 | 5,2% | 37 | 5,9% |
| | Gesamt | 415 | 100,0% | 210 | 100,0% | 625 | 100,0% |

Tabelle 33: Begründungen gegenüber den Shitstormopfern

Am häufigsten werden in allen 3 Shitstorms einfache Begründungen gegenüber den Shitstormopfern codiert. Der Westbahn-Shitstorm weist 78,8% (156 einfache Begründungen) in den Kommentaren, 57% (53) in den Antworten auf, der Merkur-Shitstorm 88,5% (85 einfache Begründungen in den Kommentaren) und 86,7% (65 einfache Begründungen in den Antworten). 94,2% der geäußerten Positionen

werden im Kickl-Shitstorm in den Kommentaren (114) einfach begründet, und 76,2% (32) in den Antworten.

Pauschale Begründungen werden am häufigsten von allen drei Shitstorms im Westbahn-Shitstorm geäußert, gesamt mit 20,6%.

Sehr selten kommt es zu spezifischen Begründungen gegenüber den Shitstormopfern (Westbahn gesamt 7,6% (22 spezifische Begründungen); Merkur gesamt 5,8% (10 spezifische Begründungen); Kickl gesamt 3,1% (5 spezifische Begründungen)).

Wie sieht es mit Begründungen gegenüber den Usern aus?

Begründungen gegenüber den Usern

| | | V26 Begründungen gegenüber den Usern | | | | | |
|----------|------------|--------------------------------------|------------------------|---------|------------------------|--------|------------------------|
| | | Kommentar | | Antwort | | Gesamt | |
| | | Anzahl | Anzahl als Spalten (%) | Anzahl | Anzahl als Spalten (%) | Anzahl | Anzahl als Spalten (%) |
| Westbahn | pauschal | 4 | 19,0% | 43 | 35,5% | 47 | 33,1% |
| | einfach | 15 | 71,4% | 74 | 61,2% | 89 | 62,7% |
| | spezifisch | 2 | 9,5% | 4 | 3,3% | 6 | 4,2% |
| | Gesamt | 21 | 100,0% | 121 | 100,0% | 142 | 100,0% |
| Merkur | pauschal | 10 | 9,4% | 25 | 9,5% | 35 | 9,5% |
| | einfach | 89 | 84,0% | 223 | 85,1% | 312 | 84,8% |
| | spezifisch | 7 | 6,6% | 14 | 5,3% | 21 | 5,7% |
| | Gesamt | 106 | 100,0% | 262 | 100,0% | 368 | 100,0% |
| Kickl | pauschal | 5 | 7,1% | 50 | 23,6% | 55 | 19,5% |
| | einfach | 62 | 88,6% | 153 | 72,2% | 215 | 76,2% |
| | spezifisch | 3 | 4,3% | 9 | 4,2% | 12 | 4,3% |
| | Gesamt | 70 | 100,0% | 212 | 100,0% | 282 | 100,0% |
| Gesamt | pauschal | 19 | 9,6% | 118 | 19,8% | 137 | 17,3% |
| | einfach | 166 | 84,3% | 450 | 75,6% | 616 | 77,8% |
| | spezifisch | 12 | 6,1% | 27 | 4,5% | 39 | 4,9% |
| | Gesamt | 197 | 100,0% | 595 | 100,0% | 792 | 100,0% |

Tabelle 34: Begründungen gegenüber den Usern

Gegenüber den Usern wurden von 966 Beiträgen 174 nicht begründet (bzw. waren diese nicht codierbar). Es gab 137 „pauschale Begründungen“ (47 Westbahn, 35 Merkur, 55 Kickl), 616 „einfache Begründungen“ (89 Westbahn,

312 Merkur, 215 Kickl) und 39 „spezifische Begründungen“ (6 Westbahn, 21 Merkur, 12 Kickl).⁶¹

Gegenüber den Usern werden Positionen am häufigsten einfach begründet. Westbahn-Shitstorm: 89 einfache Begründungen (62,7%), Merkur-Shitstorm: 312 einfache Begründungen (84,4%), Kickl-Shitstorm: 215 einfache Begründungen (76,2%).

Die meisten einfachen Begründungen sind sowohl in Zahlen als auch Prozent im Merkur-Shitstorm zu finden (312 einfache Begründungen, 84,8%).

Pauschale Begründungen sind mit 33,1% am häufigsten im Westbahn-Shitstorm vertreten, in Zahlen jedoch im Kickl-Shitstorm (55 pauschale Begründungen).

5.3.4. Die Lösungsvorschläge in den Shitstorms im Vergleich

Welche Lösungsvorschläge werden gegenüber den Shitstormopfer geäußert?

| | | Lösungsvorschläge gegenüber den Shitstormopfern | | | | | |
|----------|----------|---|------------------------|---------|------------------------|--------|------------------------|
| | | Kommentar | | Antwort | | Gesamt | |
| | | Anzahl | Anzahl als Spalten (%) | Anzahl | Anzahl als Spalten (%) | Anzahl | Anzahl als Spalten (%) |
| Westbahn | vage | 18 | 56,3% | 13 | 92,9% | 31 | 67,4% |
| | konkret | 14 | 43,8% | 1 | 7,1% | 15 | 32,6% |
| | Gesamt | 32 | 100,0% | 14 | 100,0% | 46 | 100,0% |
| Merkur | vage | 14 | 38,9% | 15 | 62,5% | 29 | 48,3% |
| | konkrete | 22 | 61,1% | 9 | 37,5% | 31 | 51,7% |
| | Gesamt | 36 | 100,0% | 24 | 100,0% | 60 | 100,0% |
| Kickl | vage | 12 | 80,0% | 4 | 57,1% | 16 | 72,7% |
| | konkret | 3 | 20,0% | 3 | 42,9% | 6 | 27,3% |
| | Gesamt | 15 | 100,0% | 7 | 100,0% | 22 | 100,0% |
| Gesamt | vage | 44 | 53,0% | 32 | 71,1% | 76 | 59,4% |
| | konkret | 39 | 47,0% | 13 | 28,9% | 52 | 40,6% |
| | Gesamt | 83 | 100,0% | 45 | 100,0% | 128 | 100,0% |

Tabelle 35: Lösungsvorschläge gegenüber den Shitstormopfern

⁶¹ Die Daten hierzu finden sich auf der beigelegten CD des Printexemplars.

Gegenüber den Shitstormopfern wurde in 729 Beiträgen 601mal kein Lösungsvorschlag geäußert (bzw. waren diese nicht codierbar). Es gab 76 „vage Lösungsvorschläge“ (31 Westbahn, 29 Merkur, 16 Kickl) und 52 „konkrete Lösungsvorschläge“ (15 Westbahn, 31 Merkur, 6 Kickl).

Werden Lösungsvorschläge codiert (keine Lösungsvorschläge werden ausgeklammert), so sind die meisten vage. Sowohl im Westbahn-Shitstorm (67,4%) als auch im Kickl-Shitstorm (72,7%) werden am häufigsten vage Lösungsvorschläge codiert.

Im Merkur-Shitstorm sind die meisten Lösungsvorschläge konkret (51,7%).

Auch im Westbahn-Shitstorm und im Kickl-Shitstorm sind konkrete Lösungsvorschläge kommuniziert worden. (32,6% Westbahn; 27,3% Kickl)

Ein kurzer Blick auf die Gesamtzahl verrät: Lösungsvorschläge in den drei untersuchten Shitstorms gegenüber den Shitstormopfern sind rar. Insgesamt werden 128 gezählt, das sind 83 in den Kommentaren und 45 in den Antworten.

Welche Lösungsvorschläge werden gegenüber den Usern geäußert?

| | | Lösungsvorschläge gegenüber den Usern | | | | | |
|----------|---------|---------------------------------------|------------------------|---------|------------------------|--------|------------------------|
| | | Kommentar | | Antwort | | Gesamt | |
| | | Anzahl | Anzahl als Spalten (%) | Anzahl | Anzahl als Spalten (%) | Anzahl | Anzahl als Spalten (%) |
| Westbahn | vage | 4 | 80,0% | 7 | 77,8% | 11 | 78,6% |
| | konkret | 1 | 20,0% | 2 | 22,2% | 3 | 21,4% |
| | Gesamt | 5 | 100,0% | 9 | 100,0% | 14 | 100,0% |
| Merkur | vage | 16 | 55,2% | 35 | 85,4% | 51 | 72,9% |
| | konkret | 13 | 44,8% | 6 | 14,6% | 19 | 27,1% |
| | Gesamt | 29 | 100,0% | 41 | 100,0% | 70 | 100,0% |
| Kickl | vage | 16 | 80,0% | 10 | 76,9% | 26 | 78,8% |
| | konkret | 4 | 20,0% | 3 | 23,1% | 7 | 21,2% |
| | Gesamt | 20 | 100,0% | 13 | 100,0% | 33 | 100,0% |
| Gesamt | vage | 36 | 66,7% | 52 | 82,5% | 88 | 75,2% |
| | konkret | 18 | 33,3% | 11 | 17,5% | 29 | 24,8% |
| | Gesamt | 54 | 100,0% | 63 | 100,0% | 117 | 100,0% |

Tabelle 36: Lösungsvorschläge gegenüber den Usern

Gegenüber den Usern wurde in 967 Beiträgen 850mal kein Lösungsvorschlag geäußert (bzw. waren diese nicht codierbar). Es gab 88 „vage Lösungsvorschläge“ (11 Westbahn, 51 Merkur, 26 Kickl) und 29 „konkrete Lösungsvorschläge“ (3 Westbahn, 19 Merkur, 7 Kickl).

Am häufigsten bieten die User unter einander vage Lösungsvorschläge an.

Im Westbahn-Shitstorm überwiegen die vagen Lösungsvorschläge mit 80,0% in den Kommentaren und 77,8% in den Antworten gegenüber den konkreten, welche mit 20,0% in den Kommentaren und 22,2% in den Antworten auftreten.

Allerdings ist zu beachten, dass gegenüber den Usern insgesamt nur 14 Lösungsvorschläge geäußert wurden.

Im Merkur-Shitstorm fällt auf, dass in den Kommentaren 55,2% vage und 44,8% konkrete Lösungsvorschläge zu finden sind. In den Antworten bieten die User 85,4% vage Lösungen und 14,6% konkrete an.

Gesamtanzahl der Lösungsvorschläge im Merkurshitstorm: 70.

Beim Kickl-Shitstorm verhält es sich ähnlich wie bei der Westbahn. Die User bieten einander 80,0% vage Lösungsvorschläge in den Kommentaren an und 76,9% in den Antworten. Konkrete Lösungsvorschläge gibt es hier zu 20,0% in den Kommentaren und zu 23,1% in den Antworten.

Insgesamt wurden gegenüber den Usern 117 Lösungsvorschläge codiert. Die drei Shitstorms scheinen kaum lösungsorientierte Kommunikation zu ermöglichen.

5.4. Ergebnisse für die Beantwortung der Forschungsfrage 2

Welche Zweifel provozieren welche VOI-Merkmale?

| Anzahl ZWE (Kommentare mit Zweifel) | Anzahl Aw (Antworten) pro ZWE | Anzahl Aw gesamt (Anzahl der Datensätze) | ZWE in % | ZWE in % kummuliert | Aw in % | Aw in % kummuliert |
|---|-------------------------------------|---|----------|------------------------|---------|-----------------------|
| 36 | 1 | 36 | 34,0 | 34,0 | 5,7 | 5,7 |
| 15 | 2 | 30 | 14,2 | 48,1 | 4,7 | 10,4 |
| 17 | 3 | 51 | 16,0 | 64,2 | 8,1 | 18,5 |
| 6 | 4 | 24 | 5,7 | 69,8 | 3,8 | 22,3 |
| 5 | 5 | 25 | 4,7 | 74,5 | 4,0 | 26,3 |
| 5 | 6 | 30 | 4,7 | 79,2 | 4,7 | 31,0 |
| 3 | 7 | 21 | 2,8 | 82,1 | 3,3 | 34,3 |
| 2 | 8 | 16 | 1,9 | 84,0 | 2,5 | 36,9 |
| 2 | 9 | 18 | 1,9 | 85,8 | 2,8 | 39,7 |
| 1 | 11 | 11 | 0,9 | 86,8 | 1,7 | 41,5 |
| 2 | 12 | 24 | 1,9 | 88,7 | 3,8 | 45,3 |
| 2 | 14 | 28 | 1,9 | 90,6 | 4,4 | 49,7 |
| 3 | 16 | 48 | 2,8 | 93,4 | 7,6 | 57,3 |
| 1 | 22 | 22 | 0,9 | 94,3 | 3,5 | 60,8 |
| 1 | 23 | 23 | 0,9 | 95,3 | 3,6 | 64,4 |
| 1 | 25 | 25 | 0,9 | 96,2 | 4,0 | 68,4 |
| 1 | 27 | 27 | 0,9 | 97,2 | 4,3 | 72,6 |
| 1 | 32 | 32 | 0,9 | 98,1 | 5,1 | 77,7 |
| 1 | 50 | 50 | 0,9 | 99,1 | 7,9 | 85,6 |
| 1 | 91 | 91 | 0,9 | 100,0 | 14,4 | 100,0 |
| Gesamt | 106 | 632 | 100,0 | | 100,0 | |

Tabelle 37: Zweifeleinheiten – Aufteilung nach Anzahl der Antworten⁶²

Zur Beantwortung der Forschungsfrage 2, die da lautet „Welche Zweifel provozieren welche VOI-Merkmale?“ wurden die 106 Zweifeleinheiten⁶³, welche in den drei Shitstorms gesamt in Erscheinung traten, aufgeteilt. Auf 85,8% der geäußerten Zweifelkommentare fielen 39,7% der Antworten, während auf die restlichen 14,2% der geäußerten Zweifelkommentare 60,3% der Antworten fielen.

Es lässt sich festhalten, dass sich im Bereich der 85,8% der geäußerten Zweifelkommentare – gesamt sind das 91 Zweifeleinheiten – bis zu jeweils 10 Antworten befinden.

⁶² Anmerkung: In der Darstellung sind Rundungsdifferenzen möglich.

⁶³ Das sind jene Zweifelkommentare, die Antworten erhalten.

So sind beispielsweise in 36 Zweifeleinheiten jeweils eine Antwort vertreten, in 17 Zweifeleinheiten drei Antworten und in 2 Zweifeleinheiten neun.

In den restlichen Zweifeleinheiten (das sind 14,2% der gesamt erfassten Zweifeleinheiten) verteilt sich die Anzahl der Antworten pro Zweifeleinheit von 11 bis 91. Hier werden 15 Zweifeleinheiten gesamt gezählt.

Im Hinblick auf die Ergebnisse hinsichtlich der Beantwortung der Forschungsfrage 2, sei folgendes angemerkt:

In den untersuchten Shitstorms überwiegen die Zweifelkommentare, die **keine** Reaktionen nach sich ziehen. Dies ist charakteristisch für den Shitstorm. Weshalb dies so ist, wurde bereits zum Teil in der Theorie erwähnt und noch zu einem späteren Zeitpunkt der Arbeit festgehalten.

| Zweifelkommentare ohne Antworten in den 3 Shitstorms | | | | |
|---|------------|---------|---------------------|------------------------|
| | Häufigkeit | Prozent | Gültige Prozente | Kumulierte Prozente |
| Westbahn | 150 | 43,7 | 43,7 | 43,7 |
| Merkur | 88 | 25,7 | 25,7 | 69,4 |
| Kickl | 105 | 30,6 | 30,6 | 100,0 |
| Gesamt | 343 | 100,0 | 100,0 | |

Tabelle 38: Zweifelkommentare in den Shitstorms

343 geäußerte Zweifel in den Kommentaren erhielten keine Antworten, und damit keine Reaktionen auf den artikulierten Zweifelkommentar.

Im Westbahnshitstorm sind dies 150 Zweifelkommentare ohne Reaktionen (43,7% von 343 Zweifelkommentaren), im Merkur-Shitstorm 88, was 25,7% entspricht, und im Kickl-Shitstorm 105 Zweifelkommentare (30,6%).

Zunächst noch ein Blick auf die Verteilung der Zweifelkommentare in den untersuchten Shitstorms, die keine Reaktionen erhielten. Diese unterschieden sich nach Zweifeltyp wie folgt:

Die Zweifelkommentare ohne Antworten unterschieden nach Zweifeltypen in den 3 Shitstorms⁶⁴

| | | Zweifelkommentare ohne Antworten in den 3 untersuchten Shitstorms | | | | | | | | | | | |
|---------|-----------------------------|---|------------|-------------|--------|------------|-------------|--------|------------|-------------|--------|------------|-------------|
| | | Westbahn | | | Mercur | | | Kick | | | Gesamt | | |
| | | Anzahl | Zeilen (%) | Spalten (%) | Anzahl | Zeilen (%) | Spalten (%) | Anzahl | Zeilen (%) | Spalten (%) | Anzahl | Zeilen (%) | Spalten (%) |
| V17 | Verständlichkeit | 8 | 44,4% | 5,5% | 5 | 27,8% | 8,2% | 5 | 27,8% | 6,5% | 18 | 100,0% | 6,4% |
| ZWEIFIS | Wahrheit | 18 | 90,0% | 12,4% | 0 | 0,0% | 0,0% | 2 | 10,0% | 2,6% | 20 | 100,0% | 7,1% |
| | Wahrhaftigkeit | 22 | 84,6% | 15,2% | 0 | 0,0% | 0,0% | 4 | 15,4% | 5,2% | 26 | 100,0% | 9,2% |
| | Richtigkeit/ Legitimität | 97 | 44,3% | 66,9% | 56 | 25,6% | 91,8% | 66 | 30,1% | 85,7% | 219 | 100,0% | 77,4% |
| | Gesamt | 145 | 51,2% | 100,0% | 61 | 21,6% | 100,0% | 77 | 27,2% | 100,0% | 283 | 100,0% | 100,0% |
| V19 | Verständlichkeit | 2 | 20,0% | 40,0% | 4 | 40,0% | 13,8% | 4 | 40,0% | 13,8% | 10 | 100,0% | 15,9% |
| ZWEIFU | Wahrheit | 0 | 0,0% | 0,0% | 1 | 100,0% | 3,4% | 0 | 0,0% | 0,0% | 1 | 100,0% | 1,6% |
| | Wahrhaftigkeit | 1 | 100,0% | 20,0% | 0 | 0,0% | 0,0% | 0 | 0,0% | 0,0% | 1 | 100,0% | 1,6% |
| | Richtigkeit/ Legitimität | 2 | 3,9% | 40,0% | 24 | 47,1% | 82,8% | 25 | 49,0% | 86,2% | 51 | 100,0% | 81,0% |
| | Gesamt | 5 | 7,9% | 100,0% | 29 | 46,0% | 100,0% | 29 | 46,0% | 100,0% | 63 | 100,0% | 100,0% |

Tabelle 39: Zweifelkommentare ohne Antworten in den 3 untersuchten Shitstorms

Folgendes lässt sich feststellen: Im Westbahn-Shitstorm überwiegen die Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität gegenüber dem Shitstormopfer, die keine Reaktionen im Sinne von Antworten erhalten (66,9%), noch deutlicher zeigt sich das im Kickl-Shitstorm mit 85,7%, und im Mercur-Shitstorm mit 91,8%.

⁶⁴ Zählt man die artikulierten Zweifel gegenüber den Shitstormopfern und Usern zusammen, so ergibt sich eine Gesamtanzahl geäußerter Zweifel ohne Reaktion von 346. Dies liegt der Tatsache zugrunde, dass drei Zweifelkommentare sowohl Zweifel gegenüber dem Shitstormopfer als auch dem User beinhalten.

| Zweifelkommentare mit weniger als 10 Antworten (91 Zweifelkommentare) | | | | |
|---|----------------|------|--------------|--------|
| | Shitstormopfer | User | ShO und User | Gesamt |
| Alle 3 Shitstorms | | | | |
| Verständlichkeit | 3 | 2 | 1 | 6 |
| Wahrheit | 6 | 1 | 1 | 8 |
| Wahrhaftigkeit | 2 | 0 | 1 | 3 |
| Richtigkeit/ Legitimität | 53 | 21 | 3 | 77 |
| Gesamt | 64 | 24 | 6 | 94 |
| Westbahn-Shitstorm | | | | |
| Verständlichkeit | 1 | 1 | 0 | 2 |
| Wahrheit | 6 | 0 | 0 | 6 |
| Wahrhaftigkeit | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Richtigkeit/ Legitimität | 6 | 7 | 0 | 13 |
| Gesamt | 13 | 8 | 0 | 21 |
| Merkur-Shitstorm | | | | |
| Verständlichkeit | 0 | 1 | 1 | 2 |
| Wahrheit | 0 | 0 | 1 | 1 |
| Wahrhaftigkeit | 0 | 0 | 1 | 1 |
| Richtigkeit/ Legitimität | 20 | 4 | 1 | 25 |
| Gesamt | 20 | 5 | 4 | 29 |
| Kickl-Shitstorm | | | | |
| Verständlichkeit | 2 | 0 | 0 | 2 |
| Wahrheit | 0 | 1 | 0 | 1 |
| Wahrhaftigkeit | 2 | 0 | 0 | 2 |
| Richtigkeit/ Legitimität | 27 | 10 | 2 | 39 |
| Gesamt | 31 | 11 | 2 | 44 |

Tabelle 40: Zweifelkommentare mit Reaktionen (Antworten) in den 3 Shitstorms⁶⁵

Auch bei den Zweifelkommentaren mit maximal 10 Antworten treten am häufigsten die Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität gegenüber den Shitstormopfern und Usern auf (53 und 21).

Welche Zweifel provozieren nun welche VOI-Merkmale?

Diesbezüglich entschied sich der Verfasser für zwei unterschiedliche Zugänge:

⁶⁵ In den Beiträgen B_0659, B_0933 und B_1177 wurde sowohl gegenüber den Shitstormopfern als auch gegenüber den Usern ein Zweifel codiert, deswegen wurde diese Tabelle um die Spalte (Shitstormopfer (ShO) und User) erweitert. Die Anzahl insgesamt wird somit mit 94 ausgewiesen.

5.4.1. Der erste Zugang

Durch eine quantitative Auswertung wurde herausgefiltert, welcher Zweifeltyp welche VOI-Merkmale auslöst.

Wie bereits angemerkt erhielten 91 Zweifelkommentare (ZWE) weniger als 10 Antworten. Diese wurden als Reaktionen auf den jeweiligen, vorangegangenen Zweifelkommentar verstanden.

Bevor die quantitative Auswertung mittels Kreuztabellen stattfand, wurden die Antworten pro Zweifeleinheit unter Verwendung eines Prinzips (überwiegen), bei welchem hervorgehoben wurde, welche Ausprägungen der Qualitätsmerkmale pro Zweifeleinheit überwogen, auf einen Datensatz reduziert, um Gewichtungseffekte auszuschließen.⁶⁶

Beispiel 1:

Zweifeleinheit „ZWE_22“ hat 3 Antworten und 3 respektlose Äußerungen (codiert mit 1) gegenüber den Usern. Im reduzierten Datensatz wurde beim Respekt gegenüber dem User (A_V23 RESPU) „1“ für „explizit respektlos“ eingetragen.

Beispiel 2:

Zweifeleinheit „ZWE_27“ hat 4 Antworten. In diesen 4 Antworten wurden Begründungen gegenüber Usern wie folgt codiert: 1mal 99 keine Begründung/ nicht codierbar, 1mal pauschal, 2mal einfach (in Prozent 25%, 25% und 50%). Im reduzierten Datensatz wird bei der Begründung User „12“ eingetragen, was für „pauschale“ und „einfache“ Begründung steht.

⁶⁶ Waren Ausprägungen zu gleichen Teilen in einer Zweifeleinheit vorhanden, so wurden beide Ausprägungen in einer neuen Ausprägung zusammengefasst. Anmerkung: Beide Tabellen befinden sich im Anhang und sollen einen groben Überblick auf die Reaktion von Zweifelkommentaren geben, da sich bereits mit den Ergebnissen der Forschungsfrage 1 ein Verdacht erhärtet hat. Aber dazu ausführlich etwas später in dieser Arbeit.

Beispiel 3:

Zweifeleinheit „ZWE_31“ hat 9 Antworten: In diesen 9 Antworten wurden Begründungen gegenüber Usern wie folgt codiert: 4 pauschal, 4 einfach, 1 ist keine Begründung/ nicht codierbar. Im reduzierten Datensatz steht ebenfalls „12“.

Für jeder der 91 Zweifeleinheiten wurde so ein Datensatz zugeordnet.

Es ließ sich für die 91 Zweifeleinheiten, somit für die Zweifel gegenüber den Shitstormopfern, als auch für die Zweifel gegenüber den Usern für alle drei untersuchten Shitstorms insgesamt feststellen, dass VOI-Merkmale selten von Zweifel provoziert werden.⁶⁷

Wenn in den Antworten Zweifel ausgelöst werden, dann sind es vor allem Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität. Von den 67 untersuchten Zweifelkommentaren gegenüber den Shitstormopfern provozieren 18,27% Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität gegenüber diesen.

Wurden Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität gegenüber den Usern geäußert, so provozierten diese 27,3% Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität gegenüber den Shitstormopfern.

Auffallend ist, dass Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität gegenüber den Shitstormopfern zu 21,8%⁶⁸ zu implizit respektvollen Äußerungen gegenüber den Usern beitragen und zu 54,5%⁶⁹ einfache Begründungen gegenüber den Usern provozieren.

⁶⁷ Diese Vorgangsweise mag für das Messen von Verständigungsorientierung unüblich sein. Mehr dazu nach der Ergebnispräsentation der 3 Forschungsfragen.

⁶⁸ Bei dieser Prozentangabe sind die neuen Ausprägungen, die aus mindestens zwei Ausprägungen bestehen, nicht berücksichtigt (siehe in der Tabelle unter Zweifel gegenüber den Shitstormopfern beispielsweise dazu „implizit respektvoll/ explizit respektvoll“ mit 5,5%).

⁶⁹ Bei dieser Prozentangabe sind die neuen Ausprägungen, die aus mindestens zwei Ausprägungen bestehen, nicht berücksichtigt (siehe in der Tabelle unter Zweifel gegenüber den Shitstormopfern beispielsweise dazu „einfache/ spezifische Begründung“ mit 3,6%).

Zweifel gegenüber den Usern führen zu 54,5% zu einfachen Begründungen gegenüber Usern.⁷⁰

5.4.2. Der zweite Zugang

Um die Forschungsfrage 2 zu beantworten, werden weiters exemplarisch ein paar der 15 Zweifeleinheiten, die jeweils mehr als 10 Antworten (Reaktionen) erhalten haben, untersucht.⁷¹

Im Westbahn-Shitstorm:

Zweifeleinheit „ZWE_02“:

Zweifelkommentar: Es wurde ein Zweifel an der Wahrhaftigkeit gegenüber dem Shitstormopfer geäußert, alternativ codiert wurde ein Zweifel an der Wahrheit. Die Zweifeleinheit hat 33 Analyseeinheiten⁷², und besteht aus einem Zweifelkommentar und 32 Antworten.

B_0011: „Not in my name! Hab als regelmäßiger Kunde in den sog. Knotenbahnhöfen keinerlei persönliches Unsicherheitsgefühl wg der Hilfsaktionen für Flüchtlingen entwickelt, vielmehr riecht diese Aktion nach neoliberaler Geldmache.“

Der artikulierte Zweifel an der Wahrhaftigkeit gegenüber dem Shitstormopfer löste unter den Usern weitere Zweifel gegenüber dem Shitstormopfer aus:

11 Zweifel an der Wahrheit (34,4%), 6 Zweifel an der Wahrhaftigkeit (18,8%) und 7 Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität (21,9%). Es wurden keine Zweifel gegenüber dem Shitstormopfer an der Verständlichkeit in dieser Zweifeleinheit geäußert.

⁷⁰ Die beiden Kreuztabellen befinden sich im Anhang dieser Arbeit.

⁷¹ In den genannten Beispielen werden orthographische Fehler nicht behoben.

⁷² Für den Zweifelkommentar der Zweifeleinheit „ZWE_02“ wurde auch eine Analyseeinheit vergeben. Siehe bspw. Abbildung 15: „Zweifel- und Analyseeinheiten im Shitstorm“

Zweifel an der Wahrheit:

B_0015: „Also auf der FB-Seite von euch sieht man eigentlich keine Anfragen
"Besorgter Kunden"“

B_0016: „"sämtlich" heißt "alle". Alle haben sich bei euch beschwert?
<http://www.duden.de/rechtschreibung/saemtlich>“

B_0020: „WESTbahn Gmbh ALLE Bahnkunden haben sich bei Ihnen beschwert???? - da
kommen sogar mir multiple Satzzeichen aus, bei so viel Dummheit.“

Zweifel an der Wahrhaftigkeit:

B_0014: „Es wird irgendwie nicht besser, gell ... Durch Zahlungsstopps eurerseits fühlen
sich nämlich die verunsicherten Bahnkunden wieder sicherer, oder wie?“

B_0017: „WESTbahn Gmbh ah, und die Kunden fühlen sich sicherer weil ihr dann mehr
Kohle macht? lol“

B_0022: „wenn, dann ist wohl eher der vorstand bzgl. "gewinnmaximierung"
verunsichert.“

Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität:

B_0013: „WESTbahn Gmbh Das nennt man auch "Xenophobie" und sollte von einem
Unternehmen nicht unterstützt werden.“

B_0022: „und wie gesagt, als regelmäßiger kunde maße ich mir an, selbst ein bild
über die situation an den knotenbahnhöfen zu haben u deshalb, meine ich, ihre
Vorgangsweise ist nicht korrekt.“

B_0028: „und selbst WENN ein knotenbahnhof aufgrund einer jedem MENSCHEN
verständlichen ausnahmesituation (durchreise samt betreuung tausender
kriegsflüchtlinge!) mal vorübergehend "verschmutzt" ist, dann hilft halt beim putzen,
anstatt irgendwelche zahlungen an ein unternehmen, das MEHR als seine bloße pflicht
tut, einzustellen. wenn sich HIER jemand wegen schmutz beschwert, dann doch

ohnehin nur ein charakterschwein, der nur den dreck sieht und die not keinesfalls . . . als vorstand eine derartige blödheit zu begehen und sich dann noch winselnd rauswinden zu wollen, zählt dreifach ins minus !!!“

Alternativ wurden folgende Zweifel gegenüber dem Shitstormopfer codiert: Jeweils 1 Zweifel an der Verständlichkeit, an der Wahrheit, an der Wahrhaftigkeit, und einmal sowohl ein Zweifel an der Wahrheit als auch an der Wahrhaftigkeit zusammen (codiert mit „23“ bei V18 ZWEIFS AC). Weiters wurden 4 Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität alternativ codiert.

Gegenüber den Usern wurde hier ein einziger Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität codiert. Alternative Zweifel gegenüber Usern gab es somit keine.

Die Respektäußerungen gegenüber dem Shitstormopfer sind 17mal explizit respektlos, 2mal implizit respektvoll und 1mal explizit respektvoll. Kein Respekt/ nicht codierbar wurde 10mal qualifiziert.

Explizit respektlos:

B_0020: „WESTbahn Gmbh ALLE Bahnkunden haben sich bei Ihnen beschwert???? - da kommen sogar mir multiple Satzzeichen aus, bei so viel Dummheit.“

B_0035: „Pfui. Deibel.“

Die Respektäußerungen gegenüber den Handlungen und Äußerungen des Shitstormopfers Westbahn sind 15mal explizit respektlos, 1mal implizit respektvoll und 1mal explizit respektvoll. 13mal gab es keine Respektäußerung gegenüber der Handlung des Shitstormopfer bzw. war diese nicht codierbar.

Was den Respekt betrifft, waren 2 Äußerungen gegenüber Usern implizit respektvoll, und eine gegenüber der Handlung/ Äußerung eines Users explizit respektlos. Mehrheitlich wurde beim Respekt gegenüber den Usern und deren Handlungen/ Äußerungen „nicht relevant“ codiert.

Begründungen: Gegenüber den Shitstormopfern wurde 13mal pauschal, 12mal einfach und 2mal spezifisch begründet, 3mal gab es keine Begründung, 2mal waren Beiträge nicht relevant (codiert mit 999).

Einfache Begründung:

B_0040: „ch bin noch im September am Westbahnhof gewesen und da waren noch etliche Flüchtlinge dort. Ich habe mich auch dank anwesender Polizei sicher gefühlt. Aber: alle Flüchtlinge waren zu der Zeit sehr ruhig und zurückhaltend. Von dem her auch ohne Polizei wäre es sicher unproblematisch gewesen“

Beiträge, die User adressiert haben, waren 1mal pauschal, 3mal einfach begründet. 28 Beiträge waren nicht relevant.

6mal gab es für das Shitstormopfer einen vagen Lösungsvorschlag, einmal einen konkreten. Ansonsten gab es 23mal keinen Lösungsvorschlag. 2 Beiträge waren dahingehend nicht relevant.

Vager Lösungsvorschlag:

B_0023: „WESTbahn Gmbh Es ist auch möglich, anders vorzugehen: siehe ÖBB:“

Ein konkreter Lösungsvorschlag:

B_0020: „Liebe WESTbahn Gmbh wie man jetzt noch größeren Schaden vermeiden kann ist echt schwierig zusagen unter Umständen könnte eine Öffentliche Entschuldigung und das Eingeständnis einer Verfehlung den eindeutig sichtbaren Verdienstrückgang noch abschwächen.“

Gegenüber den Usern gab es keine Lösungsvorschläge (V28 LÖSVU codiert mit 99 bzw. 999).

Zweifeleinheit „ZWE_06“:

Zweifelkommentar: Es wurde ein Zweifel an der Wahrheit gegenüber dem Shitstormopfer geäußert. Die Zweifeleinheit hat 15 Analyseeinheiten⁷³, und besteht aus einem Zweifelkommentar und 14 Antworten.

⁷³ Auch hier wurde für die „ZWE_06“ eine Analyseeinheit vergeben. Bei den weiteren Zweifeleinheiten verhielt sich dieses Prozedere analog.

B_0070: „Ich bin letzten Mittwoch um kurz vor 8 Uhr vom Westbahnhof mit der Westbahn nach Linz gefahren (das Foto habe ich kurz vor der Abfahrt aufgenommen). Es war am Bahnsteig ruhig. Zwei Bahnsteige weiter standen Flüchtlinge, die in kleineren Gruppen - vorbei am Bahnsteig mit dem Westbahnzug - zu einem Zug der ÖBB geführt wurden. Alles war sehr geordnet. Ich bin zum ersten Mal mit der Westbahn gefahren und war sehr zufrieden. Da ich nicht wusste, wie viel in den ÖBB-Zügen wegen der Flüchtlingskrise los ist, habe ich mich sogar gezielt für die Westbahn entschieden. Irgendeine Beeinträchtigung konnte ich nicht bemerken.“

Es folgen keine Zweifel gegenüber dem Shitstormopfer (V17), auch keine alternativ codierbare Zweifel gegenüber dem Shitstormopfer (V18).

Jedoch wurden 6 Zweifel gegenüber Usern an der Wahrheit, sowie 3 Zweifel an der Richtigkeit codiert.

Respektäußerungen gegenüber dem Shitstormopfer gibt es nicht, dafür 5 explizit respektlose gegenüber den Usern und einen implizit respektvollen Beitrag. Gegenüber der Handlung der User gibt es einen explizit respektlosen Beitrag.

Begründungen in Richtung Shitstormopfer gibt es keine, gegenüber den Usern sind 7 pauschal und 4 einfach. Es gibt keine spezifischen Begründungen in dieser Zweifeleinheit.

Ein einziger Lösungsvorschlag gegenüber einem User ist vage.

ZWEIFELEINHEIT „ZWE_08“:

In der Zweifeleinheit „ZWE_08“ ist der Zweifelkommentar, welcher am Beginn steht, ein Zweifel an der Wahrheit gegenüber dem Shitstormopfer. Diese Zweifeleinheit hat 50 Antworten und 51 Analyseeinheiten.

Die Folge sind weitere Zweifel, die an das Shitstormopfer gerichtet sind: Es sind 3 Zweifel an der Verständlichkeit, 3 an der Wahrheit, 11 an der Wahrhaftigkeit und 10 an der Richtigkeit.

Alternativ werden folgende Zweifel codiert: 3 an der Verständlichkeit, 2 an der Wahrheit, 1 an der Wahrhaftigkeit, 1 an der Wahrhaftigkeit und Richtigkeit/ Legitimität sowie 4 an der Richtigkeit/ Legitimität.

Beispiele für Wahrhaftigkeitszweifel in dieser Zweifeleinheit:

B_0108: „WESTbahn Gmbh ist es nicht eine Art Entschädigung, wenn ihr einen Erlass des Stationsentgeltes haben wollt? es ist halt nur eine andere umschreibung“

B_0114: „Diese "Sorge" ums Wohlergehen der Flüchtlinge nimmt Euch wohl niemand ab! Schämen Sie sich nicht, Herr Dr. F?“

B_0125: „WESTbahn Gmbh Liebe Westbahn, als Salzburger sehe ich oft genug den Hauptbahnhof Salzburg. Was Sie da schreiben, ist eine ziemlich schlechte Ausrede. Und unwürdig obendrein.“

B_0134: „Nur eine Ausrede um Umsatzrückgänge zu erklären... War heute am Salzburger Hauptbahnhof und am Wiener Westbahnhof - keine Spur von Überlastung oder mangelnder Sicherheit...“

Die User werden in dieser Zweifeleinheit mit einem Zweifel an der Verständlichkeit, einem Zweifel an der Wahrheit und 3 Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität konfrontiert. Hier gibt es keine alternativ codierbaren Zweifel.

Respekt gegenüber dem Shitstormopfer: 23 explizit respektlos, 4 implizit respektvoll, 2 explizit respektvoll

Respekt gegenüber der Handlung des Shitstormopfers: 24 explizit respektlos, 4 implizit respektvoll, 2 explizit respektvoll

Respekt gegenüber den Usern: 6 explizit respektlos, 5 implizit respektvoll, 2 explizit respektvoll

Explizit respektlos:

B_0133: „So viele wappler hier“

Respekt gegenüber den Handlungen und Äußerungen der User: 4 explizit respektlos, 5 implizit respektvoll, 2 explizit respektvoll

Begründungen gegenüber Shitstormopfer: 15 pauschale Begründungen, 19 einfache 1 spezifische

Begründungen gegenüber den Usern: 4 pauschale Begründungen, 4 einfache 2 spezifische

Lösungsvorschläge, die an die Shitstormopfer gerichtet sind: 5 vage, 33mal kein Lösungsvorschlag

Lösungsvorschläge, die an die User gerichtet sind: 2 vage, 11mal kein Lösungsvorschlag

Kaum Reaktionen (VOI-Merkmale) werden in der Zweifeleinheit „ZWE_10“ (beginnend mit einem Zweifel an der Verständlichkeit) provoziert.

Die Zweifeleinheit „ZWE_11“ (beginnend mit einem Zweifel an der Wahrheit) beinhaltet gegenüber dem Shitstormopfer 2 Zweifel an der Verständlichkeit, 2 an der Wahrhaftigkeit und 10 an der Richtigkeit/ Legitimität. Alternativ wurde nur ein Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität codiert.

Gegenüber den Usern wurden 2 Zweifel an der Verständlichkeit (*B_0168: „Was ist das Problem? Für einen verschmutzten Bahnhof soll man genausoviel zahlen wie für einen sauberen? Dass die Hausordnung nicht durchgesetzt wird, ist ein Faktum.“*) und einer an der Wahrhaftigkeit geäußert.

Am häufigsten treten, was den Respekt anbelangt, kein Respekt und explizit respektlos gegenüber dem Shitstormopfer auf. Jeweils 8 Äußerungen bzw. zu 36,4% in dieser Zweifeleinheit.

Dies verhält sich bei dem Respekt gegenüber dem Shitstormopfer gleich wie bei dem Respekt gegenüber den Handlungen des Shitstormopfers.

Gegenüber den Usern sind keine Besonderheiten den Respekt betreffend zu erkennen.

Begründungen sind hauptsächlich einfach (gegenüber dem Shitstormopfer: 8, gegenüber den Usern: 3).

In der **Zweifeleinheit „ZWE_13“** (beginnend mit einem Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität) wurden gegenüber den Usern 1 Zweifel an der Verständlichkeit, 3 an der Wahrheit und 2 an der Richtigkeit/ Legitimität provoziert.

Der Zweifelkommentar: *B_0198: „Letztklassig liebe Westbahn! Ich fahre wöchentlich vom Westbahnhof weg: Es war nie verschmutzt und es lag nie ein Sicherheitsrisiko für irgendjemanden vor. Der Brief ist einfach nur eine absolute Frechheit und der Sache zu keinem Zeitpunkt dienlich. Hut ab an alle freiwilligen Helfer, der Polizei und der ÖBB für ein hervorragendes Krisenmanagement.“*

Bis auf 9 einfache Begründungen, die an User adressiert sind, gibt es sonst keine besonderen Auffälligkeiten in dieser Zweifeleinheit.

Was die **Zweifeleinheit „ZWE_20“** betrifft, so ist hier zu erwähnen, dass in dieser – der am Beginn stehende Zweifelkommentar wurde als Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität gegenüber den Usern qualifiziert – 2 Zweifel an der Verständlichkeit gegenüber den Usern, sowie 6 an der Richtigkeit/ Legitimität provoziert wurden. Gegenüber diesen gibt es ebenso 10 explizit respektlose Äußerungen. 4 Positionen werden hier pauschal, 3 einfach begründet.

Explizit respektlos:

B_0286: „schau,schau,wie die gutmenschen herausgekrochen kommen.ich möchte von keinem belästigt werden,während ich am bahnhof bin.top westbahn ;-“

B_0287: „nomen est omen, Brauni? 7“

Es gibt keinen einzigen Lösungsvorschlag.

Im Merkur Shitstorm:

Die Zweifeleinheit „ZWE_39“ mit einem Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität codiert, alternativ mit einem Wahrheits- und Wahrhaftigkeitszweifel (23 Antworten, 24 Analyseeinheiten).

B_0725: „**Merkur- ihr markt**“ !



Und als krönung noch obst in plastikfolie !

Von umweltproblemen scheint man in heimischen supermärkten nicht viel mitbekommen zu haben !

Aber scheinheilig "bei und gibts keine plastiksackerln mehr zu kaufen !" herausposaunen

Nein , nur die robusteren "mehrwegtaschen" , für die man dwn kunden 1€ abknöpfen kann oder die aus papier , die bei hoher luftfeuchtigkeit oder zu viel einkauf durchreissen !

Pharisäer !

Und das mit den vollen regalen bis ladenschluss ist mir seit langem ein dorn im auge !



Es wird kein weiterer Zweifel gegenüber dem Shitstormopfer provoziert.

Es folgten gegenüber den Usern 5 Zweifel an der Verständlichkeit, 3 an der Wahrheit, sowie 7 an der Richtigkeit/ Legitimität. Alternativ wurden 1 Zweifel an der Wahrheit, 1 an der Richtigkeit/ Legitimität und 1 an der Wahrhaftigkeit und Richtigkeit/ Legitimität codiert.

Gegenüber den Usern wurden 10 explizit respektlose, 5 implizit respektvolle und 2 explizit respektvolle Äußerungen codiert, gegenüber der Handlungen der User 11 explizit respektlose, 1 implizit respektvoll, 1 explizit respektvoll.

Es gab gegenüber den Usern 19 einfache Begründungen, 4 spezifische. Weiters wurden von User zu User 4 vage Lösungsvorschläge geäußert.

Explizit respektlose Äußerung gegenüber dem User und der Handlung des Users:

B_0731: „C. S. IHRE aussage ist eher jene , die sinnbefreit ist !

"Jedem sein recht auf eine wassermelone nach 18 uhr " oder wie ?

Wenns ausverkauft ist , dann ist es eben weg !

Haben sie zb keine mittagspause zum einkaufen ?

Genau DIESE einstellung ist jene , die unseren planeten ausbeutet !

Es muss alles für alle jederzeit verfügbar sein , weshalb überproduziert wird - auch wenn dann die hälfte im müll landet !

Unverständlich !

Es gibt auch genug alternativen , denke ich , wenn ein bestimmtes produkt nicht mehr zu haben ist , oder ?

Dann gibts halt semmeln statt salzstangerl etc !“

Im Kickl-Shitstorm:

Zweifeleinheit „ZWE_60“

Der Zweifelkommentar ist ein Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität gegenüber dem Shitstormopfer. Auf den folgenden Zweifelkommentar folgen 91 Antworten.

B_1005: „ES REICH!!

So nicht, Herr #Kickl!

Die Grenze ist hier endgültig überschritten!

Jemand, der sich zu Provokationszwecken an die Sprache des Nationalsozialismus anlehnt und damit in Kauf nimmt, dass Assoziationen mit NS-Konzentrationslagern geweckt werden, ist als Regierungsmitglied nicht tragbar.“

Gegenüber dem Shitstormopfer werden 8 Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität geäußert, alternativ wurde 1 Zweifel an der Wahrhaftigkeit codiert.

Gegenüber den Usern wurden in der Zweifeleinheit „ZWE_60“ 19 Zweifel an der Verständlichkeit geäußert:

B_1012: „A. L.i wo sehen Sie hier Respektlosigkeiten gegenüber Herrn K.? Darf man die neue Regierung nicht kritisieren?“

B_1014: „G. A. Was ist Bedeutung von konzentrieren?! Beispiel: Aufmerksamkeit auf eine Sache lenken.Wo ist das Problem?“

B_1018: „C. R. du? Dann lösche dich“

B_1020: „F. H. ja aber die FPÖ wurde aus Machtgeilheit ins Boot geholt! Sonst wäre der Bub ohne Ausbildung heute kein Kanzler!!!!!! 2. Platz belegte die SPÖ!!!!!!! Schon vergessen?!?“

B_1028: „C. P. Ausbildung? Was hatte der Taxler zum Vorweisen? 🤔“

B_1032: „C. P. Was genau bringt den Sozen der 2. Platz wenn sie keine Mehrheit für ein Thema finden?“

B_1047: „A. H. Wo? Hast grüne Brillen drauf? Oder Linsen?“

B_1078: „J. D. Und sollen wir uns jetzt an etwas schlechtem ein Beispiel nehmen?“

5 Zweifel an der Wahrheit werden gegenüber den Usern geäußert und 2 an der Wahrhaftigkeit.

Gegenüber den Usern werden 28 Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität qualifiziert:

B_1009: „Mehr Respekt gegenüber unserem Innenminister!!“

B_1017: „G. R. So viel künstliche Plattitüde unterfüttert mit so wenig inhaltlicher Substanz. Und dazu diese groteske moralische Überlegenheitsattitüde. Da muss man schon ein ungebildeter Sympathisant von rechtsrechten Gedankentum sein, um hinter den bewusst in den Kontext gesetzten Begriffen "Lager" und "konzentrieren" alltagsprachlichen Begriffen keine nazistische Anspielungen zu wittern! Traurig. 🙄“

B_1022: „Es reicht, so nicht ihr Moralapostel !“

Wer hier dubiose Zusammenhänge fabriziert, sollte sich in Grund und Boden schämen.“

B_1031: „jetzt wird mir schlecht was Leute hier von sich geben ist eine einzige Katastrophe“

B_1040: „Könnt ihr mal den Mund halten ? Ehrlich was soll das, als euer VB gewonnen hat, haben wir es auch hinnehmen müssen. Wartet ab die paar Jahre dann kann man sich gerne streiten. Aber bitte interpretiert jetzt nicht irgendetwas von Hitler hier hinein“

B_1054: „F. M. Quelle oder billige Meinungsmacher?“

B_1067: „Unglaublich wie man sich über ein Wort wie Konzentriert so aufregen kann und was man da hinein interpretiert. Manchen Leuten muss echt fad sein!“

Alternativ wurden gegenüber den Usern 4 Zweifel an der Verständlichkeit, 1 an der Wahrheit und 2 an der Richtigkeit/ Legitimität codiert.

Respekt gegenüber dem Shitstormopfer: 5 explizit respektlos

Respekt gegenüber der Handlung/ Äußerung des Shitstormopfers: 5 explizit respektlos

Zu den Respektäußerungen gegenüber den Usern in der „ZWE_60“: 36 explizit respektlose, 11 implizit respektvolle, 2 explizit respektvolle

Beispiele für explizit respektlose Äußerungen von User zu User:

B_1027: „So geil de grünen Moralaposteln ...

Bei der Aussage gehts a moi um gor nix

Hoffentlich fohrd kiwarei gscheid drauf auf de ganzen Berufsdemonstranten“

B_1041: „Sofort auf die Straße und gegen das Wort Konzentriert demonstrieren. 😂😂😂

Bitte Bitte geht wieder auf die Straße.“

B_1043: „jetzt hast dein Kommentar gelöscht G., du bist so ein Spacko, unglaublich“

B_1045: „😂...a paar grüne deppn gibts halt doch noch anscheinend 😂“

B_1059: „Bitte woanders weinen“

B_1063: „Menschen die ihr Gesicht nicht zeigen können, haben meistens etwas zu verbergen. Ich denke sie sind Berufsdemonstrant und liegen dem bravem Steuerzahler auf der Tasche Herr A. oder wie auch immer ihr RICHTIGER Name ist“

B_1065: „Heul leise 🙄🙄🙄 das ist eine demokratisch gewählte Regierung“

B_1069: „wie nennt man des gleich wenn an wos verfolgt und nit da is??? ajo genau paranoide schizophrenie, ich habe fertig und jetz gehts wieda zur mama ham s'peinlich 🙄“

B_1073: „C. S. ja klar, Verfolgungswahn lässt grüßen!“

B_1076: „War nix anderes zu erwarten von einem Roten. IHR SEID DOCH RICHTIGE SCHWACHKÖPFE. Ist wohl noch immer der S. bei euch in der Partei ??? Beahlt den eigentlich jetzt der K. selbst, oder wird der noch immer von Steuergeld bezahlt ???“

5.5. Ergebnisse zur Beantwortung der Forschungsfrage 3

Wie reziprok verläuft die Verständigung bei den 3 Shitstorms?

Nach reichlicher Überlegung wurde die „Reziprozität“ (V15 REZ) wie folgt codiert: Als „monolog“ wurden ausschließlich Kommentare (siehe V3 Ausprägung 2) codiert, die keine Antworten (siehe V3, Ausprägung 3) erhielten.

Unter die Codierung „initial“ fielen jene Beiträge, die Reaktionen nach sich zogen. Alle Postings (siehe V3, Ausprägung 1) wurden mit „2“ codiert.

Beiträge, die Kommentare sind (siehe V3, Ausprägung 2) und Antworten (siehe V3, Ausprägung 3) erhielten wurden ebenso mit „2“ codiert.

Mit „3“ wurden alle Antworten codiert.

Die Kategorie V15 „Reziprozität“ soll Aufschluss darüber geben, wie reziprok die Kommunikation bei Shitstorms verläuft.⁷⁴

| | Reziprozität gesamt | |
|----------|---------------------|-------------|
| | Anzahl | Spalten (%) |
| monolog | 441 | 29,8% |
| initial | 158 | 10,7% |
| response | 883 | 59,6% |
| gesamt | 1482 | 100,0% |

Tabelle 41: Reziprozität der 3 Shitstorms gesamt

Bei allen 3 Shitstorms und 1482 gültigen Beiträgen⁷⁵ gesamt ergibt sich folgendes Bild: 10,7% sind initiale Beiträge, 29,8% sind monologe Beiträge, und 59,6% stellen Antworten dar.

⁷⁴ Es wurde rein formal codiert, nicht auf Inhalt. In die Auswertung zur Reziprozität wurden die 3 Postings miteinbezogen. Sie wurden als „initial“ codiert.

⁷⁵ Da die Postings den Kommentar und Antwortenverlauf der jeweiligen Shitstorms mitprägten, wurden diese ebenso in die Auswertung miteinbezogen.

| | Reziprozität Westbahn | | |
|----------|-----------------------|------------------------|-----------------------|
| | Anzahl | Anzahl als Spalten (%) | Anzahl als Zeilen (%) |
| monolog | 205 | 41,9% | 46,5% |
| initial | 45 | 9,2% | 28,5% |
| response | 239 | 48,9% | 27,1% |
| gesamt | 489 | 100,0% | |

Tabelle 42: Reziprozität Westbahn

Der Westbahn-Shitstorm hat im Vergleich zu den anderen Shitstorms mit 41,9% den deutlich höchsten Anteil an monologen Beiträgen (Merkur: 23%, Kickl: 24,5%), und vice versa mit 48,9% den deutlich niedrigsten Anteil an „response“-Beiträgen (Merkur: 66,1% Kickl: 63,7%). Mit 9,2% zugleich ist hier auch der Anteil der initialen Beiträge am geringsten, wobei die Unterschiede zu den beiden Shitstorms marginal sind.

| | Reziprozität Merkur | | |
|----------|---------------------|------------------------|-----------------------|
| | Anzahl | Anzahl als Spalten (%) | Anzahl als Zeilen (%) |
| monolog | 114 | 23,0% | 25,9% |
| initial | 54 | 10,9% | 34,2% |
| response | 327 | 66,1% | 37,0% |
| gesamt | 495 | 100,0% | |

Tabelle 43: Reziprozität Merkur

Zwischen Merkur- und Kickl-Shitstorm bestehen im Hinblick auf die Reziprozitätsstruktur im Sinne der Verteilung der 3 Ausprägungen „monolog“, „initial“ und „response“ kaum Unterschiede.

Beim Merkur-Shitstorm ist im Vergleich zu den beiden anderen Shitstorms am öftesten „response“ (66,1%) codiert worden, wobei der Unterschied zum Kickl-Shitstorm (63,7%) nicht sehr ausgeprägt ist.

| Reziprozität Kickl | | | |
|--------------------|--------|------------------------|-----------------------|
| | Anzahl | Anzahl als Spalten (%) | Anzahl als Zeilen (%) |
| monolog | 122 | 24,5% | 27,7% |
| initial | 59 | 11,8% | 37,3% |
| response | 317 | 63,7% | 35,9% |
| gesamt | 498 | 100,0% | |

Tabelle 44: Reziprozität Kickl

Beim Kickl-Shitstorm verhält es sich im Hinblick auf die Verteilung der 3 Ausprägungen „monolog“, „initial“ und „response“ ähnlich wie beim Merkur-Shitstorm.

Alle drei Shitstorms haben gemeinsam, dass in hohem Maße gezweifelt wird – besonders an der Richtigkeit/Legitimität. In den 3 untersuchten Shitstorms meldet sich insgesamt nur fünfmal ein Shitstormopfer zu Wort, was selbsterklärend nicht zu einem reziproken Kommunikationsprozess zwischen User und Shitstormopfer beiträgt.

Von den 10,7% (das sind gezählte 158 Beiträge) der initialen Beiträge besteht ein Großteil davon aus Zweifelkommentaren. Diese 106 Zweifelkommentare, die Antworten, also direkte Reaktionen generieren, stellen somit 67,09% der initialen Beiträge dar.

344 Kommentare, die einen Zweifel beinhalten, erhielten allerdings keine Antwort. Eine weitere Beobachtung ist, dass während der Phase des Codierens der Eindruck entstand, dass der Westbahn-Shitstorm dem lawinenartigen Charakter eines Shitstorms gerechter wurde als die anderen beiden. Die Westbahn erntete heftig Kritik im Sinne vieler monologen Beiträge.

Beim Merkur- und Kickl-Shitstorm erlangte man sehr zeitnah den Eindruck, dass in diesen beiden Shitstorms sehr häufig User einander Antworten geben.

Im Westbahn-Shitstorm bestätigen die 41,9% monologen Beiträge den soeben geäußerten Eindruck. In den beiden anderen Shitstorms überwogen die Antworten deutlich.

Die entsprechenden Fallzahlen sind zwar gering, da aber diese Studie einen explorativen Ansatz verfolgt, möchte der Verfasser und Autor dieser Abschlussarbeit folgendes nicht unerwähnt lassen:

Zur Untersuchung von Reziprozität von Shitstorms⁷⁶ ist es ratsam, deutlich größere Stichproben zu ziehen, um die Aussagekraft zu erhöhen.

Dennoch kann auf Basis der vorliegenden Studie die Annahme getroffen werden, dass unterschiedliche Shitstorms und damit verbundene Thematiken verschiedene Formen und Verteilungen von Reziprozität implizieren können. Nachfolgend einige Erläuterungen dazu:

Bei der Westbahn kristallisierte sich auch Enttäuschung ob des Schreibens an die ÖBB seitens der Kunden heraus.⁷⁷ Die Aufregung fokussiert die Zweifelartikulation in Bezug auf die Richtigkeit und Legitimität der Handlung der Westbahn.

„train of shame“⁷⁸

Wenn solch ein Fall eintritt, dann liegt die Vermutung nahe, dass ein vermehrter Anteil an monologen Beiträgen in den Kommentaren zu finden ist. Obwohl das anfängliche Posting von der Westbahn kam und eine Erklärung zum Brief an die ÖBB war, konnte der Shitstorm nicht gestoppt werden. Die im Westbahn-Brief publizierte Formulierung zur Situation feuerte die Situation scheinbar noch mehr an und forcierte negative Kommentare.

⁷⁶ Für alle Forschungsinteressierten neuer Versuche

⁷⁷ Die „Enttäuschung“ wurde nicht codiert, allerdings stellten sich artikuliert Enttäuschungen in den Beiträgen heraus.

⁷⁸ B_0463

hier Bezug zur Theorie über Shitstorms genommen, und zu Artikel, die in den Medien publiziert werden, so lässt sich festhalten:

In heiklen Situationen ist es förderlich Ruhe zu bewahren.

Der Verfasser dieser Arbeit nimmt an, dass sich unzureichende Rettungsversuche dahingehend auf Shitstorms auswirken, dass mehr monologe und zweifelbehaftete Kommentare gegenüber dem Shitstormopfer geäußert werden.⁷⁹

Im Merkur-Shitstorm greift von Anfang an eine ganz andere Shitstorm-Thematik. Eine Beschwerde einer Kundin auf der Facebook-Seite des Merkurs löst einen gewaltigen Shitstorm aus, der vor allem dadurch gekennzeichnet ist, dass User mit einander in Austausch treten und unterstützen. Das Posting der Kundin stieß auf Zustimmung vieler und wurde dadurch zum Shitstorm. (siehe dazu auch Mona Folger 2014, und Folger/ Röttger 2015)

„Ich bin kein "Friend" von eurem kapitalistischen Oaschladen...“⁸⁰

Was ebenso von Interesse, und nicht unwesentlich ist, ist die Tatsache, dass sich sehr rasch eine eigene Dynamik zum Mitbewerb ergeben hat. Etliche User lobten andere Supermarktketten, zum Beispiel in den Bereichen „Spendenaktionen“ von noch ess- und haltbaren Lebensmitteln, „Rabatte und Preisnachlässe“ bis hin zu kundenorientiertem Service. Der Merkur-Shitstorm, welcher beispielhaft ist und gleichermaßen genauso gut und jederzeit ein anderes Unternehmen treffen kann, hat zusätzliche, wesentliche Erkenntnisse hervorgebracht:

Dieser Shitstorm hat gezeigt, dass User einander informieren, unterstützen, helfen und warnen. (siehe auch Folger 2014, Folger/ Röttger 2015)

Beispiele:

B_0692: „Beim Hofer gibt es am Sa um 17:30 fast gar nichts mehr an frischem Obst oder Gemüse - und das was noch da ist, gibt es um -50%!“

⁷⁹ Anmerkung des Verfassers: Dies kann eine weitere Untersuchung auf diesem Gebiet sein.

⁸⁰ B_0586

B_0695: „B. E. zum Thema Schwachsinn: Ananas bei Merkur kommen nicht aus Ö, burgenländische Tomaten bei Hofer, Spar, Adeg, nah und frisch, ... schon.“

Der reziproke Austausch geschieht allerdings auch, wenn es um Empfehlungen geht, und das wiederum kann dann doch auch ein Warnsignal für Unternehmen sein. Jedem Unternehmen steht es selbstverständlich frei einen Shitstorm „vorüberziehen“ zu lassen, jedoch kann dies auch das Risiko beinhalten, Kunden an andere Unternehmen zu verlieren.

Beim politischen Kickl-Shitstorm wurden vor allem unter den Usern respektlose Äußerungen codiert.⁸¹ 24,5% waren monolog, 11,8% initial und 63,7% waren Antworten. Von Diskursqualität im Sinne der Verständigungsorientierung kann nicht gesprochen werden.

„So geil de grünen Moralaposteln ...

Bei der Aussage gehts a moi um gor nix

Hoffentlich fohrd kiwarei gscheid drauf auf de ganzen Berufsdemonstranten“⁸²

„S. R. Ich glaube kaum das K. einen Überfall auf Polen plant.

Aber drück doch besser nochmal die Schulbank. 😊“⁸³

„Sofort auf die Straße und gegen das Wort Konzentriert demonstrieren. 😂😂😂

Bitte Bitte geht wieder auf die Straße.“⁸⁴

„S. R.; lernen Sie Geschichte und bilden Sie sich mal über die Jahre 1927 bis 1934 ...

! Wenn Sie damit fertig sind, dann dürfen Sie andere belehren!“⁸⁵

„Ich hoffe ihr trinkt auch kein Saftkonzentrat :P“⁸⁶

⁸¹ Siehe dazu bspw. die Ergebnispräsentation der FF2

⁸² B_1027

⁸³ B_1034

⁸⁴ B_1044

⁸⁵ B_1048

⁸⁶ B_1060



Abbildung 25: „Ein Shitstorm-Konzentrat“ eigene Quelle 2019

6. Die Beantwortung der Forschungsfragen

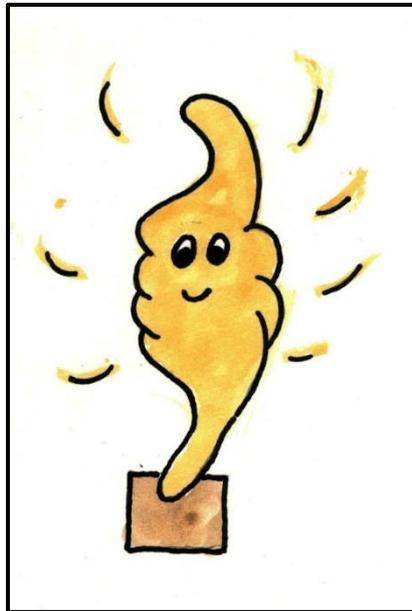


Abbildung 26 „Gewinnt am Ende der Shitstorm?“ eigene Quelle 2019

6.1. Die Beantwortung der Forschungsfrage 1

Wie verteilen sich die VOI-Merkmale auf die unterschiedlichen Shitstorms und wie drückt sich das in Zahlen und Prozent aus?

Zu den Ergebnissen der Zweifeläußerungen gegenüber den Shitstormopfern in den drei untersuchten Shitstorms lässt sich Folgendes feststellen:

Beim allen drei Shitstorms **überwiegen die Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität**, sowohl in den Kommentaren als auch in den Antworten (Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität gesamt: 74,4%). Insgesamt sind dies 405 Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität.

Die Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität gegenüber den Shitstormopfern verteilen sich auf die drei unterschiedlichen Shitstorms (Kommentare und Antworten) wie folgt: Westbahn: 57,5% (138)⁸⁷; Merkur: 87,3% (131); Kickl: 88,3% (136)

In den Kommentaren: Westbahn: 63,4% (104); Merkur: 93,0% (80); Kickl: 86,8% (99)

In den Antworten: Westbahn: 44,7% (34); Merkur: 79,7% (51); Kickl: 92,5% (37)

Wenn Zweifel qualifiziert wurden, so sind im direkten Vergleich prozentuell gesehen im Kickl-Shitstorm mit 88,3% die meisten Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität zu finden gewesen, knapp vor dem Merkur-Shitstorm mit 87,3%. In Zahlen zählt die Westbahn mit 138 um 2 Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität mehr als der Kickl-Shitstorm.

In den Kommentaren erhält der Merkur-Shitstorm die meisten Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität mit 93%⁸⁸. Beim Kickl-Shitstorm setzen sich die Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität in den Antworten mit 92,5% durch.

⁸⁷ 138 Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität im Westbahnshitstorm gesamt (Kommentare und Antworten)

⁸⁸ Was die Aufteilung in Prozent der im Merkur geäußerten Zweifel anbelangt. In Zahlen überwiegen die Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität in den Kommentaren beim Westbahn-Shitstorm (104) vor dem Kickl-Shitstorm (99). Der Merkur-Shitstorm zählt 80.

Die meisten Zweifel gegenüber dem Shitstormopfer im Bereich der Wahrheit und Wahrhaftigkeit sind im Westbahn-Shitstorm zu finden (sowohl im prozentuellen Vergleich als auch in Zahlen).

Wahrheitszweifel im Westbahn-Shitstorm: in den Kommentaren: 16,5% (27); in den Antworten: 23,7% (23)

Wahrhaftigkeitszweifel im Westbahn-Shitstorm: in den Kommentaren: 14,0% (23); in den Antworten: 25,0% (19)

Weitere Besonderheiten: Im Merkur-Shitstorm gibt es keinen Wahrheitszweifel gegenüber dem Shitstormopfer in den Kommentaren, im Kickl-Shitstorm keinen Wahrheitszweifel in den Antworten.

Interessant ist, dass Zweifel an der Wahrhaftigkeit gegenüber den Shitstormopfern mit 10,3% (**insgesamt 56 Zweifeläußerungen an der Wahrhaftigkeit**) in der Gesamtwertung an zweiter Stelle stehen. Eine überwiegende Mehrheit dieser Wahrhaftigkeitszweifel ist im Westbahn-Shitstorm zu finden.

An dritter Stelle stehen die Zweifel an der Wahrheit (9,2% (50 Wahrheitszweifel)). Die Zweifel an der Verständlichkeit bilden mit 6,1% (33) das Schlusslicht.

Was passierte bei den Zweifeln gegenüber den Usern?

Obwohl bei allen drei Shitstorms auch gegenüber den Usern die Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität überwiegen (gesamt 52,8% (204)), lässt sich feststellen, dass die Zweifel an der Verständlichkeit mit 29,8% (115) am zweithäufigsten in Erscheinung treten.

Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität gegenüber den Usern gesamt: 52,8%

In den drei Shitstorms:

Westbahn: 45,2% (33); Merkur: 49,6% (60); Kickl: 57,8% (111)

Die Zweifel an der Verständlichkeit gegenüber den Usern treten am zweithäufigsten auf.

Gesamt: 29,8%

In den drei Shitstorms:

Westbahn: 26,0% (19); Merkur: 29,8% (36); Kickl: 31,3% (60)

Wahrheitszweifel stehen an dritter Stelle: Westbahn 21,9% (16); Merkur 19,8% (24); Kickl 9,4% (18)

Zweifel an der Wahrhaftigkeit werden gegenüber den Usern am wenigsten geäußert:

Westbahn 6,8% (5); Merkur 0,8% (1); Kickl 1,6% (3)

Im direkten Vergleich lässt sich folgende Aussage treffen:

Auch im Bereich der Zweifeläußerungen gegenüber den Usern wurden beim Kickl-Shitstorm die meisten Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität mit 57,8% codiert. Das sind auch in Zahlen gesehen die meisten (111 – 37 Kommentare, 74 Antworten).

An zweiter Stelle folgt der Merkur-Shitstorm mit 49,6% und an dritter Stelle der Westbahn-Shitstorm mit 45,2%.

Im Bereich der Verständlichkeitszweifel hat ebenso der Kickl-Shitstorm die meisten (31,3% - auch in Zahlen: 60), und er liegt damit vor dem Merkur-Shitstorm (29,8%) und dem Westbahn-Shitstorm (26,0%).

Die Wahrheitszweifel machen gesamt nur 15% aus. Im Vergleich gibt es die meisten Wahrheitszweifel beim Westbahn-Shitstorm mit 21,9%⁸⁹. Bei den Wahrhaftigkeitszweifel wurden beim Westbahn-Shitstorm sowohl in Prozent mit 6,8% als auch in Zahlen mit 5 die meisten Zweifel an der Wahrhaftigkeit gegenüber den Usern gezählt.

Ergebnisse zu den Respektäußerungen gegenüber den Shitstormopfern und Usern in den drei untersuchten Shitstorms

Was die respektlosen Beiträge gegenüber den Shitstormopfern, aber auch deren Handlungen und Äußerungen betrifft, lässt sich bis auf die eine Ausnahme, dass der Merkur-Shitstorm die wenigsten, „persönlichen“ respektlosen Angriffe erhält (46,8% bzw. 36 explizit respektlose Beiträge), sagen, dass bei allen 3 Shitstorms explizite Respektlosigkeit in hohem Ausmaß codiert wurde. Dies ist jedoch vor dem Hintergrund zu beachten, dass die Beiträge, die mit „99“ codiert wurden, aus der Untersuchung ausgeklammert worden sind.

⁸⁹ Nur prozentuelle gesehen. Der Merkur hat 24 Wahrheitszweifel und damit um 8 mehr.

Die explizit respektlosen Äußerungen gegenüber der Westbahn und dem ehemaligen Innenminister Herbert Kickl äußern sich wie folgt: Westbahn: 166 (81%), Kickl 56 (78,9%)

Die meisten explizit respektvollen Äußerungen bekommen die Shitstormopfer Merkur (12,7%, 10) und Kickl (12,7%, 9), die meisten implizit respektvollen der Merkur (40,5%, 32).

Die Respektäußerungen gegenüber den Handlungen und Äußerungen der Shitstormopfer lassen sich wie folgt einordnen:

Wenn Respekt codiert worden ist, so überwogen die respektlosen Äußerungen in allen drei untersuchten Shitstorms:

Westbahn: 183 (84,3%)

Merkur: 115 (87,1%)

Kickl: 105 (96,3%)

Gesamt gibt es in allen 3 Shitstorms zusammen 26 explizit respektvolle Äußerungen den Handlungen und Äußerungen der Shitstormopfer gegenüber.

Die Respektäußerungen gegenüber den Usern sind insgesamt gesehen meist implizit respektvoll (Westbahn gesamt 50,9% (56), Merkur 76,6% (213) und Kickl 44,9% (79)).⁹⁰

Die explizit respektvollen Äußerungen erreichen keinen Wert über 10% (Westbahn 5,5%, Merkur 9,4% und Kickl 6,8%).

Die meisten explizit respektlosen Äußerungen gegenüber Usern lassen sich im Kickl-Shitstorm (48,3% (85)) finden. Im Westbahn-Shitstorm sind es 43,6% (48) und im Merkur-Shitstorm 14% (39).

Gegenüber den Usern und ihren Handlungen und Äußerungen treten, was explizit respektvolle Beiträge anbelangt, 1,4% beim Kickl-Shitstorm, 3,2% beim Merkur-Shitstorm und 3,1% beim Westbahn-Shitstorm in Erscheinung. Das sind insgesamt, in allen **3 Shitstorms zusammen 6 explizit respektvolle Äußerungen.**

⁹⁰ Dies ist dem Umstand zu verdanken, dass der Merkur-Shitstorm eine hohe Anzahl an implizit respektvollen Äußerungen beinhaltet.

Implizit respektvolle Äußerungen treten wie folgt auf: Westbahn 46,9% (30), Merkur 35,5% (33), Kickl 1,4% (1).

User werden im Bereich ihrer Handlung und Äußerungen im Westbahn-Shitstorm zu 50% (32), im Merkur-Shitstorm zu 61,3% (57) und im Kickl-Shitstorm zu 97,3% (72) mit respektlosen Äußerungen angegriffen.

Obwohl sich, was die Verteilungen des Respekts gegenüber den Shitstormopfern (V21), deren Handlungen und Äußerungen (V22), den Usern (V23) und deren Handlungen und Äußerungen (V24), Unterschiede ergeben, verbindet sie eines: Das sind eine hohe Anzahl an Respektlosigkeiten, wenn Respekt codiert wird.⁹¹

Begründungen:

Mit 80,8% (das sind 505) werden insgesamt Positionen gegenüber den Shitstormopfern einfach begründet. Bei allen drei untersuchten Shitstorms überwiegen die einfachen Begründungen (Westbahn: 209 (71,8%), Merkur: 150 (87,7%), Kickl: 146 (89,6%)). Spezifische Begründungen wurden selten codiert. Die meisten spezifischen Begründungen gegenüber dem Shitstormopfer sind im Westbahn-Shitstorm codiert worden. Es waren 22 spezifische Begründungen (7,6%).

Auch gegenüber den Usern wurden Positionen – sofern eine Begründung bei einer Äußerung codiert wurde⁹² - am häufigsten einfach begründet (77,8%). In Zahlen waren das 616 einfache Begründungen. Es lässt sich feststellen, dass eine große Mehrheit der einfachen Begründungen in den Antworten gegenüber den Usern (450) zu finden ist. Diese Tatsache betrifft alle drei untersuchten Shitstorms, obwohl im Merkur-Shitstorm am häufigsten einfache Begründungen in den Antworten zu finden sind.

Westbahn: 74 einfache Begründungen in den Antworten, Merkur: 223, Kickl: 153

⁹¹ Die mit 99 codierten Beiträge (kein Respekt/nicht zuordenbar) wurden aus der Auswertung ausgeklammert.

⁹² Auch hier wurde für den Vergleich die 99 ausgeklammert.

Pauschale Begründungen kommen am zweithäufigsten vor, spezifische Begründungen bilden die Ausnahme.

Zu den Lösungsvorschlägen:

In den drei Shitstorms wurden gegenüber den Shitstormopfern insgesamt 128 Lösungsvorschläge codiert, 76 sind vage (59,4%) und 52 konkret (40,6%).

Gegenüber den Usern waren es 117 gesamt, 88 (75,2%) waren vage, 29 (24,8%) konkret.

Festgehalten wird, dass Lösungsvorschläge in den untersuchten Shitstorms eine Seltenheit sind.

Es lässt sich zusammenfassend festhalten, dass in den drei Shitstorms insgesamt die Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität überwiegen. Wenn Respekt codiert worden ist, so waren die Beiträge meist respektlos (kein Respekt, codiert mit „99“ ausgeklammert).

Begründungen gibt es häufig, allerdings sind es einfache Begründungen.

Die drei Shitstorms zeigen, dass sie kaum lösungsorientiert sind. Es gibt wenige Lösungsvorschläge.

Im Merkur-Shitstorm verhält es sich im Vergleich zu den anderen beiden Shitstorms etwas respektvoller. Das mag dem Umstand geschuldet sein, dass die anderen beiden Shitstorms doch politisch waren.

Im Merkurshitstorm waren sogar Empfehlungen der User unter einander erkennbar.⁹³

Im Vergleich zu vorigen Untersuchungen bezüglich der Verständigungsorientierung⁹⁴ ließ sich zudem feststellen, dass überdurchschnittlich viele Zweifel an der Verständlichkeit und Wahrhaftigkeit codiert wurden.

⁹³ Anm. des Verf.: Siehe dazu auch den Theorieteil, explizit den Forschungsstand Folger 2014 und Folger/ Röttger 2015

⁹⁴ siehe Forschungsstand

6.2. Die Beantwortung der Forschungsfrage 2

Welche Zweifel provozieren welche VOI-Merkmale?

Die Beantwortung der Forschungsfrage fällt hier vorerst etwas kürzer aus. Auf diese wird in Kapitel „9 – Der Shitstorm und die Verständigungsorientierung“ näher eingegangen.

Vorerst festgehalten werden muss, dass auf **343** geäußerte Zweifelkommentare **keine Antworten (Reaktionen)** folgen.

106 Zweifereinheiten wurden gebildet von diesen hatten 91 bis zu 10 Antworten und 15 mehr als 10 (11-91 Antworten).

Wie sich die Kommunikation in diesen entwickelt hat, wurde sowohl quantitativ als auch qualitativ gezeigt.

Es lässt sich festhalten, dass in den untersuchten Einheiten Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität weitere Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität provozieren lassen. Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität zu 21,8% haben zu implizit respektvollen Äußerungen gegenüber den Usern beigetragen und zu 54,5% einfache Begründungen gegenüber den Usern provoziert.

Im qualitativ veranschaulichten Bereich dieser Untersuchung ließ sich feststellen, dass so mancher Zweifel gegenüber dem Shitstormopfer/ dem User einer Reihe von respektlosen Äußerungen führen kann. Das ist nicht ungewöhnlich für einen Shitstorm (Anm. d. Verf.).

Es lässt sich feststellen, dass durch Zweifel sehr selten Qualitätsmerkmale des Verständigungsorientierungsindex provoziert werden.

Diese Frage wird mit Punkt 9 noch einmal beantwortet, denn was wäre eine Arbeit zur Verständigungsorientierung ohne dem VOI?

6.3. Die Beantwortung der Forschungsfrage 3

Wie reziprok verläuft die Verständigung bei den 3 Shitstorms?

Nach der formalen Codierung der Reziprozität lassen sich im Hinblick auf die drei untersuchten Shitstorms folgende Aussagen treffen:

Die wenigsten Beiträge sind initial (10,7% - 158 Beiträge).

Es gibt 441 monologe Beiträge (29,8% - 441 Beiträge): Hier kann ein Bezug zu den geäußerten Zweifelkommentaren hergestellt werden, die keine Antworten erhalten haben. 343 Zweifelkommentare erhielten keine Antwort und wurden somit als monolog codiert. Diese Zweifelkommentare können durchaus als charakteristisch für einen Shitstorm angesehen werden.

883 Beiträge sind Antworten – das sind 59,6%.

In den 3 verschiedenen Shitstorms überwiegen im Merkur-Shitstorm und im Kickl-Shitstorm die Antworten. Beim Merkur mögen es – so hat es die Untersuchung gezeigt – die Empfehlungen sein, beim politischen Kickl-Shitstorm die unterschiedlichen politischen Einstellungen (Anm. d. Verf.).

Im Westbahn-Shitstorm sind die monologen Beiträge sehr stark vertreten. Das mag auch der Tatsache zugrunde liegen, dass hier sehr viele Zweifel monolog geäußert worden sind.

Die Frage nach einer inhaltlichen Untersuchung von Reziprozität bleibt offen.⁹⁵

⁹⁵ Anm. des Verf.: zur inhaltlichen Reziprozität siehe Kies 2010, und das Codebuch von Rußmann (o.J.)

7. Der Shitstorm und die Verständigungsorientierung

„In der Wissenschaft ist es immer ganz wichtig,
dass man genau weiß, wovon man spricht.“

(Roland Burkart im Gespräch mit Ulrich Saxer 2007)

„Sprechen“ wir nun
über Shitstorms und Verständigungsorientierung.



Abbildung 27: „Ein Shitstorm im Schafspelz. Ganz so nett ist er nicht.“ eigene Quelle 2019

Die im Anschluss getroffenen Aussagen verstehen sich vor dem Hintergrund der Untersuchung der drei verschiedenen Shitstorms. Es gilt die Falsifizierbarkeit (vgl. Popper 1971: 14f).

Wissenschaftliche Abschlussarbeiten liefern meist zu den zuvor formulierten Forschungsfragen Ergebnisse, die im Vorhinein nicht klar waren, bei denen aber vermutet wurde, dass man sie mit dem zuvor gewählten Instrument der Methode untersuchen kann.

Diese Studie stellte von Anfang an die folgende Frage und gleichzeitig ein Problem in den Mittelpunkt ihres Interesses:

„Wie verständigungsorientiert sind Shitstorms?“

Der Verfasser wusste, dass er sich auf ein komplexes Forschungsgebiet einlässt. Er wählte einen explorativen Zugang, codierte und wertete quantitativ aus. Und trotz der Kenntnis über den Verständigungsorientierungsindex und wie man diesen berechnet, sei an dieser Stelle gesagt:

Die Methode – Die Verständigungsorientierung von Shitstorms mittels Verständigungsorientierungsindex zu rechnen– wird in dieser Untersuchung nicht angewandt.

Der Shitstorm ist nicht das „geeignete Medium“ dafür.

Es sprechen mehr Argumente gegen diese Untersuchung, denn:

Der Shitstorm möchte nicht verständigungsorientiert sein. Das demonstriert er per se.⁹⁶

Auf den folgenden Seiten wird dies nun mit spezifischen Begründungen untermauert.

⁹⁶ Scherzhaftes Anmerkungen des Verfassers: Wahrscheinlich wäre der Shitstorm sogar beleidigt, wenn man ihn als „verständigungsorientiert“ bezeichnen würde. Anders wäre es vermutlich beim „Candystorm“ (Begriff geprägt von Volker Beck 2012).

Was sagen die Zahlen?

Die Untersuchung zeigt, dass sich in den Beiträgen die Shitstormopfer fast nicht zu Wort gemeldet haben. Nur 5 Beiträge wurden von Shitstormopfern verfasst (siehe Tabelle 6). 343 Zweifelkommentare erhielten keine Reaktion. Nur 106 Zweifelkommentare erhielten Reaktionen.

Verständigungsorientierte Kommunikation in den untersuchten Postings zwischen Shitstormopfer und User findet nicht statt. Viele Experten raten den Betroffenen sogar, Shitstorms „ausklingen“ zu lassen und „auszusitzen“. Auch in den User-Kommentaren finden sich hierzu präsentable Beispiele:

B_0267: „ich fahr weiter Westbahn, wegen Preis und Service- wenn Ihr da besser seit, müsst Ihr euch keine Sorgen machen. Jeder Shitstorm zieht vorrüber.“

B_0484: „WESTbahn GmbH, das ist ein Shitstorm. Den sitzt man aus. Ihr macht einen großen Fehler zu versuchen, die Dinge richtig zu stellen. Damit werdet ihr keine Erfolg beim Lynchmob haben und ihn nur noch mehr aufstacheln. Differenzierte Sachverhalte sind hier, wie in den meisten Teilen der Medienlandschaft, fehl am Platz.

Dass ihr einfach nur vertragliche Pflichten einfordert bzw. die Konsequenzen der Vertragsverletzung durch die ÖBB Infrastruktur GmbH geltend macht, verstehen die meisten Leute nicht. Dazu kommt, dass der Tonfall dieses Briefs tatsächlich hart an der Grenze ist. Das macht es euch noch ein Stück schwerer. Viel Glück. Mein Ratschlag: Aussitzen.“

In der User- zu User- Kommunikation lässt sich marginal verständigungsorientierte Kommunikation finden.

In den 1479 Beiträgen (1482 mit den Postings) gibt es nur 106 Zweifeleinheiten, die Antworten generieren. Die Zweifel sind zum Großteil gegen die Shitstormopfer gerichtet, aber auch gegen User. Sie erhalten Reaktionen der User, auch respektlose. Hier kann nicht von verständigungsorientiert gesprochen werden (siehe dazu auch den „zweiten Zugang“ zur Forschungsfrage 2).

Es sei zudem darauf hingewiesen, dass die Forschungsfrage **nicht** lautete:
„Wie verständigungsorientiert ist die User- zu User-Kommunikation in Shitstorms am Beispiel von Facebook?“⁹⁷

Davon abgesehen: Diese Untersuchung würde bedeuten, dass in einem nicht bis nur sehr marginal verständigungsorientierten Medium, wie es das soziale Netzwerk unter Einfluss des Shitstorms ist, marginale Verständigungsorientierung in einem nicht verständigungsorientierten Medium untersucht werden würde.

Hier stellt sich die Frage nach der Sinnhaftigkeit dieses potenziellen Unterfangens. Viel wichtiger ist die Frage, was dies für die verständigungsorientierte Kommunikation und die Wissenschaft bedeutet. Dazu mehr im Ausblick und der abschließenden Interpretation im Anschluss.

Was sagt die Theorie?

Sascha Lobo hält in seinem Vortrag bei der re:publica ausdrücklich fest, dass der Shitstorm die ursprüngliche Quelle seiner Kritik diskreditiert (vgl. Lobo 2010). Auch wenn ein Shitstorm einen Kern berechtigte Kritik hat, agiert er kontraproduktiv (vgl. ebd. 2010).

Brodnig sagt, dass die Kritik mit dem voranschreitenden Shitstorm immer diffuser wird (vgl. Brodnig 2016: 187).

Die Befunde der Untersuchung von Thummes und Malik über Dialoge im sozialen Netzwerk zeigen, dass Facebook sich weniger als Forum für verständigungsorientierte Kommunikation eignet (vgl. Thummes/ Malik 2015: 127).

Lassen wir noch einmal Habermas sprechen:

„Der Begriff des kommunikativen Handelns setzt Sprache als Medium einer Art von Verständigungsprozess voraus, in deren Verlauf die Teilnehmer, indem sie sich auf eine Welt beziehen, gegenseitig Geltungsansprüche erheben, die akzeptiert und bestritten werden“ (Habermas 1981: 148).

⁹⁷ Empfehlung des Verfassers: Das kann ein zukünftiges Forschungsthema für eine Abschlussarbeit sein.

Im Shitstorm ist kaum bis gar kein Verständigungsprozess zu erkennen. Der Proteststurm fegt – getragen von der Masse des sozialen Netzwerkes – über alles und jeden, der versucht sich ihm in den Weg zu stellen, hinweg.

Die Shitstormopfer haben oft keine Chance. Sie reagieren mit Rückzug. Die User diskutieren und es können mitten im Proteststurm neue Konflikte entfacht werden. Im besten Fall werden Empfehlungen und Hilfestellungen ausgesprochen. Das jedoch scheint die Ausnahme zu sein, kommt aber vor (siehe Merkur-Shitstorm).

Welche Vergleiche können zur Verständigungsorientierung, sowie zu Burkart und Rußmann gezogen werden?

Hier lässt sich argumentativ ähnlich agieren wie bei Habermas, da die Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit nach Burkart auf der Theorie des kommunikativen Handelns von Habermas basiert.

Zwei Passagen sind es, die hier kurz festgehalten werden möchten:

In der Theorie heißt es mit besonderem Blick auf den Grad der Verständigungsorientierung wie folgt:

Der Grad der Verständigungsorientierung bei **Online-Diskussionen** ist „umso höher, je häufiger die Partizipierenden in ihren Diskussionsbeiträgen (publizierte Postings)

- ihre Positionen zu politischen Themen begründen und je anspruchsvoller diese Begründungen sind,
- im Fall von strittigen Fragen Lösungs- und/ oder Vermittlungsvorschläge hervorbringen und je konkreter diese Vorschläge sind,
- respektvoll miteinander umgehen und
- je diskursiver die Diskussionsbeiträge gestaltet sind, d.h. je häufiger Zweifel an kommunikativen Geltungsansprüchen artikuliert werden“ (Rußmann 2015: 181, siehe dazu auch Rußmann 2010 und Burkart et. al 2010).

Der Grad der Verständigungsorientierung ist bei **Pressemitteilungen** „umso höher

- je häufiger Standpunkte begründet werden und je anspruchsvoller diese Begründungen sind,

- je mehr Lösungs- und/oder Vermittlungsvorschläge im Fall (strittiger) Fragen gemacht werden und je konkreter diese Vorschläge sind,
- je respektvoller die Partizipierenden miteinander umgehen und je häufiger dies der Fall ist,
- je diskursiver die Diskussionsbeiträge gestaltet sind, d.h. je häufiger Zweifel an kommunikativen Geltungsansprüchen artikuliert werden und
- je häufiger die Partizipierenden aufeinander Bezug nehmen (Reziprozität)“ (Burkart/ Rußmann 2015: 57).

Da es zum Shitstorm keine Untersuchung zur Verständigungsorientierung gibt, folgt der Versuch eines direkten Vergleichs:

Der Shitstorm liefert **sehr wenig spezifische Begründungen. Die meisten sind einfach.**

Vage und konkrete Lösungsvorschläge bilden die **Ausnahme.**

Shitstorms sind – wenn Respekt auftritt und codiert wird – durch **Respektlosigkeit charakterisiert.**

Der Shitstorm ist zwar zweifelaffin, jedoch tragen die geäußerten Zweifel nicht zum Diskurs bei. Sie greifen ihn an.

Die Kommunikation von User zu Shitstormopfer ist nahezu zur Gänze einseitig ausgerichtet.

Reziprozität tritt formal gesehen in hohem Maße auf, unterliegt aber den genannten Charakteristika, die nicht zu einem qualitativ hochwertigen Diskurs beitragen.

Vor diesem Hintergrund beantwortet sich die Frage, ob der Shitstorm verständigungsorientiert ist, nahezu von selbst.

Die pointierte Beantwortung folgt auf den nächste Seiten.

Abschließend nun einen vorgezogenen Ausblick und eine Interpretation.

8. Ausblick



Abbildung 28: „Der Ausblick“ eigene Quelle 2019

In dieser wissenschaftlichen Abschlussarbeit wurde mit Hilfe von drei verschiedenen Shitstorms auf Facebook gezeigt, dass diese Shitstorms zweifelhaft und teilweise durch sehr respektlose Äußerungen charakterisiert sind. Sie zeichnen sich durch viele einfache Begründungen, und sehr wenig kommunizierten Lösungsvorschlägen aus.

Die Shitstormopfer kommunizieren sehr selten bis gar nicht mit den Usern.

Je nach Thema scheint es Unterschiede bezüglich der Verständigung zwischen User und User zu geben. Hier wäre es interessant forschungsaktiv anzusetzen, wengleich die Verständigungsorientierung gesamt nicht bis kaum, und im Bereich der User zu User Kommuniaktion marginal gegeben ist. Ein wichtiger Faktor hierbei ist das Qualitätsmerkmal Respekt in Shitstorms.

Shitstorms haben das Potenzial die Verständigungsorientierung anzugreifen. Moderne Medien bieten neue Gefahren, und verständigungsorientierte Kommunikation darf sich gegenüber diesen in Zukunft weiterhin bewahrheiten.

Für mehr Aussagekraft sprechen größere Fallzahlen, die es in dieser Untersuchung nicht gegeben hat.

Diese Arbeit soll auch ein Anreiz für Forschende sein, zu zeigen, wie wichtig Verständigungsorientierung ist, und dass wertschätzende Kommunikation die Zukunft ist, auch für Forschungen der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Der Shitstorm ist ein Paradebeispiel für solch einen Ansatz.

Für diesen Ausblick sei hier erwähnt, dass der Verfasser dieser Arbeit in der abschließenden Interpretation den eigentlichen „Ausblick“ sieht.

Die Frage nach der Bedeutung von Shitstorms für die Verständigungsorientierung kann jedenfalls beantwortet werden. Dazu mehr in der nun abschließenden Interpretation.

9. Eine abschließende Interpretation

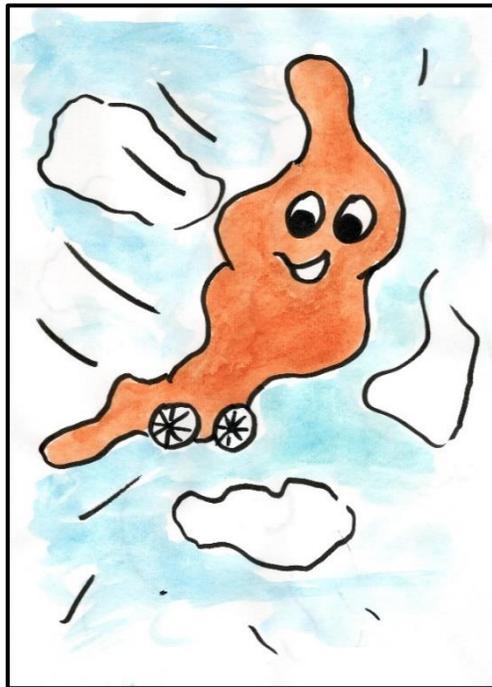


Abbildung 29:
Shitstorm und Verständigungsorientierung.
Ein Himmelfahrtskommando?“
eigene Quelle 2019

Shitstorms und Verständigungsorientierung. Kein Himmelfahrtskommando!

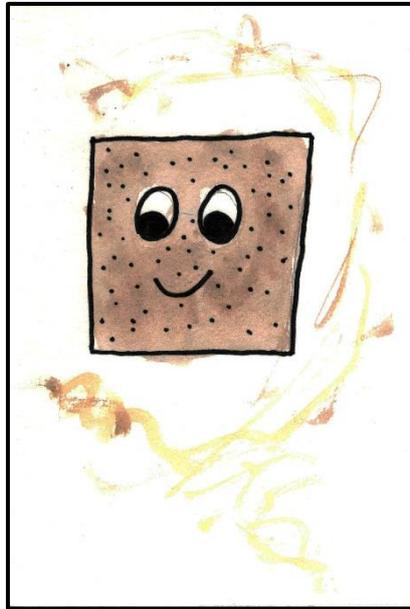


Abbildung 30: „Der Shitstorm als Schwamm“ eigene Quelle 2019

Die drei Shitstorms wollten begriffen werden, doch sie wurden es nur teilweise, denn das Schwammige des Shitstorms bleibt bestehen.

Alle drei Shitstorms zeigten im direkten Vergleich respektlose Äußerungen, sowohl gegenüber den Shitstormopfern als auch unter den Usern. Die Shitstormopfer reagieren äußerst selten bis gar nicht, und User lassen sich vom Shitstorm durchaus dazu verleiten, auf einander loszugehen.

Was auch immer man sich von der Codierung eines Shitstorms erwartet, die Erkenntnis ist greifbarer, als der Shitstorm selbst.

Diese wissenschaftliche Untersuchung hat drei Shitstorms herangezogen und versucht sie zu verstehen, im Hinblick auf verständigungsorientierte Kommunikation, auf Basis von Qualitätsmerkmalen des Verständigungsorientierungsindex, im speziellen Lichte der Zweifelartikulationen.



Abbildung 31: „Den Shitstorm als Schwamm begreifen“ eigene Quelle 2019

Alles, das der Shitstorm dazu beitrug, war die Verzweiflung des Verfassers heraufzubeschwören, bis dieser sich nicht mehr von den vielen respektlosen Äußerungen, die User den Shitstormopfern und auch untereinander in hohem Maße an den Kopf warfen, und seinen vielen Irrwegen, beirren und verwirren ließ.

„Mit dem Wissen wächst der Zweifel“ (Goethe 1826) und „Mit dem Zweifel wächst das Wissen“ (Kocher 2006).

Der Shitstorm – und das macht ihn gefährlich – wächst mit beidem.

Der Shitstorm, der nicht umsonst „Scheißesturm“ auf Deutsch übersetzt heißt, lässt die ursprüngliche Kritik, die berechtigt sein kann, verloren gehen (vgl. Lobo 2010). Das ist die wahre, gefährliche Charakteristik für Partizipanten, Unternehmen aber auch für Verantwortungsträger in demokratischen Gesellschaften, die ein Shitstorm mit sich bringt. Burkarts Kernthese lautet: „Öffentlichkeitsarbeit ist gut beraten, wenn sie ihre kommunikative Grundstruktur ernst nimmt“ (2012: 18).

Shitstorms können eine Folge davon sein, dass die kommunikative Grundstruktur von Öffentlichkeitsarbeit nicht ernst genommen wird.

Wie verständigungsorientiert ist also der Shitstorm und wie steht der Shitstorm zur Verständigungsorientierung?

Der Shitstorm ist eine moderne Herausforderung für die Verständigungsorientierung. Für die Betroffenen kommt er oft unerwartet. Er ist zweifelaffin und respektlos. Der Shitstorm tritt in verschiedenen Facetten auf, beispielsweise als moderner Demonstrant, als massiver Zweifler, manchmal als Helfer, öfter als Störenfried und Unruhestifter. Die Antwort auf die Frage „Wie verständigungsorientiert ist der Shitstorm?“ kann daher nur lauten, dass er es nicht ist. Dabei bleibt es aber nicht, denn: Der Shitstorm stört die Verständigung.

Er verwirrt sie. Er desorientiert sie.

Vor diesem Hintergrund
sei gesagt:

Der Shitstorm ist verständigungs**des**orientiert.

Was bedeutet das nun für die Verständigungsorientierung?

Die Verständigungsorientierung und die Kommunikationswissenschaft werden sich weiterhin den modernen Gefahren sozialer Netzwerke stellen müssen.

Betroffene und Partizipanten sind dazu angehalten sich vor dem Hintergrund eines immer wichtiger werdenden Verantwortungsbewusstseins, welches auf Reflexion beruht, und eines daraus resultierenden, wertschätzenden Miteinanders, das vor allem einen respektvollen Umgang, die Artikulation von Zweifel, spezifischen Begründungen, und konkreten Lösungsvorschlägen impliziert, zu fragen:

Sollen Shitstorms weiterhin die Chance haben, die Verständigung zu verwirren?

Die Antwort lautet vermutlich:

Nein.

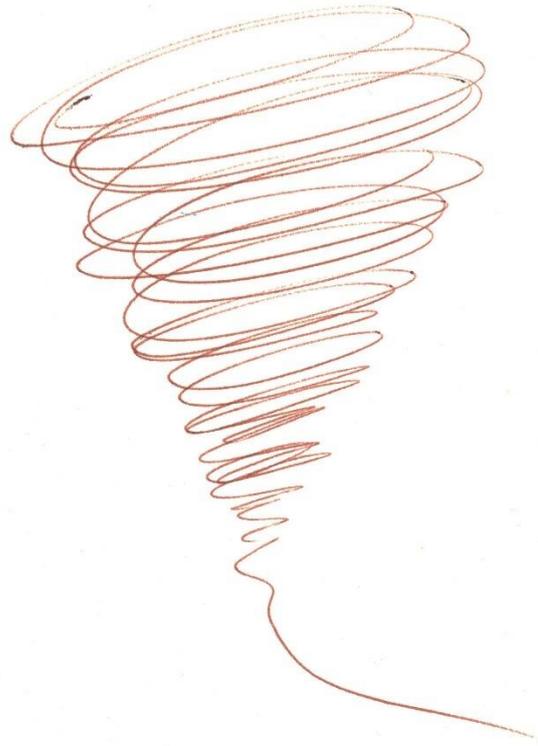


Abbildung 32: „den Faden aufgreifen“ eigene Quelle 2019

10. Verzeichnisse

10.1. Literaturverzeichnis

Arndt, Johan (1967): Role of Product-Related Conversations in the Diffusion of a New Product. *Journal of Marketing Research* 4 (3). P.291-295.

Atteslander, Peter (2003): *Methoden der empirischen Sozialforschung*. 10., neu bearbeitete und erweiterte Auflage. Berlin, New York: Walter de Gruyter.

Beham, Frank (2015): *Corporate Shitstorm Management. Konfrontationen im Social Web professionell managen*. Wiesbaden: Springer Gabler. Essentials.

Bergmann, Jens/ Pörksen, Bernhard (2009): *Skandal! Die Macht öffentlicher Empörung*. Köln: Halem.

Brodnig, Ingrid (2016): *Hass im Netz. Was wir gegen Hetze, Mobbing und Lügen tun können*. Wien: Brandstätter Verlag.

Braunecker, Claus (2016): *How to do Empirie, how to do SPSS. Eine Gebrauchsanleitung*. Wien: Böhlau Verlag.

Burkart, Roland (2019); *Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder einer interdisziplinären Sozialwissenschaft*. 5., völlig überarbeitete und aktualisiert Auflage. Wien: Böhlau Verlag.

Burkart, Roland (2015): *Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit (VÖA): Das Konzept und seine Rezeption*. In: Fröhlich, Romy/ Szyszka, Peter/ Bentele, Günter (Hg.): *Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon*. 3., überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden: Springer VS. S.277-304.

Burkart, Roland (2012): Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit. In: Hömberg, Walter/ Hahn, Daniela/ Schaffer, Timon B. (Hg.): Kommunikation und Verständigung. Theorie – Empirie – Praxis. Festschrift für Roland Burkart. 2. überarbeitete Auflage Wiesbaden: Springer-VS: S.17-37.

Burkart, Roland/ Hömberg, Walter (Hg.) (2011): Kommunikationstheorien. Ein Textbuch zur Einführung. 5., verbesserte und aktualisierte Auflage. Reihe: Studienbücher zur Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Bd. 8. Wien: Braumüller.

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

Burkart, Roland (1998) Von verständigungsorientierter Öffentlichkeitsarbeit zum diskursiven Journalismus. In: Duchkowitsch, Wolfgang/ Hausjell, Fritz/ Hömberg, Walter/ Kutsch, Arnulf/ Neveria, Irene (Hg.): Journalismus als Kultur Analysen und Essays. Festschrift für Wolfgang R. Langenbacher zum 60. Geburtstag. Opladen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S.163-172.

Burkart, Roland (1996): Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit. Der Dialog als PR-Konzeption. In: Bentele, Günter/ Steinmann, Horst/ Zerfaß, Ansgar (Hg.): Dialogorientierte Unternehmenskommunikation: Grundlagen – Praxiserfahrungen – Perspektiven. Berlin: Vistas: S. 245-270.

Burkart, Roland (1993): Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit – Ein Transformationsversuch der Theorie des kommunikativen Handelns. In: Bentele, Günter/ Rühl, Manfred (Hg.): Theorien öffentlicher Kommunikation. Problemfelder, Positionen, Perspektiven. Berichtsband der Arbeitstagung der Deutschen

Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK) vom 8.-10.Mai 1991 in Bamberg. München: Ölschläger: S. 218-227.

Burkart, Roland/ Probst, Sabine (1991): Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit: eine kommunikationstheoretisch begründete Perspektive. In: Publizistik 1/1991: S.56-76.

Burkart, Roland/ Rußmann, Uta (2015): Beeinflussung durch Verständigung? Die kommunikative Qualität von Pressemitteilungen politischer Parteien in österreichischen Nationalratswahlkämpfen. Ein Langzeitvergleich: 1970 -2008. In: Fröhlich, Romy/ Koch, Thomas (Hg.): Politik - PR - Persuasion. Strukturen, Funktionen und Wirkungen politischer Öffentlichkeitsarbeit. Wiesbaden: Springer VS. S.49-70.

Chaloupek, Marie-Theres (2013): Wie verständigungsorientiert ist Facebook wirklich? eine Evaluierung von Facebook als PR-Instrument. Universität Wien: Magisterarbeit.

Folger, Mona (2014): Entstehung und Entwicklung von Shitstorms. Motivation und Intention der Beteiligten am Beispiel von Facebook. Berlin: Bundesverband deutscher Pressesprecher.

Folger, Mona/ Röttger, Ulrike (2015): Entstehung und Entwicklung von negativem Word-of-Mouth: Warum Facebook-Nutzer Shitstorms initiieren und unterstützen. In; Hoffmann, Olaf/ Pleil, Thomas (Hg.): Strategische Onlinekommunikation. Wiesbaden: Springer Fachmedien.

Folie, Isabel (2016): Kundenbeschwerden auf Facebook. Eine Analyse der Antwortstrategien von Unternehmen in Verbindung mit der Verständigungsorientierten Öffentlichkeitsarbeit. Universität Wien: Magisterarbeit.

Götzenbrucker, Gerit (2010): Sozial Netzwerke und Verständigung. Zur Relevanz diverser Netzwerkstrukturen für verständigungsorientierte

Kommunikationsprozesse. In: Hömberg, Walter/ Hahn, Daniela/ Schaffer, Timon B. (Hg.): Kommunikation und Verständigung. Theorie - Empirie – Praxis. Wiesbaden: VS Verlag. S.209-221.

Jellasitz, Katharina (2015): Twitter Kommunikationsanalyse: eine exemplarische Untersuchung anhand des Fallbeispiels Shitstorm. Universität Wien: Magisterarbeit.

Habermas, Jürgen (1981): Theorie des kommunikativen Handelns. Handlungsrationalität und gesellschaftliche Rationalisierung. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Henning-Thurau, Thorsten/ Gwinner, Kevin P./ Walsh, Gianfranco/ Dwayne, D. (2004): Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms. What motivates consumers to articulate themselves on the internet? Journal of Interactive Marketing. 18 (1). P.38-52.

Himmelreich, Sascha/ Einwiller, Sabine (2015): Wenn der „Shitstorm“ überschwappt – Eine Analyse digitaler Spillover in der deutschen Print- und Onlineberichterstattung. In: Hoffjann, Olaf/ Pleil, Thomas (Hg.): Strategische Online-Kommunikation. Theoretische Konzepte und empirische Befunde. Wiesbaden: Springer Fachmedien. S.183-205.

Holsti, Ole Rudolf (1969): Content Analysis for the social sciences and humanities. Reading, MA: Addison-Wesley.

Imhof, Kurt (2015): Die Online-Geschichtsphilosophie der PR-Forschung. In: Hoffjann, Olaf/ Pleil, Thomas (Hg.): Strategische Onlinekommunikation. Wiesbaden: Springer Fachmedien. S.13-29.

Kies, Raphael (2010): Promises and Limits of Web-Deliberation. New York, NY: Palgrave MacMillan.

Kocher, Gerhard (2006): Vorsicht, Medizin! 1555 Aphorismen und Denkanstöße. 3. Auflage. Bern: hep Verlag.

Köhler, Tanja (2008): Gefahrenzone Internet – Die Rolle der Onlinekommunikation bei der Krisenbewältigung. In: Nolting, Tobias/ Thießen, Ansgar (Hg.): Krisenmanagement in der Mediengesellschaft. Potenziale und Perspektiven der Krisenkommunikation. Wiesbaden: VS Verlag. S.233-252.

Krippendorff, Klaus (2004): Reliability in Content Analysis. Some common Misconceptions and Recommendations. In: Human Communication Research 30(3). P.411–433.

Lies, Jan (Hg.) (2015): Praxis des PR-Managements. Strategien-Instrumente-Anwendung. Wiesbaden: Springer Fachmedien.

Mayring, Philipp (2010): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. 11., aktualisierte und überarbeitete Auflage. Weinheim, Basel: Beltz Verlag.

Merten, Klaus (1995): Inhaltsanalyse. Einführung in Theorie, Methode und Praxis. 2., verbesserte Auflage. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Obenaus, Stefanie (2017): Welche Bedeutung haben Zweifel für den öffentlichen politischen Diskurs?: eine Evaluierung der verständigungsorientierten Qualitätsindikatoren und deren gegenseitiger Beeinflussung in zweifelhaften politischen Online-Diskursen. Universität Wien: Magisterarbeit.

O'Reilly, Tim (2007): What is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. In: O'Reilly Media. Communications & Strategies. No. 1. P. 17.

Pfeffer, J., Zorbach, T., & Carley, K. M. (2014): Understanding online firestorms. Negative Word-of-Mouth dynamics in social media networks. Journal of Marketing Communications, 20(1/2).

Popper, Karl (1971): Logik der Forschung. Tübingen: Mohr Siebeck.

Prinzing, Marlis (2015): Shitstorms. Nur Wutstürme oder begründete demokratische Proteste? In: Imhof, Kurt/ Blum, Roger/ Bonfadelli, Heinz/ Jarren, Otfried/ Wyss, Vinzenz (Hg.): Demokratisierung durch Social Media? Mediensymposium 2012. Wiesbaden: Springer Fachmedien.

Rau, Harald (2007) Soziale Netzwerke und die Frage nach der Effizienz. In: Kimpeler, Simone/ Mangold, Michael/ Schweiger, Wolfgang (Hg.): Die digitale Herausforderung. Zehn Jahre Forschung zur computervermittelten Kommunikation. Wiesbaden: VS Verlag. S.197-208.

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

Ruisinger, Dominik (2011): Online Relations. Leitfaden für moderne PR im Netz. 2., überarbeitete und erweiterte Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag.

Rußmann, Uta (o.J.): Codebuch für die Analyse von Artikeln und Kommentaren von Online-Tageszeitungen sowie Postings auf Facebook. Codierschema und Codieranweisungen. Wien.

Rußmann, Uta (2015): Die Qualität politischer Online-Diskussionen. Empirische Befunde zur verständigungsorientierten Kommunikation auf Facebook. In: Imhof, Kurt/ Blum, Roger/ Bonfadelli, Heinz/ Jarren, Otfried/ Wyss, Vinzenz (Hg.): Demokratisierung durch Social Media? Mediensymposium 2012. Wiesbaden: Springer VS. S.177-194.

Rußmann, Uta (2010): Verständigungsorientierte Kommunikationsprozesse in der öffentlichen politischen Diskussion. Das VÖA Modell in der Wahlkampfkommunikation. In: Hömberg, Walter / Hahn, Daniela / Schaffer, Timon (Hg.): Kommunikation und Verständigung. Theorie – Empirie – Praxis. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S.171-182.

Schindler, Marie-Christine/ Liller, Tapio (2014): PR im Social Web. Das Handbuch der Kommunikationsprofis. Köln: O'Reilly Verlag.

Schirmacher, Frank (2013): Ego. Das Spiel des Lebens. München: Karl Blessing Verlag.

Schmidt, Jan (2008): Was ist neu am Social Web? Soziologische und kommunikationswissenschaftliche Grundlagen. In: Zerfaß, Ansgar/Welker, Martin/ Schmidt, Jan (Hg.): Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web. Grundlagen und Methoden. Von der Gesellschaft zum Individuum. Bd.1. Köln: Herbert von Halem Verlag. S.18-40.

Sommer, Lars Urs (2007): Die Kunst des Zweifelns. Anleitung zum skeptischen Denken. München: C. H. Beck Verlag.

Spiller, Ralf (2015): Onlinekommunikation – Social Media. In: Lies, Jan (Hg.): Praxis des PR-Managements. Strategien-Instrumente-Anwendung. Wiesbaden: Springer Fachmedien. S.69-73.

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

Steenbergen, Marco R./ Bächtiger, André/ Spörndli, Markus/ Steiner, Jürg (2003): Measuring Political Deliberation: A Discourse Quality Index. Comparative European Politics, 1, 21-48.

Steinke, Lorenz (2014): Kommunizieren in der Krise. Nachhaltige PR-Werkzeuge für schwierige Zeiten. Wiesbaden: Springer Verlag.

Steinke, Lorenz (2014): Bedienungsanleitung für den Shitstorm. Wie gute Kommunikation die Wut der Masse bricht. Essentials. Wiesbaden: Springer Fachmedien.

Toffler, Alvin (1980): The Third Wave. New York: Bantam Books.

Türcke, Christoph (2019): Digitale Gefolgschaft. Auf dem Weg in eine neue Stammesgesellschaft. München: C. H. Beck Verlag.

Voskamp, Friederike/ Kipker, Dennis-Kenji (2013): Virtueller Pranger Internet. „Shitstorm“ und „Cybermobbing“ als Bühne für die Meinungsfreiheit? – Providerpflichten nach der BHG-Rechtsprechung. DuD Datenschutz und Datensicherheit 12/2013.

Wiencierz, Christian/ Moll, Ricarda/ Röttger, Ulrike (2015): Stakeholderdialog auf Facebook – Entschuldigung und Verantwortungsübernahme als vertrauensfördernde Reaktion auf Online-Beschwerden in sozialen Netzwerken. In: Hoffjann, Olaf/ Pleil, Thomas (Hg.): Strategische Onlinekommunikation. Wiesbaden: Springer Fachmedien. S.131-152.

Zühlsdorf, Anke (2002): Gesellschaftsorientierte Public Relations. Eine strukturationstheoretische Analyse der Interaktion von Unternehmen und kritischer Öffentlichkeit. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

10.2. Internetverzeichnis:

1&1 IONOS: Digital Guide: Shitstorm – PR-Katastrophen im Netz:
<https://www.1und1.at/digitalguide/online-marketing/social-media/shitstorm-die-digitale-empowerungswelle/> [30.09.2019]

Anglizismus des Jahres: <http://www.anglizismusdesjahres.de/anglizismen-des-jahres/adj-2011/> [30.09.2019]

Burkart, Roland (2007): Dialog Publizistik. Zürich-Wien. Kommunikationswissenschaft audiovisuell. Univ.-Prof. Dr. Ulrich Saxer (Zürich) im

Gespräch mit Univ.-Prof. DDr. Roland Burkart (Wien) In:
<http://www.univie.ac.at/publizistik/VideoDialog.htm> „Medienbegriff“
[30.09.2019: 1. Minute.]

Cambridge Dictionary: „flame mail“ In:
<https://dictionary.cambridge.org/de/worterbuch/englisch/flame> [30.09.2019]

Dombrowski, Julia (o.J.): „Was ist ein Shitstorm?“ In:
(<https://www.sat1.at/ratgeber/sicherheit-im-internet/was-ist-ein-shitstorm>)
[30.09.2019]

Duden.de: „Shitstorm“: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Shitstorm>
[30.09.2019]

Google (2017 und 2019): www.google.com Aufrufe und Begriffssuche „Shitstorm“
sowie „Shitstorms“

Hänßler, Boris (2014): Am Anfang war das Pöbeln. In:
<http://www.spiegel.de/fotostrecke/vom-flamewar-zum-shitstorm-geschichte-des-internet-gepoebels-fotostrecke-111035.html> [30.09.2019]

Kriegel, Anne-Marie: Die Macht der Bots. Massenmeinung aus der Dose. In:
<https://www.br.de/puls/themen/netz/social-bots-gefakte-massenmeinung-100.html> (02.10.19, 17:30)

Lobo, Sascha (2010): How to survive a shitstorm. re:publica Vortrag vom
22.04.2010. <http://saschalobo.com/2010/04/22/how-to-survive-a-shitstorm>.
[30.09.2019: 5., 18., 21., 23., 23., 30. Minute]

Lobo, Sascha (2013): „S.P.O.N. – Die Mensch Maschine. Ich habe das alles nicht
gewollt.“ In: <https://www.spiegel.de/netzwelt/web/sascha-lobo-ueber-die-entstehung-des-begriffs-shitstorm-a-884199.html> [30.09.2019]

Meier, Christian/ Wilton, Jennifer (2016): Der Shitstorm vom Fließband. In: welt.de
<https://www.welt.de/print/wams/article153931496/Der-Shitstorm-vom-Fließband.html> (02.10.19, 17:24)

Neuhold, Clemens (2017): Das Empörium. Vor Empörungswellen im Internet ist heutzutage niemand mehr gefeit. Wie Shitstorms entstehen. In:
<https://www.profil.at/shortlist/oesterreich/empoeium-shitstorms-entstehung-8153752> [30.09.2019]

ntv.de: Facebook schaltet Gefühle frei: <https://www.n-tv.de/technik/Facebook-schaltet-Gefuehle-frei-article17075021.html> [30.09.2019]

ORF: <https://orf.at/v2/stories/2422072/> [30.09.2019]

Spiegel.de:

<https://www.spiegel.de/karriere/stress-job-social-media-die-shitstorm-manager-a-881673.html> [30.09.2019]

Statistik Austria (2018): Personen nutzen Laptops, Tablets oder Smartphones für den Internetzugang unterwegs 2018. In:
https://www.statistik.at/web_de/statistiken/energie_umwelt_innovation_mobilitaet/informationsgesellschaft/ikt-einsatz_in_haushalten/022210.html [30.09.2019]

Wifimaku.com: „Shitstorm“ [https://wifimaku.com/lexikon/shit-storm-\(shitstorm\)-3997952.html](https://wifimaku.com/lexikon/shit-storm-(shitstorm)-3997952.html) [30.09.2019]

10.2.1. weiteres Internetverzeichnis⁹⁸

Der Westbahn-Shitstorm

Das Biber: <https://www.dasbiber.at/blog/die-westbahn-macht-sich-gerade-sehr-unbeliebt>

Der Standard: <https://www.derstandard.at/story/2000024359680/aufregung-um-westbahn-verfahren-situation>

Fischundfleisch.com: <https://www.fischundfleisch.com/alexander-haide/westbahn-wozu-die-aufregung-11362>

Focus.de: https://www.focus.de/politik/videos/unzumutbare-zustaeude-in-wien-und-salzburg-bahn-unternehmen-will-fluechtlinge-loswerden-und-erntet-heftige-kritik_id_5032042.html

Heute.at: <https://www.heute.at/s/-17234918>

Salzburg24.at: <https://www.salzburg24.at/news/salzburg/stadt/fluechtlinge-westbahn-droht-oebb-mit-zahlungsstopp-49055830>

Der Merkur-Shitstorm

Bg-hub: <http://demo.bg-hub.com/sag-zum-abschied-leise-servus/>

Borncity.com: <https://borncity.com/senioren/2017/08/16/wegwerfgesellschaft-und-die-lebensmittelverschwendung/>

News.at: <https://www.news.at/a/wegwerf-obst-essen-mist-facebook-shitstorm-merkur-8180019>

⁹⁸ Für die Shitstorms relevante Internetquellen. Diese wurden in den Jahren 2016-2019 aufgerufen:

Der Kickl-Shitstorm

Der Standard: <https://www.derstandard.at/story/2000071880249/asyl-fpoe-kickl-will-fluechtlinge-konzentriert-an-einem-ort-halten>

Die Presse: https://diepresse.com/home/innenpolitik/5351881/Fluechtlinge-konzentrieren_Empoerung-ueber-KicklAussage

Die Presse: <https://diepresse.com/home/innenpolitik/5352095/Fluechtlinge-konzentrieren-Kickl-erntet-Kritik>

Krone.at <https://www.krone.at/1611934>

Kurier.at <https://kurier.at/politik/inland/fluechtlinge-konzentrieren-weltweiter-wirbel-um-kickl/306.070.490>

Kurier.at <https://kurier.at/politik/inland/kickl-will-fluechtlinge-konzentriert-an-einem-ort-halten/306.015.491> [30.09.2019]

News.at: <https://www.news.at/a/herbert-kickl-kickl-fluechtlinge-ort-8618463>

Nachrichten.at: <https://www.nachrichten.at/politik/innenpolitik/Kickl-will-Fluechtlinge-konzentriert-an-einem-Ort-halten;art385,2784664>

ORF: <https://orf.at/v2/stories/2422072/>

Profil.at: <https://www.profil.at/oesterreich/kickl-fluechtlinge-an-einem-ort-konzentrieren-8618910> [30.09.2019]

Puls4: <https://www.puls4.com/Puls24/videos/Beitraege/Kickl-Aufreger-Fluechtlinge-an-einem-Ort-konzentrieren>

Salzburger Nachrichten: <https://www.sn.at/politik/innenpolitik/fluechtlinge-konzentriert-unterbringen-heftige-kritik-an-innenminister-kickl-22818583>

Spiegel.de <https://www.spiegel.de/politik/ausland/oesterreich-herbert-kickl-will-fluechtlinge-an-einem-ort-konzentrieren-a-1187354.html>

Welt.de <https://www.welt.de/politik/ausland/article172384976/Oesterreich-FPOE-Innenminister-will-Fluechtlinge-konzentriert-unterbringen.html>

W24.at <https://www.w24.at/News/2018/1/Kickl-Aussage-sorgt-fuer-massiven-Wirbel>

Zeit.de <https://www.zeit.de/politik/ausland/2018-01/oesterreich-herbert-kickl-rechtspopulismus-provokation>

10.3. Abbildungsverzeichnis

| | |
|---|----|
| Abbildung 1: „Ein Shitstorm zieht auf“ 2019, eigene Quelle | 3 |
| Abbildung 2: „Die Vorfreude des Shitstorms“ 2019 eigene Quelle | 11 |
| Abbildung 3: „Die Verdauung des Shitstorms“ 2019 eigene Quelle | 22 |
| Abbildung 4: „Symbiose“ 2019 eigene Quelle | 28 |
| Abbildung 5: „Die Wege des Shitstorms“ 2019 eigene Quelle | 29 |
| Abbildung 6: „Anglizismus des Jahres 2011“ http://www.anglizismusdesjahres.de/anglizismen-des-jahres/adj-2011/ [30.09.2019] | 34 |
| Abbildung 7: „How to become a shitstorm!“ eigene Quelle 2019 | 36 |
| Abbildung 8: „This is what happens in an internet minute“ Visualcapitalist.com 2019 | 38 |
| Abbildung 9: „Verwirrung“ eigene Quelle 2019 | 40 |
| Abbildung 10: Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit (Burkart 1996: 256) | 43 |
| Abbildung 11: „Der Forscher“ eigene Quelle 2019 | 45 |
| Abbildung 12: „Das ist nur die Spitze des Shitstorms.“ eigene Quelle 2019 | 55 |

| | |
|--|-----|
| Abbildung 13: „Gewinnen Sie einen Shitstorm“ eigene Quelle 2019 | 58 |
| Abbildung 14: „Wohlverdient, Shitstorm!“ eigene Quelle | 61 |
| Abbildung 15: „Ein explorativer Blick auf den Shitstorm“ eigene Quelle 2019 | 62 |
| Abbildung 16: „Zweifel- und Analyseeinheiten im Shitstorm“ eigene Quelle 2019 | 65 |
| Abbildung 17: „VOI“ – Index (Burkart/ Rußmann 2015: 58) | 66 |
| Abbildung 18: „Wie wütet der Shitstorm?“ eigene Quelle 2019 | 74 |
| Abbildung 19: „Shitstorm-Like“, eigene Quelle 2019 | 78 |
| Abbildung 20: Zusatzkomponenten V10-V14 | 80 |
| Abbildung 21: „Woran zweifelt der Shitstorm?“ eigene Quelle 2019 | 82 |
| Abbildung 22: „einfach begründet“ eigene Quelle 2019 | 96 |
| Abbildung 23: „Lösungsvorschlag? Bleib‘ einfach liegen und erhol‘ dich. Ich mach die Drecksarbeit. Später stürmst du wieder mit.“ eigene Quelle 2019 | 98 |
| Abbildung 24: „Der wahre Sieger in Sachen Respektlosigkeit“ eigene Quelle 2019 | 110 |
| Abbildung 25: „Ein Shitstorm-Konzentrat“ eigene Quelle 2019 | 141 |
| Abbildung 26 „Gewinnt am Ende der Shitstorm?“ eigene Quelle 2019 | 142 |
| Abbildung 27: „Ein Shitstorm im Schafspelz“ eigene Quelle 2019 | 151 |
| Abbildung 28: „Der Ausblick“ eigene Quelle 2019 | 157 |
| Abbildung 29: „Ein Himmelfahrtskommando?“ eigene Quelle 2019 | 159 |
| Abbildung 30: „Der Shitstorm als Schwamm“ eigene Quelle 2019 | 160 |
| Abbildung 31: „Den Shitstorm als Schwamm begreifen“ eigene Quelle 2019 | 161 |
| Abbildung 32: „Den Faden aufgreifen“ eigene Quelle 2019 | 164 |
| Abbildung 33: „Das KotCodebuch“ eigene Quelle 2019 | 195 |

10.4. Tabellenverzeichnis

| | |
|--|----|
| Tabelle 1: Der Holsti-Test | 73 |
| Tabelle 2: Krippendorff's Alpha | 74 |
| Tabelle 3: Anzahl der Beiträge in den 3 Shitstorms | 76 |
| Tabelle 4: Anzahl der Publikationsarten | 77 |
| Tabelle 5: Publikationsarten in den 3 Shitstorms | 77 |

| | |
|---|-----|
| Tabelle 6: Verfassertyp | 78 |
| Tabelle 7: Likes und Emoticons | 79 |
| Tabelle 8: Bezugsadressat | 82 |
| Tabelle 9: Zweifel gegenüber den Shitstormopfern gesamt | 84 |
| Tabelle 10: Zweifel gegenüber den Usern gesamt | 84 |
| Tabelle 11: Alternativ codierbare Zweifel gegenüber den Shitstormopfern | 87 |
| Tabelle 12: Alternativ codierbare Zweifel gegenüber den Usern | 88 |
| Tabelle 13: Respekt gegenüber den Shitstormopfer gesamt | 89 |
| Tabelle 14: Respekt gegenüber den Usern gesamt | 89 |
| Tabelle 15: Respekt gegenüber den Shitstormopfern und deren Handlungen in den Kommentaren | 91 |
| Tabelle 16: Respekt gegenüber den Shitstormopfern und deren Handlungen in den Antworten | 92 |
| Tabelle 17: Respekt gegenüber den Usern und Handlungen in den Kommentaren | 92 |
| Tabelle 18: Respekt gegenüber den Usern und deren Äußerungen und Handlungen in Antworten | 93 |
| Tabelle 19: Begründungen gegenüber den Shitstormopfern | 94 |
| Tabelle 20: Begründungen gegenüber den Usern | 94 |
| Tabelle 21: Begründungen gegenüber den Shitstormopfern in den Kommentaren | 95 |
| Tabelle 22: Begründungen gegenüber den Shitstormopfern in den Antworten | 95 |
| Tabelle 23: Begründungen gegenüber den Usern in den Kommentaren | 96 |
| Tabelle 24: Begründungen gegenüber den Shitstormopfern in den Antworten | 96 |
| Tabelle 25: Lösungsvorschläge gegenüber den Shitstormopfern | 98 |
| Tabelle 26: Lösungsvorschläge gegenüber den Usern | 99 |
| Tabelle 27: Die Zweifel gegenüber den Shitstormopfern | 100 |
| Tabelle 28: Die Zweifel gegenüber den Usern | 103 |
| Tabelle 29: Respekt gegenüber den Shitstormopfern | 105 |
| Tabelle 30: Respekt gegenüber den Äußerungen und Handlungen der Shitstormopfer | 107 |
| Tabelle 31: Respekt gegenüber den Usern | 108 |
| Tabelle 32: Respekt gegenüber den Äußerungen und Handlungen der User | 110 |

| | |
|---|------|
| Tabelle 33: Begründungen gegenüber den Shitstormopfern | 112 |
| Tabelle 34: Begründungen gegenüber den Usern | 113 |
| Tabelle 35: Lösungsvorschläge gegenüber den Shitstormopfern | 114 |
| Tabelle 36: Lösungsvorschläge gegenüber den Usern | 115 |
| Tabelle 37: Zweifeleinheiten – Aufteilung nach Anzahl der Antworten | 117 |
| Tabelle 38: Zweifelkommentare in den Shitstorms | 118 |
| Tabelle 39: Zweifelkommentare ohne Antworten in den 3 untersuchten Shitstorms | 119 |
| Tabelle 40: Zweifelkommentare mit Reaktionen (Antworten) in den 3 Shitstorms | 120 |
| Tabelle 41: Reziprozität der 3 Shitstorms gesamt | 136 |
| Tabelle 42: Reziprozität Westbahn | 137 |
| Tabelle 43: Reziprozität Merkur | 137 |
| Tabelle 44: Reziprozität Kickl | 138 |
| Tabelle 45: Für Forschungsfrage 2 – Zweifel gegenüber den Shitstormopfern | 183f |
| Tabelle 46: Für Forschungsfrage 2 – Zweifel gegenüber den Usern | 185f |

13. Anhang

13.1. Tabellen für Forschungsfrage 2

Für die Forschungsfrage 2: Zweifel gegenüber den Shitstormopfern (Berechnung Zweifeleinheiten mit max. 10 Antworten auf einen Datensatz reduziert.)

| | | K_V17 ZWEIFS | | | | | | | | | | |
|--|---|---------------------------------|------------------------|-------------------------|------------------------|-------------------------------|------------------------|--|------------------------|--------|------------------------|-------|
| | | Zweifel an der Verständlichkeit | | Zweifel an der Wahrheit | | Zweifel an der Wahrhaftigkeit | | Zweifel an der Richtigkeit/Legitimität | | Gesamt | | |
| | | Anzahl | Anzahl als Spalten (%) | Anzahl | Anzahl als Spalten (%) | Anzahl | Anzahl als Spalten (%) | Anzahl | Anzahl als Spalten (%) | Anzahl | Anzahl als Spalten (%) | |
| A_V17 ZWEIFS | Zweifel an der Verständlichkeit | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | |
| | Zweifel an der Wahrhaftigkeit | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 2 | 3,6% | 2 | 3,0% | |
| | Zweifel an der Richtigkeit/kein Zweifel/ nicht codierbar | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | |
| | nicht relevant | 1 | 33,3% | 1 | 16,7% | 1 | 33,3% | 10 | 18,2% | 13 | 19,4% | |
| | kein Zweifel/ nicht codierbar | 1 | 33,3% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 3 | 5,5% | 4 | 6,0% | |
| | nicht relevant | 1 | 33,3% | 5 | 83,3% | 2 | 66,7% | 40 | 72,7% | 48 | 71,6% | |
| | Gesamt | 3 | 100,0% | 6 | 100,0% | 3 | 100,0% | 55 | 100,0% | 67 | 100,0% | |
| A_V19 ZWEIFU | Zweifel an der Verständlichkeit | 0 | 0,0% | 1 | 16,7% | 0 | 0,0% | 2 | 3,6% | 3 | 4,5% | |
| | Zweifel an der Wahrhaftigkeit | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 3 | 5,5% | 3 | 4,5% | |
| | Zweifel an der Richtigkeit/kein Zweifel/ nicht codierbar | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 1 | 1,8% | 1 | 1,5% | |
| | nicht relevant | 0 | 0,0% | 1 | 16,7% | 0 | 0,0% | 6 | 10,9% | 7 | 10,4% | |
| | kein Zweifel/ nicht codierbar | 0 | 0,0% | 1 | 16,7% | 0 | 0,0% | 1 | 1,8% | 2 | 3,0% | |
| | Verständlichkeit/Wahrheit | 3 | 100,0% | 3 | 50,0% | 2 | 66,7% | 36 | 65,5% | 44 | 65,7% | |
| | Verständlichkeit/Wahrheit | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 1 | 1,8% | 1 | 1,5% | |
| | Verständlichkeit/Wahrhaftigkeit | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 1 | 1,8% | 1 | 1,5% | |
| | Verständlichkeit/Legitimität | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 4 | 7,3% | 4 | 6,0% | |
| | Wahrheit/Legitimität | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | |
| | Verständlichkeit/Wahrheit/Legitimität | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 1 | 33,3% | 0 | 0,0% | 1 | 1,5% | |
| Gesamt | 3 | 100,0% | 6 | 100,0% | 3 | 100,0% | 55 | 100,0% | 67 | 100,0% | | |
| A_V21 RESPS | explizit respektlos | 2 | 66,7% | 1 | 16,7% | 0 | 0,0% | 4 | 7,3% | 7 | 10,4% | |
| | implizit respektvoll | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | |
| | explizit respektvoll | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 1 | 1,8% | 1 | 1,5% | |
| | nicht relevant | 1 | 33,3% | 5 | 83,3% | 2 | 66,7% | 39 | 70,9% | 47 | 70,1% | |
| | kein Respekt/ nicht zuordenbar | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 1 | 33,3% | 10 | 18,2% | 11 | 16,4% | |
| | explizit respektlos/implizit respektvoll | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 1 | 1,8% | 1 | 1,5% | |
| | Gesamt | 3 | 100,0% | 6 | 100,0% | 3 | 100,0% | 55 | 100,0% | 67 | 100,0% | |
| A_V22 ResSH | explizit respektlos | 0 | 0,0% | 1 | 16,7% | 1 | 33,3% | 4 | 7,3% | 6 | 9,0% | |
| | implizit respektvoll | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | |
| | explizit respektvoll | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | |
| | kein Respekt/ nicht zuordenbar | 2 | 66,7% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 11 | 20,0% | 13 | 19,4% | |
| | nicht relevant | 1 | 33,3% | 5 | 83,3% | 2 | 66,7% | 40 | 72,7% | 48 | 71,6% | |
| | Gesamt | 3 | 100,0% | 6 | 100,0% | 3 | 100,0% | 55 | 100,0% | 67 | 100,0% | |
| A_V23 RESPU | explizit respektlos | 0 | 0,0% | 2 | 33,3% | 1 | 33,3% | 4 | 7,3% | 7 | 10,4% | |
| | implizit respektvoll | 0 | 0,0% | 1 | 16,7% | 0 | 0,0% | 12 | 21,8% | 13 | 19,4% | |
| | explizit respektvoll | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 4 | 7,3% | 4 | 6,0% | |
| | kein Respekt/ nicht zuordenbar | 2 | 66,7% | 1 | 16,7% | 1 | 33,3% | 23 | 41,8% | 27 | 40,3% | |
| | nicht relevant | 0 | 0,0% | 1 | 16,7% | 0 | 0,0% | 1 | 1,8% | 2 | 3,0% | |
| | explizit respektlos/implizit respektvoll | 1 | 33,3% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 7 | 12,7% | 8 | 11,9% | |
| | implizit respektvoll/explizit respektvoll | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 1 | 33,3% | 3 | 5,5% | 4 | 6,0% | |
| | explizit respektlos/implizit respektvoll/explizit respektvoll | 0 | 0,0% | 1 | 16,7% | 0 | 0,0% | 1 | 1,8% | 2 | 3,0% | |
| | Gesamt | 3 | 100,0% | 6 | 100,0% | 3 | 100,0% | 55 | 100,0% | 67 | 100,0% | |
| | A_V24 ResUH | explizit respektlos | 0 | 0,0% | 2 | 33,3% | 0 | 0,0% | 5 | 9,1% | 7 | 10,4% |
| | | implizit respektvoll | 0 | 0,0% | 1 | 16,7% | 0 | 0,0% | 4 | 7,3% | 5 | 7,5% |
| explizit respektvoll | | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | |
| nicht relevant | | 0 | 0,0% | 1 | 16,7% | 0 | 0,0% | 1 | 1,8% | 2 | 3,0% | |
| kein Respekt/ nicht zuordenbar | | 3 | 100,0% | 2 | 33,3% | 3 | 100,0% | 41 | 74,5% | 49 | 73,1% | |
| explizit respektlos/implizit respektvoll | | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 4 | 7,3% | 4 | 6,0% | |
| Gesamt | | 3 | 100,0% | 6 | 100,0% | 3 | 100,0% | 55 | 100,0% | 67 | 100,0% | |

| | | | | | | | | | | | |
|----------------|---------------------------------------|---|--------|---|--------|---|--------|----|--------|----|--------|
| A_V25 BEGRS | pauschale | 1 | 33,3% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 1 | 1,8% | 2 | 3,0% |
| | einfache Begründung | 1 | 33,3% | 1 | 16,7% | 1 | 33,3% | 8 | 14,5% | 11 | 16,4% |
| | spezifische | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% |
| | nicht relevant | 1 | 33,3% | 5 | 83,3% | 2 | 66,7% | 39 | 70,9% | 47 | 70,1% |
| | keine Begründung/ nicht zuordenbar | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 5 | 9,1% | 5 | 7,5% |
| | pauschale/ einfache Begründung | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 2 | 3,6% | 2 | 3,0% |
| | Gesamt | 3 | 100,0% | 6 | 100,0% | 3 | 100,0% | 55 | 100,0% | 67 | 100,0% |
| A_V26 BEGRU | pauschale | 0 | 0,0% | 2 | 33,3% | 0 | 0,0% | 3 | 5,5% | 5 | 7,5% |
| | einfache Begründung | 2 | 66,7% | 2 | 33,3% | 3 | 100,0% | 30 | 54,5% | 37 | 55,2% |
| | spezifische | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 1 | 1,8% | 1 | 1,5% |
| | nicht relevant | 0 | 0,0% | 1 | 16,7% | 0 | 0,0% | 1 | 1,8% | 2 | 3,0% |
| | keine Begründung/ nicht zuordenbar | 1 | 33,3% | 1 | 16,7% | 0 | 0,0% | 10 | 18,2% | 12 | 17,9% |
| | pauschale/ einfache Begründung | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 7 | 12,7% | 7 | 10,4% |
| | einfache/ spezifische Begründung | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 2 | 3,6% | 2 | 3,0% |
| | pauschale/ einfache/ spezifische | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 1 | 1,8% | 1 | 1,5% |
| | Gesamt | 3 | 100,0% | 6 | 100,0% | 3 | 100,0% | 55 | 100,0% | 67 | 100,0% |
| A_V27 LÖSVS | vager | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 4 | 7,3% | 4 | 6,0% |
| | konkreter Lösungsvorschlag | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% |
| | nicht relevant | 1 | 33,3% | 5 | 83,3% | 2 | 66,7% | 40 | 72,7% | 48 | 71,6% |
| | kein Lösungsvorschlag/ Gesamt | 2 | 66,7% | 1 | 16,7% | 1 | 33,3% | 11 | 20,0% | 15 | 22,4% |
| | | 3 | 100,0% | 6 | 100,0% | 3 | 100,0% | 55 | 100,0% | 67 | 100,0% |
| | | | | | | | | | | | |
| A_V28 LÖSVU | vager | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 5 | 9,1% | 5 | 7,5% |
| | konkreter Lösungsvorschlag | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 1 | 1,8% | 1 | 1,5% |
| | nicht relevant | 1 | 33,3% | 1 | 16,7% | 0 | 0,0% | 2 | 3,6% | 4 | 6,0% |
| | kein Lösungsvorschlag/ Gesamt | 2 | 66,7% | 5 | 83,3% | 3 | 100,0% | 47 | 85,5% | 57 | 85,1% |
| | | 3 | 100,0% | 6 | 100,0% | 3 | 100,0% | 55 | 100,0% | 67 | 100,0% |
| | | | | | | | | | | | |

Tabelle 45: Für Forschungsfrage 2 – Zweifel gegenüber den Shitstormopfern

Für Forschungsfrage 2: Zweifel gegenüber den Usern
 (Berechnung Zweifeleinheiten mit max. 10 Antworten auf einen Datensatz reduziert.)

| | | Zweifel an der Verständlichkeit | | Zweifel an der Wahrheit | | K_V19 ZWEIFU Zweifel an der Wahrhaftigkeit | | Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität | | Gesamt | |
|--------------|---|---------------------------------|------------------------|-------------------------|------------------------|--|------------------------|---|------------------------|--------|------------------------|
| | | Anzahl | Anzahl als Spalten (%) | Anzahl | Anzahl als Spalten (%) | Anzahl | Anzahl als Spalten (%) | Anzahl | Anzahl als Spalten (%) | Anzahl | Anzahl als Spalten (%) |
| A_V17 ZWEIFS | Zweifel an der Verständlichkeit | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% |
| | Zweifel an der Wahrhaftigkeit | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% |
| | Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% |
| | Zweifel an der nicht relevant | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 6 | 27,3% | 6 | 22,2% |
| | kein Zweifel/ nicht codierbar | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% |
| | nicht relevant | 3 | 100,0% | 2 | 100,0% | 0 | 0,0% | 16 | 72,7% | 21 | 77,8% |
| | Gesamt | 3 | 100,0% | 2 | 100,0% | 0 | 0,0% | 22 | 100,0% | 27 | 100,0% |
| A_V19 ZWEIFU | Zweifel an der Verständlichkeit | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 3 | 13,6% | 3 | 11,1% |
| | Zweifel an der Wahrhaftigkeit | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 1 | 4,5% | 1 | 3,7% |
| | Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 1 | 4,5% | 1 | 3,7% |
| | Zweifel an der nicht relevant | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 2 | 9,1% | 2 | 7,4% |
| | kein Zweifel/ nicht codierbar | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% |
| | Verständlichkeit/ Wahrheit | 1 | 33,3% | 1 | 50,0% | 0 | 0,0% | 11 | 50,0% | 13 | 48,1% |
| | Verständlichkeit/ Wahrhaftigkeit | 1 | 33,3% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 1 | 4,5% | 2 | 7,4% |
| | Verständlichkeit/ Richtigkeit/ Legitimität | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% |
| | Verständlichkeit/ Wahrheit/ Legitimität | 0 | 0,0% | 1 | 50,0% | 0 | 0,0% | 1 | 4,5% | 2 | 7,4% |
| | Verständlichkeit/ Wahrheit/ Richtigkeit/ Legitimität | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 1 | 4,5% | 1 | 3,7% |
| | Verständlichkeit/ Wahrheit/ Richtigkeit/ Legitimität | 1 | 33,3% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 1 | 4,5% | 2 | 7,4% |
| | Gesamt | 3 | 100,0% | 2 | 100,0% | 0 | 0,0% | 22 | 100,0% | 27 | 100,0% |
| A_V21 RESPS | explizit respektlos | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 1 | 4,5% | 1 | 3,7% |
| | implizit respektvoll | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 1 | 4,5% | 1 | 3,7% |
| | explizit respektvoll | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% |
| | nicht relevant | 3 | 100,0% | 2 | 100,0% | 0 | 0,0% | 17 | 77,3% | 22 | 81,5% |
| | kein Respekt/ nicht zuordenbar | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 3 | 13,6% | 3 | 11,1% |
| | explizit respektlos/ implizit respektvoll | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% |
| | Gesamt | 3 | 100,0% | 2 | 100,0% | 0 | 0,0% | 22 | 100,0% | 27 | 100,0% |
| A_V22 ResSH | explizit respektlos | 1 | 33,3% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 5 | 22,7% | 6 | 22,2% |
| | implizit respektvoll | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% |
| | explizit respektvoll | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% |
| | kein Respekt/ nicht zuordenbar | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% |
| | nicht relevant | 2 | 66,7% | 2 | 100,0% | 0 | 0,0% | 17 | 77,3% | 21 | 77,8% |
| | Gesamt | 3 | 100,0% | 2 | 100,0% | 0 | 0,0% | 22 | 100,0% | 27 | 100,0% |
| A_V23 RESPU | explizit respektlos | 1 | 33,3% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 4 | 18,2% | 5 | 18,5% |
| | implizit respektvoll | 2 | 66,7% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 9 | 40,9% | 11 | 40,7% |
| | explizit respektvoll | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 2 | 9,1% | 2 | 7,4% |
| | kein Respekt/ nicht zuordenbar | 0 | 0,0% | 1 | 50,0% | 0 | 0,0% | 7 | 31,8% | 8 | 29,6% |
| | nicht relevant | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% |
| | explizit respektlos/ implizit respektvoll | 0 | 0,0% | 1 | 50,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 1 | 3,7% |
| | implizit respektvoll/ explizit respektvoll | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% |
| | explizit respektlos/ implizit respektvoll/ explizit respektvoll | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% |
| | Gesamt | 3 | 100,0% | 2 | 100,0% | 0 | 0,0% | 22 | 100,0% | 27 | 100,0% |
| A_V24 ResUH | explizit respektlos | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 1 | 4,5% | 1 | 3,7% |
| | implizit respektvoll | 1 | 33,3% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 1 | 4,5% | 2 | 7,4% |
| | explizit respektvoll | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 2 | 9,1% | 2 | 7,4% |
| | nicht relevant | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% |
| | kein Respekt/ nicht zuordenbar | 2 | 66,7% | 2 | 100,0% | 0 | 0,0% | 18 | 81,8% | 22 | 81,5% |
| | explizit respektlos/ implizit respektvoll | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% |
| | Gesamt | 3 | 100,0% | 2 | 100,0% | 0 | 0,0% | 22 | 100,0% | 27 | 100,0% |

| | | | | | | | | | | | |
|-------|---------------------------------------|-------|--------|-------|--------|------|------|------|--------|------|--------|
| A_V25 | pauschale | 1 | 33,3% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 1 | 3,7% |
| BEGRS | einfache Begründung | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 5 | 22,7% | 5 | 18,5% |
| | spezifische | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% |
| | nicht relevant | 2 | 66,7% | 2 | 100,0% | 0 | 0,0% | 16 | 72,7% | 20 | 74,1% |
| | keine Begründung/ nicht zuordenbar | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 1 | 4,5% | 1 | 3,7% |
| | pauschale/ einfache Begründung | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% |
| | Gesamt | 3 | 100,0% | 2 | 100,0% | 0 | 0,0% | 22 | 100,0% | 27 | 100,0% |
| A_V26 | pauschale | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 1 | 4,5% | 1 | 3,7% |
| BEGRU | einfache Begründung | 2 | 66,7% | 2 | 100,0% | 0 | 0,0% | 12 | 54,5% | 16 | 59,3% |
| | spezifische | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% |
| | nicht relevant | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% |
| | keine Begründung/ nicht zuordenbar | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 6 | 27,3% | 6 | 22,2% |
| | pauschale/ einfache Begründung | 1 | 33,3% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 2 | 9,1% | 3 | 11,1% |
| | einfache/ spezifische Begründung | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 1 | 4,5% | 1 | 3,7% |
| | pauschale/ einfache/ spezifische | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% |
| | Gesamt | 3 | 100,0% | 2 | 100,0% | 0 | 0,0% | 22 | 100,0% | 27 | 100,0% |
| | A_V27 LÖSVS | vager | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 1 | 4,5% | 1 |
| LÖSVU | konkreter Lösungsvorschlag | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% |
| | nicht relevant | 3 | 100,0% | 2 | 100,0% | 0 | 0,0% | 17 | 77,3% | 22 | 81,5% |
| | kein Lösungsvorschlag/ Gesamt | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 4 | 18,2% | 4 | 14,8% |
| | Gesamt | 3 | 100,0% | 2 | 100,0% | 0 | 0,0% | 22 | 100,0% | 27 | 100,0% |
| | A_V28 | vager | 1 | 33,3% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 2 | 9,1% | 3 |
| LÖSVU | konkreter Lösungsvorschlag | 0 | 0,0% | 1 | 50,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 1 | 3,7% |
| | nicht relevant | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% |
| | kein Lösungsvorschlag/ Gesamt | 2 | 66,7% | 1 | 50,0% | 0 | 0,0% | 20 | 90,9% | 23 | 85,2% |
| | Gesamt | 3 | 100,0% | 2 | 100,0% | 0 | 0,0% | 22 | 100,0% | 27 | 100,0% |

Tabelle 46: Für Forschungsfrage 2 – Zweifel gegenüber den Usern

13.2. Krippendorff's Alpha

V17 ZWEIFS

Run MATRIX procedure:

Krippendorff's Alpha Reliability Estimate

| | Alpha | LL95%CI | UL95%CI | Units | Observrs | Pairs |
|---------|-------|---------|---------|----------|----------|----------|
| Nominal | ,9091 | ,8334 | ,9697 | 100,0000 | 2,0000 | 100,0000 |

Probability (q) of failure to achieve an alpha of at least alphamin:

| alphamin | q |
|----------|-------|
| ,9000 | ,4009 |
| ,8000 | ,0027 |
| ,7000 | ,0000 |
| ,6700 | ,0000 |
| ,6000 | ,0000 |
| ,5000 | ,0000 |

Number of bootstrap samples:

10000

Judges used in these computations:

V17ZWEIF icV17ZWE

Examine output for SPSS errors and do not interpret if any are found

----- END MATRIX -----

V17 ZWEIFS AC

Run MATRIX procedure:

Krippendorff's Alpha Reliability Estimate

| | Alpha | LL95%CI | UL95%CI | Units | Observrs | Pairs |
|---------|-------|---------|---------|----------|----------|----------|
| Nominal | ,9464 | ,8750 | 1,0000 | 100,0000 | 2,0000 | 100,0000 |

Probability (q) of failure to achieve an alpha of at least alphamin:

| alphamin | q |
|----------|-------|
| ,9000 | ,0769 |
| ,8000 | ,0002 |
| ,7000 | ,0000 |
| ,6700 | ,0000 |
| ,6000 | ,0000 |

,5000 ,0000

Number of bootstrap samples:
10000

Judges used in these computations:
V18ZWEIF icV18ZWE

Examine output for SPSS errors and do not interpret if any are found

----- END MATRIX -----

V19 ZWEIFU

Run MATRIX procedure:

Krippendorff's Alpha Reliability Estimate

| | Alpha | LL95%CI | UL95%CI | Units | Observrs | Pairs |
|---------|-------|---------|---------|----------|----------|----------|
| Nominal | ,8990 | ,8268 | ,9567 | 100,0000 | 2,0000 | 100,0000 |

Probability (q) of failure to achieve an alpha of at least alphamin:

| alphamin | q |
|----------|-------|
| ,9000 | ,5567 |
| ,8000 | ,0105 |
| ,7000 | ,0000 |
| ,6700 | ,0000 |
| ,6000 | ,0000 |
| ,5000 | ,0000 |

Number of bootstrap samples:
10000

Judges used in these computations:
V19ZWEIF icV19ZWE

Examine output for SPSS errors and do not interpret if any are found

----- END MATRIX -----

V20 ZWEIFU AC

Run MATRIX procedure:

Krippendorff's Alpha Reliability Estimate

| | Alpha | LL95%CI | UL95%CI | Units | Observrs | Pairs |
|---------|-------|---------|---------|----------|----------|----------|
| Nominal | ,9387 | ,8569 | 1,0000 | 100,0000 | 2,0000 | 100,0000 |

Probability (q) of failure to achieve an alpha of at least alphamin:

| alphamin | q |
|----------|-------|
| ,9000 | ,1844 |
| ,8000 | ,0007 |
| ,7000 | ,0000 |
| ,6700 | ,0000 |
| ,6000 | ,0000 |
| ,5000 | ,0000 |

Number of bootstrap samples:

10000

Judges used in these computations:

V20ZWEIF icV20ZWE

Examine output for SPSS errors and do not interpret if any are found

----- END MATRIX -----

V21 RESPS

Run MATRIX procedure:

Krippendorff's Alpha Reliability Estimate

| | Alpha | LL95%CI | UL95%CI | Units | Observrs | Pairs |
|---------|-------|---------|---------|----------|----------|----------|
| Nominal | ,7146 | ,5944 | ,8197 | 100,0000 | 2,0000 | 100,0000 |

Probability (q) of failure to achieve an alpha of at least alphamin:

| alphamin | q |
|----------|-------|
| ,9000 | ,9996 |
| ,8000 | ,9248 |
| ,7000 | ,4400 |
| ,6700 | ,2545 |
| ,6000 | ,0327 |
| ,5000 | ,0003 |

Number of bootstrap samples:

10000

Judges used in these computations:

V21RESPS icV21RES

Examine output for SPSS errors and do not interpret if any are found

----- END MATRIX -----

V22 ResSH

Run MATRIX procedure:

Krippendorff's Alpha Reliability Estimate

| | Alpha | LL95%CI | UL95%CI | Units | Observrs | Pairs |
|---------|-------|---------|---------|----------|----------|----------|
| Nominal | ,5739 | ,4416 | ,7061 | 100,0000 | 2,0000 | 100,0000 |

Probability (q) of failure to achieve an alpha of at least alphamin:

| alphamin | q |
|----------|--------|
| ,9000 | 1,0000 |
| ,8000 | ,9999 |
| ,7000 | ,9697 |
| ,6700 | ,9264 |
| ,6000 | ,6234 |
| ,5000 | ,1187 |

Number of bootstrap samples:

10000

Judges used in these computations:

V22ResSH icV22Res

Examine output for SPSS errors and do not interpret if any are found

----- END MATRIX -----

V23 RESPU

Run MATRIX procedure:

Krippendorff's Alpha Reliability Estimate

| | Alpha | LL95%CI | UL95%CI | Units | Observrs | Pairs |
|---------|-------|---------|---------|----------|----------|----------|
| Nominal | ,5476 | ,4242 | ,6710 | 100,0000 | 2,0000 | 100,0000 |

Probability (q) of failure to achieve an alpha of at least alphamin:

| alphamin | q |
|----------|---|
|----------|---|

| | |
|-------|--------|
| ,9000 | 1,0000 |
| ,8000 | 1,0000 |
| ,7000 | ,9945 |
| ,6700 | ,9658 |
| ,6000 | ,7734 |
| ,5000 | ,2289 |

Number of bootstrap samples:
10000

Judges used in these computations:
V23RESPU icV23RES

Examine output for SPSS errors and do not interpret if any are found

----- END MATRIX -----

V24 ResUH

Run MATRIX procedure:

Krippendorff's Alpha Reliability Estimate

| | Alpha | LL95%CI | UL95%CI | Units | Observrs | Pairs |
|---------|-------|---------|---------|----------|----------|----------|
| Nominal | ,5829 | ,4438 | ,7065 | 100,0000 | 2,0000 | 100,0000 |

Probability (q) of failure to achieve an alpha of at least alphamin:

| alphamin | q |
|----------|--------|
| ,9000 | 1,0000 |
| ,8000 | ,9996 |
| ,7000 | ,9592 |
| ,6700 | ,8983 |
| ,6000 | ,6179 |
| ,5000 | ,1079 |

Number of bootstrap samples:
10000

Judges used in these computations:
V24ResUH icV24Res

Examine output for SPSS errors and do not interpret if any are found

----- END MATRIX -----

V25 BEGRS

Run MATRIX procedure:

Krippendorff's Alpha Reliability Estimate

| | Alpha | LL95%CI | UL95%CI | Units | Observrs | Pairs |
|---------|-------|---------|---------|----------|----------|----------|
| Nominal | ,7007 | ,5676 | ,8171 | 100,0000 | 2,0000 | 100,0000 |

Probability (q) of failure to achieve an alpha of at least alphamin:

| alphamin | q |
|----------|-------|
| ,9000 | ,9994 |
| ,8000 | ,9280 |
| ,7000 | ,4424 |
| ,6700 | ,3452 |
| ,6000 | ,0502 |
| ,5000 | ,0008 |

Number of bootstrap samples:

10000

Judges used in these computations:

V25BEGRS icV25BEG

Examine output for SPSS errors and do not interpret if any are found

----- END MATRIX -----

V26 BEGRU

Run MATRIX procedure:

Krippendorff's Alpha Reliability Estimate

| | Alpha | LL95%CI | UL95%CI | Units | Observrs | Pairs |
|---------|-------|---------|---------|----------|----------|----------|
| Nominal | ,6372 | ,5066 | ,7533 | 100,0000 | 2,0000 | 100,0000 |

Probability (q) of failure to achieve an alpha of at least alphamin:

| alphamin | q |
|----------|--------|
| ,9000 | 1,0000 |
| ,8000 | ,9974 |
| ,7000 | ,8523 |
| ,6700 | ,7148 |
| ,6000 | ,2763 |
| ,5000 | ,0176 |

Number of bootstrap samples:

10000

Judges used in these computations:

V26BEGRU icV26BEG

Examine output for SPSS errors and do not interpret if any are found

----- END MATRIX -----

V27 LÖSVS

Run MATRIX procedure:

Krippendorff's Alpha Reliability Estimate

| | Alpha | LL95%CI | UL95%CI | Units | Observrs | Pairs |
|---------|-------|---------|---------|----------|----------|----------|
| Nominal | ,8591 | ,7535 | ,9472 | 100,0000 | 2,0000 | 100,0000 |

Probability (q) of failure to achieve an alpha of at least alphamin:

| alphamin | q |
|----------|-------|
| ,9000 | ,8202 |
| ,8000 | ,1030 |
| ,7000 | ,0007 |
| ,6700 | ,0002 |
| ,6000 | ,0000 |
| ,5000 | ,0000 |

Number of bootstrap samples:

10000

Judges used in these computations:

V27LÖSV icV27LÖ

Examine output for SPSS errors and do not interpret if any are found

----- END MATRIX -----

V28 LÖSVU

Run MATRIX procedure:

Krippendorff's Alpha Reliability Estimate

| | Alpha | LL95%CI | UL95%CI | Units | Observrs | Pairs |
|--|-------|---------|---------|-------|----------|-------|
|--|-------|---------|---------|-------|----------|-------|

Nominal ,8843 ,7878 ,9614 100,0000 2,0000 100,0000

Probability (q) of failure to achieve an alpha of at least alphamin:

| alphamin | q |
|----------|-------|
| ,9000 | ,5669 |
| ,8000 | ,0373 |
| ,7000 | ,0003 |
| ,6700 | ,0000 |
| ,6000 | ,0000 |
| ,5000 | ,0000 |

Number of bootstrap samples:

10000

Judges used in these computations:

V28LÖSV icV28LÖ

Examine output for SPSS errors and do not interpret if any are found

----- END MATRIX -----

Das CODEBUCH

für die
Codierung von Shitstorms und Verständigungsorientierung

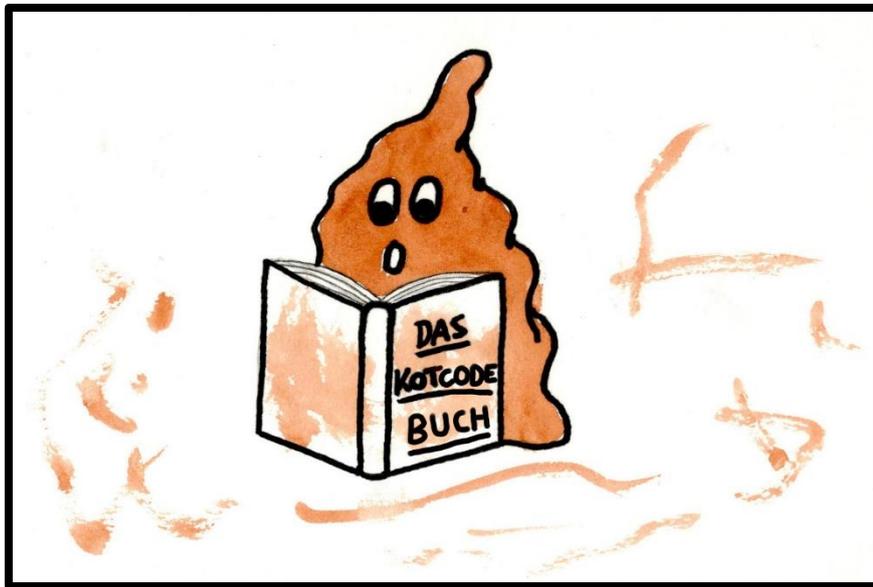


Abbildung 33: „Das KotCodebuch“ eigene Quelle 2019

Die Forschungsfragen noch einmal im Überblick:

Wie verständigungsorientiert sind Shitstorms?

FF 1) Wie verteilen sich die VOI-Merkmale auf die unterschiedlichen Shitstorms und wie drückt sich das in Zahlen und Prozent aus?

FF 2) Welche Zweifel provozieren welche VOI-Merkmale?

FF 3) Wie reziprok verläuft die Verständigung bei den 3 Shitstorms?

Die 3 Shitstorms:

Der Westbahnshitstorm: „SH_1“

Der Merkur-Shitstorm: „SH_2“

Der Kickl-Shitstorm: „SH_3“

Untersucht werden die ersten 500 Beiträge (Posting, Kommentar und Antworten) pro Shitstorms im Hinblick auf die Qualitätsmerkmale des Verständigungsorientierungsindex (Burkart et. al 2010) und nach anderen, weiteren Variablen. Sieh dazu die folgenden Seiten:

Für die Erstellung dieses Codebuchs wurde auch Einblick in die Codebücher von Rußmann (o. J.), Chaloupek (2013) und Obenaus (2017) genommen.

V1

SH_ID (Shitstorm ID)

Hier wird eine ID für das untersuchte Posting, welches im Zuge eines Shitstorms publiziert worden ist, eingetragen.

Beispiel: „SH_1“

Untersucht wurden 3 verschiedene Shitstorm-Postings. Daher sind die Shitstorm IDs mit „SH_1“, „SH_2“ und „SH_3“ festgelegt.

„SH_1“ Westbahn – Shitstorm

„SH_2“ Merkur – Shitstorm

„SH_3“ Kickl – Shitstorm

V2

B_ID (Beitrags ID)

Jeder codierte Beitrag – das kann ein Posting, ein Kommentar, oder eine Antwort⁹⁹ sein – erhält eine Beitrags ID.

Beispiel: „B_0001“, „B_0202“, „B_0334“.

Die vorerst codierten Beiträge in dieser Arbeit reichten bis 1504.

Beiträge gesamt: B_0001 – B_1504.

Beiträge nach den untersuchten Shitstorms geordnet¹⁰⁰:

SH_1: B_0001 – B_0500

SH_2: B_0501 – B_1001

SH_3: B_1002 – B_1504

⁹⁹ gemeint ist die Antwort auf einen Kommentar (Facebook Antworten)

¹⁰⁰ Vor Datenbereinigung

V3

PUART (Art der Publikation)

Die Art der Publikation weist darauf hin, ob es sich bei einem Beitrag, um ein Posting, einen Kommentar oder eine Antwort auf einen Kommentar handelt.

Posting, Kommentar und Antwort werden in dieser Arbeit als „Beitrag“ verstanden. Diese drei unterschiedlichen Arten von Beiträgen (hier, so genannte „Publikationsarten“) können in drei Bereiche unterteilt werden:

1 Posting¹⁰¹: Als Posting kommt hier nur das – je nach Shitstorm entweder nicht auslösende oder auslösende¹⁰², für den weiteren Verlauf des Shitstorms anfängliche Posting auf einer Facebookseite infrage. In dieser Arbeit gibt es folgende Postings: Die Erklärung eines Unternehmens auf dessen Facebookseite (Westbahn-Shitstorm), eine Kundenbeschwerde auf der Seite eines Unternehmens (Merkur-Shitstorm), die mediale Berichterstattung (ein Videobeitrag) über ein politisches Ereignis auf der Seite eines Mediums (Kickl-Shitstorm). Die Anzahl der zu codierenden Postings beschränkt sich in dieser Untersuchung auf 3 („SH_1“; „SH_2“; „SH_3“).

2 Kommentar: Als Kommentar werden Kommentare auf Facebook verstanden.

3 Antwort: Eine Antwort folgt auf einen Kommentar (Facebook Antwortfunktion).

V4

TEXT

Der Text und die Inhalte des Postings/ Kommentars, bzw. der Antwort (bis auf Fotos) werden mittels Copy und Paste Funktion in eine Excel-Tabelle eingefügt. Emoticons werden nach technischer Voraussetzung und Möglichkeit ebenso

¹⁰¹ In der gesamten Untersuchung gibt es nur 3 Postings.

¹⁰² Es gibt Postings, die im Verlauf eines Shitstorms gepostet werden, und solche, die einen auslösen. Dies ist mit „nicht auslösende“ und „auslösende“ gemeint,

eingefügt. Scheint nur ein Foto oder ein Link als Inhalt auf, so wird dies im Feld mit „FOTO“ beziehungsweise „LINK“ vermerkt.¹⁰³

Die Textinhalte der Beiträge werden in der Excel-Liste nur verändert, wenn sich Klarnamen im Text befinden. Stichwort: Datenschutz.¹⁰⁴

Text-Beispiel: „Schaumma mal, wer am Ende des Tages dumm sein wird :p“ (B_0333)¹⁰⁵

V5

DAT (Datum)

Das Datum wird wie folgt festgehalten: „TT.MM.JJJJ“

Bspw.: „21.10.2015“¹⁰⁶

V6

VERN (Name des Verfassers)

Unter V7 wird der Anfangsbuchstabe des ersten und der Anfangsbuchstabe des zweiten, aufscheinenden Namens angeführt. Hat der User nur einen Namen

¹⁰³ Bloße Fotos, Links oder Emoticons werden zuerst codiert, und danach aus der Untersuchung ausgeklammert, da diese Forschungsarbeit nur textliche Inhalte berücksichtigt. (Hierfür gibt es zuerst eine Codierung, danach eine Datenbereinigung)

¹⁰⁴ Es kann vereinzelt vorkommen, dass prominente Personen genannt werden.

¹⁰⁵ Die textlichen Inhalte werden eins zu eins in das Excelfeld und das damit verbundene Variablenfeld V4 kopiert. Auf orthografische Fehler wird übrigens keine Rücksicht genommen. Sie werden nicht ausgebessert.

¹⁰⁶ Anmerkung: Auf Facebook besteht die Möglichkeit Beiträge (z.B. Kommentare und Antworten), die gepostet wurden, zu bearbeiten. Bei diesen ist im Anschluss ein Vermerk „bearbeitet“ zu sehen und der aktualisierte Beitrag sichtbar. Der Verfasser hat sich dafür entschieden nur jene textlichen Inhalte für die Untersuchung zu berücksichtigen, die auf den ersten Blick im Facebook ersichtlich sind. Das schließt die vorhergehenden Beiträge aus, und nur die „bearbeiteten“ – falls vorhanden – mit ein. Eine weitere Anmerkung: Das Codebuch wurde laufend adaptiert. Die Uhrzeit bei den einzelnen Kommentaren anfangs noch codiert, dann aber weggelassen. Eine abschließende Bemerkung: Codiert wurden die ersten 500 Beiträge, die unter dem Posting unter der Auswahl „Alle Kommentare“ aufschienen (Weitere Möglichkeiten wären gewesen „Relevanteste zuerst“ – damit sind auch Beiträge von Facebookfreunden gemeint, die sich beteiligt haben könnten (Sie wären weit oben im Verlauf aufgeschienen), oder „Neueste zuerst“ (Neue Kommentare und Beiträge werden zuerst angezeigt).

angegeben, bzw. handelt es sich um den Namen eines Unternehmens, so wird nur der Anfangsbuchstabe des ersten/einzigen Namens angeführt.

Sind Namen einem anderen Alphabet und eventuell einer anderen Schrift zuzuordnen, so wird nur das erste Zeichen beziehungsweise der erste Buchstabe angeführt.

Bsp.: „A. B.“, „C.“

V7

VTYP (Verfassertyp)

Unter Verfassertyp wird der Kommunikator verstanden, welcher einen Beitrag postet. Das kann ein User bzw. ein Vertreter der angegriffenen Unternehmensseite¹⁰⁷ sein. Formal unterschieden wird in „Shitstormopfer“ und „User“. Unter Shitstormopfer wird hier beispielsweise die Person, bzw. das Unternehmen codiert, welche/ welches einem Shitstorm ausgesetzt ist. Als User wird bezeichnet, wer am Shitstorm teilnimmt und nicht Shitstormopfer ist. In den jeweils abgegrenzten, zu untersuchenden Shitstormpostings gibt es jeweils nur ein Shitstormopfer.¹⁰⁸

1 User

2 Shitstormopfer

3 Medienvertreter

¹⁰⁷ In diesem Fall wäre dies dann „Shitstormopfer“ („2“)

¹⁰⁸ Eine weitere Option ist der „Medienvertreter“. Dies wird nur in einem einzigen Fall in der vorliegenden Arbeit herangezogen. (ORF/ „Zeit im Bild“/ Video der Pressekonferenz des ehemaligen österreichischen Innenministers Herbert Kickl).

V8

LI/EM (Likes und Emoticons)

Unter V8 wird numerisch die Anzahl erfasst, wie viele Likes und/oder Emoticons ein Beitrag erhält. Eine Differenzierung in Likes und Emoticons, bzw. in positiv und negative besetzte Emoticons gibt es bei dieser Codierung nicht.¹⁰⁹

Bei „SH_1“ gibt es „nur“ Likes, während bei den anderen, „aktuelleren“ Shitstorms bereits Beiträge mit Emoticons bewertet worden sind.¹¹⁰

V9

NURT (Nur Text?)

Hier wird festgestellt, ob es sich bei einem Beitrag nur um einen Text handelt. Die Frage wird mit „ja“ oder „nein“ beantwortet. Beispielsweise wird ein Text mit Foto mit 2 codiert. Ein bloßer Link wird ebenfalls mit 2 codiert und in weiterer Folge bei V11 mit „1“ codiert.

Regel: Sobald bei V10 eine 2 codiert wird, muss in den darauffolgenden Kriterien V11, V12, V13, V14 und V15 mindestens einmal eine 1 codiert werden.

1 ja

2 nein

Beispiele:

- Bei dem Beitrag B_0290: „wie schön ist es gutmensch zu sein und aufrecht zu gehen, als im brauni-dreck rumzukriechen...“ wird bei V10 mit „1“ codiert, was für „nur Text“ steht. Folglich wird bei V11, V12, V13, V14 und V15 mit „2“ codiert.
- Bei dem darauffolgenden Beitrag B_0291: „haha,wie sie sich mukieren die guten,aber macht nur,is mir schnuppe ihr süssen ;- “ befindet sich zusätzlich zum Fließtext ein Emoticon, daher wird V10 mit „2“ und V13 (EMOTI) mit „1“ codiert.

¹⁰⁹ Dies würde den Rahmen dieser Arbeit sprengen und dient nicht vordergründig der Beantwortung der drei Forschungsfragen. Dem Verfasser ist es hier lediglich wichtig, zu veranschaulichen, wie es um die Partizipation an den verschiedenen Shitstorms bestellt ist. Anzahlen werden bei der Präsentation der allgemeinen Häufigkeiten festgehalten.

¹¹⁰ Grund hierfür ist eine Umstellung/ Änderung von Facebook der „Gefällt mir“-Funktion auf die Möglichkeit mit unterschiedlichen Emoticons auf Inhalte zu reagieren.

V10

LINK

Kommt ein Link im Beitrag vor?

1 ja

99 nein/ nicht relevant

Als Link kann bspw. ein Link zu einem Musikvideo, zu einer Nachrichtenseite, zu einer Unternehmensseite oder Facebookseite, etc. infrage kommen.

Beispiel: „sämtlich“ heißt "alle". Alle haben sich bei euch beschwert?

<http://www.duden.de/rechtschreibung/saemtlich> (B_0016)

V11

FOTO/SCREENSHOT

Kommt ein Foto im Beitrag vor?

1 ja

99 nein/ nicht relevant

V12

EMOTI (Emoticon)

Kommt ein Emoticon¹¹¹ im Beitrag vor?

1 ja

99 nein/ nicht relevant

V13

TAG¹¹²

Kommt ein Tag im Beitrag vor?

1 ja

99 nein/ nicht relevant

¹¹¹ Ein Emoticon setzt sich aus Icon und Emoticon zusammen. Diese bildhaften Zeichen drücken Gefühlszustände aus.

¹¹² Tag (aus dem Englischen für „Markierung“) wird für die Markierung von anderen Usern oder Seiten (wie zum Beispiel für das Shitstormopfer „Westbahn“) verwendet.

Beispiel: „Liebe WESTbahn Gmbh der Bericht hat nur ziemlich klar gezeigt in einer gekürzten Fassung und Tatsächlich ohne verfälschung wie sie mit dieser sache umgehen.“ (B_0173) – Der Tag befindet sich bei „WESTbahn“

V14

HASHT (Hashtag)¹¹³

Kommt ein Hashtag („#...“) im Beitrag vor?

1 ja

99 nein/ nicht relevant

Beispiel: „Org ... ur abwertend ... erinnert an 1 u 2 Klasse Menschen ... wie damals ... schlimm ...

#wennsSTIMMT

Ps. Aber sie machen den Job freiwillig ... fix nur wgn Geld ... aber freiwillig ...“

(B_0893)

V15

REZ (Reziprozität)

Nach reichlicher Überlegung wird „Reziprozität“ für den Shitstorm formal und wie folgt codiert¹¹⁴:

Als „monolog“ werden ausschließlich Kommentare (siehe V3 Ausprägung 2) codiert, die keine Antworten (siehe V3, Ausprägung 3) erhalten.

Unter die Codierung „initial“ fallen jene Beiträge, die Reaktionen nach sich ziehen.

Alle Postings (siehe V3, Ausprägung 1) werden mit „2“ codiert.

¹¹³ Hashtag wird dann codiert, wenn direkt vor der Markierung ein Rautezeichen gesetzt ist (#).

¹¹⁴ Im Codebuch von Rußmann (o.J: 29) wurde die Reziprozität inhaltlich codiert. Die Begriffe (monolog, initial, response) der Ausprägungen der Variable V60 des Codebuches von Rußmann wurden für die Variable V15 für dieses Codebuch herangezogen.

Beiträge, die Kommentare sind (siehe V3, Ausprägung 2) und Antworten (siehe V3, Ausprägung 3) erhalten werden ebenso mit „2“ codiert.

Mit „3“ werden alle Antworten codiert.

Die Kategorie V15 „Reziprozität“ soll Aufschluss darüber geben, wie reziprok die Kommunikation bei Shitstorms verläuft.

1 monolog

Der Beitrag steht für sich allein und löst keine Reaktionen aus.

Beispiel: „Schreibt die westbahn eigentlich schwarze Zahlen ? Oder wird eine neue Einnahmequelle gesucht ? Letztklassig“ (B_0276)

2 Initial

Der Beitrag löst Reaktionen (Antworten, oder im Falle eines Postings Kommentare und Antworten) aus.

Beispiel: „Richtig so, wer sich über diese Wortwahl mokiert, kann nicht ganz dicht sein.

Auch die Polizei konzentriert ihre Einsatzkräfte oftmals an einen Ort.....

Wird sich darüber auch so künstlich aufgeregt ?

Einfach nur noch lächerlich diese chronisch echauffierten Moralapostel“ (B_1196)

3 response¹¹⁵

Der Beitrag ist eine Antwort auf einen vorangegangenen Kommentar und bezieht sich zumindest formal auf diesen.

Beispiel: „Er ist ein Meister des NLP, aber leider im negativen Sinne!“ (B_1174)

¹¹⁵ Die Variable V16 ist hier in der Lage die Codierung von V3 zu überprüfen, da die Antworten bei beiden Variablen mit „3“ codiert werden.

V16

BEZAD (Bezugsadressat)

Hier wird inhaltlich differenziert, ob sich der Beitrag an das Shitstormopfer, den User, oder gar an beide richtet. Wenn es nicht eindeutig hervorgeht, an wen sich der Beitrag richtet, so wird mit „99“ (nicht relevant/ nicht zuordenbar) codiert.¹¹⁶

1 Shitstormopfer

Beispiel: „Nach alt erlaa gehen die Menschen aber freiwillig Herr Minister! Also Integration ist nicht mehr gewünscht sondern gleich die Abschiebung..? Ein Hohn übrigens auch an die zivilgesellschaft und wissenschaftliche Studien die sich für ein gutes zusammen leben engagieren!!! So schafft man wunderbar eine parallelgesellschaft - kann man dann auch den "bösen Ausländern " vorwerfen. Wie traurig und durchschaubar...“ (B_1268)

2 User

Beispiel: „C. G.Sind sie blind oder taub? Oder beides? O., E. und K. wurden demokratisch gewählt. Wo waren sie in den letzten 3 Jahren?“ (B_1122)

3 beide

„Arme Westbahn. Noch ärmere, chaotische Gesinnungsethiker unter den führenden Kommentatoren. Die ÖBB werden vom Staat gespeist und ihr als privates Unternehmen mit erstklassigem Service müsst euch nun für eure Großzügigkeit verantworten. :-“ (B_0222)

99 nicht relevant/ nicht zuordenbar

V17

ZWEIFS (Zweifel gegenüber dem Shitstormopfer)

Qualitätsmerkmal Zweifel:

¹¹⁶ Gibt es eine indirekte Bezugnahme auf das Shitstormopfer und/oder User, so wird der Adressat Shitstormopfer beziehungsweise User codiert.

Zweifel an der Verständlichkeit

Darunter wird das kritische Hinterfragen einer Aussage verstanden im Hinblick auf die verständliche Formulierung einer Position bzw. Aussage.

Zweifel an der Wahrheit

Dieser Zweifel besteht, wenn der Wahrheitsgehalt einer Aussage hinterfragt wird.

Zweifel an der Wahrhaftigkeit

Hier wird dem Gegenüber eine Unehrlichkeit bzw. Täuschungsabsicht unterstellt. Dies betrifft die Vertrauenswürdigkeit des Gegenübers.

Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität

Diese Zweifel treten vor allem dann auf, wenn man dem Gegenüber unterstellt, dass sein Handeln Werte und Normen verletzt.

(vgl. Burkart/Rußmann 2015: 56)

1 Zweifel an der Verständlichkeit

Beispiele:

„Die Westbahn will sich also nicht bereichern, sondern nur erwirken, dass die Bahnhöfe geräumt und die Schutzsuchenden unsichtbar gemacht werden, oder wie kann man das verstehen? Ich benutze den Westbahnhof häufig und habe keinerlei Einschränkungen erkennen können. Und selbst wenn: Ist das nicht das mindeste, was alle als Beitrag leisten können, kleine Einschränkungen hinzunehmen? Was ist die Alternative? Was genau fordert die Westbahn?“ (B_0010)

„Welche Stellungnahme wolltet ihr abgeben? Der brief ist doch klipp und klar formuliert, ich haette als kurier auch nicht gewusst, was ich nachfragen haette sollen.“ (B_0174)

2 Zweifel an der Wahrheit

Beispiele:

„Ich war jetzt dreimal am Westbahnhof, um bei der Caritas zu helfen. Nirgendwo war der Bahnhof dreckig (außerhalb der Norm), noch habe ich mehr als die übliche

Betriebsamkeit eines Bahnhofs erlebt. Wer sich da schon um seine Sicherheit sorgt, sollte lieber nicht Bahn fahren.“ (B_0089)

„Wo ist ein Bahnhof nicht sicher? Ich fahre mehrmal pro Woche von Wien nach Linz - an keinem der beiden Bahnhöfe habe ich mich jemals unsicher gefühlt!!!!“ (B_0228)

„das stimmt nich-----t nur der Gebietsverkaufsleiter und der geschäftsführer sind dafür zuständigwas weggeschmissen wird .wenns erlaubt wird kann man schon ab 15 uhr verbilligen“ (B_0874)

3 Zweifel an der Wahrhaftigkeit

Beispiele:

„Not in my name! Hab als regelmäßiger Kunde in den sog. Knotenbahnhöfen keinerlei persönliches Unsicherheitsgefühl wg der Hilfsaktionen für Flüchtlingen entwickelt, vielmehr riecht diese Aktion nach neoliberaler Geldmache.“ (B_0011)

„Wen wollt ihr hier verschar*en, liebe Westbahn?“ (B_0100)

„Nicht glaubwürdig! Glaubt Ihr wirklich, dass die ÖBB nicht selbst bemüht ist die Situation an den Bahnhöfen auf sichere Weise zu regeln, aber sich dann von Euch wegen, wie selbst gesagt, geringer Beträge dazu veranlasst fühlt? Der Brief war also in jeder Hinsicht entbehrlich.“ (B_0274)

„Dieses Posting ist ein armseliger Rettungsversuch! Der Brief Ihres Geschäftsführers ist unmißverständlich!“ (B_0347)

„Es ist völlig unglaubwürdig, dass der Kommunikator K., der jahrelang ausschließlich an den Wordings von S. und der FPÖ gefeilt hat, das Wort "konzentriert" in Verbindung mit Flüchtlingsunterbringung nicht bewusst platziert haben soll.“ (B_1123)

„Und vermutlich verpackt ihr alles in euer heiliges plastik nur für uns oder? Verarschen kann ich mich selbst. Da benötige ich kein marketingschönsprech von irgendwelchen gleichgeschalteten marketingfuzzis. Schiebt euch endlich euer plastik sonstwohin. Es geht euch nur um den verkauf alles andere ist nebensächlich. Und wenn sich jemand aufregt wird im radio (heute auf radio wien) sofort eine geschönte umfrage präsentiert das die menschen das alles so wollen. Ich jedenfalls geb einen dreck auf euer verlogenes gefasel!“ (B_0569)

4 Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität

Beispiele:

„Ihre Vorgangsweise ist an Schäbigkeit kaum zu übertreffen. Wer sich derart niederträchtig aus der Gesellschaft als Solidargemeinschaft herausnimmt, sollte seinerseits von ihr nichts mehr zu erwarten haben, und mal ehrlich, hätte man von ihnen als grossen Logistiker nicht eher erwarten dürfen, dass sie ein paar Züge zum Transport der Kriegsvertriebenen bereitstellen, Sie haben sich, ohne Not, für einen anderen, extrem miesen Weg entschieden. Pfui Teufel.“ (B_0434)

„Hallo Merkur! Diese Situation gemeinsam mit der Aussage des Mitarbeiters ist so ziemlich das Armseligste was ich in der letzten Zeit gehört habe! Damit stellt Ihr Euch nämlich ein ziemlich bemitleidenswertes Armutszeugnis aus! Nehmt die Situation als Anlass etwas zu ändern und Euch als innovativer Betrieb zu präsentieren! Die Gesellschaft wird es Euch danken!“ (B_0612)

„Zuerst das subjektive Sicherheitsgefühl der Menschen erschüttern, indem man den Begriff des Flüchtlings unentwegt mit dem des Verbrechers vermischt, dann Asylwerber möglichst effektiv in Zentren wegsperren, unter Ausschluss einer Kontrolle durch Nichtregierungsorganisationen, Rechte Geflüchteter so weit wie möglich einschränken, Geldzahlungen an Geflüchtete möglichst kürzen, Integration weitgehend unmöglich machen vor positivem Verfahrensausgang, danach Geldzahlungen an Menschen, die mangels Integration keine Arbeit finden, so weit wie möglich kürzen, in weiterer Folge Arbeitslose und Mindestsicherungsbezieher als Sündenböcke positionieren, bei steigender Kriminalität und Radikalisierung in Folge dieser Politik das Sicherheitsthema wieder bemühen und weitere Verschärfungen durchdrücken... Das Problem ist die Politik dieser Regierung, nicht nur ihre Wortwahl.“ (B_1136)

99 kein Zweifel/nicht zuordenbar

Beispiele:

„Baut eure eigenen Bahnhöfe!“ (B_0449)

„Wenigstens gute Einsicht! DANke fürs Reagieren!“ (B_0554)

„Des wird nix mehr.“ (B_1433)

999 nicht relevant

V18

ZWEIFS AC (Zweifel gegenüber dem Shitstormopfer – Ist ein auch ein weiterer, alternativer Zweifel codierbar? Sind weitere, alternative Zweifel codierbar?)

Beispiele und Erklärung zu Zweifel in der Beschreibung zu V17. Einige Beispiele werden hier angeführt:

1 Zweifel an der Verständlichkeit

2 Zweifel an der Wahrheit

3 Zweifel an der Wahrhaftigkeit

4 Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität

12 Zweifel an der Verständlichkeit und Zweifel an der Wahrheit

Beispiel:

„Am Westbahnhof gab und gibt es keinerlei Probleme (ich bin täglich dort...), warum sollte auch da die ÖBB Infra 100% der Gebühren erlassen? Und wo ist das Problem, dass Bahnsteig 1 gesperrt ist? Reichen die 10+ anderen Bahnsteige nicht. Gab es Probleme hier für irgendwen? Hat euer Zug nicht ein- oder ausfahren können dadurch? Ihr glaubt, ihr könnt da einfach Kapital daraus schlagen, und das ist grausig.“ (B_0360)

13 Zweifel an der Verständlichkeit und Zweifel an der Wahrhaftigkeit

14 Zweifel an der Verständlichkeit und Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität

23 Zweifel an der Wahrheit und Zweifel an der Wahrhaftigkeit

24 Zweifel an der Wahrheit und Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität

34 Zweifel an der Wahrhaftigkeit und Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität

Beispiel:

„mit dem letzten Satz impliziert ihr ein Sicherheitsrisiko, das es nicht gibt. Ihr als professionelle Kommunikatoren macht sowas absichtlich. Abscheulich, beschämend, letztklassig und unfassbar die ganze Sache.

Ich als Kunde werde euch das nie vergessen. Auf Nimmerwiedersehen Westbahn!“

123 Zweifel an der Verständlichkeit, Zweifel an der Wahrheit und Zweifel an der Wahrhaftigkeit

124 Zweifel an der Verständlichkeit, Zweifel an der Wahrheit und Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität

134 Zweifel an der Verständlichkeit, Zweifel an der Wahrhaftigkeit und Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität

234 Zweifel an der Wahrheit, Zweifel an der Wahrhaftigkeit und Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität

99 kein Zweifel/ nicht zuordenbar

999 nicht relevant

V19

ZWEIFU (Zweifel gegenüber dem User)

Beispiele und Erklärung zu Zweifel in der Beschreibung zu V17.

1 Zweifel an der Verständlichkeit

2 Zweifel an der Wahrheit

3 Zweifel an der Wahrhaftigkeit

4 Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität

99 kein Zweifel/ nicht zuordenbar

999 nicht relevant

V20

ZWEIFU AC (Zweifel gegenüber dem User – Ist ein weiterer, alternativer Zweifel codierbar? Sind weitere, alternative Zweifel codierbar?)

Beispiele und Erklärung zu Zweifel in der Beschreibung zu V17.

- 1 Zweifel an der Verständlichkeit
- 2 Zweifel an der Wahrheit
- 3 Zweifel an der Wahrhaftigkeit
- 4 Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität
- 12 Zweifel an der Verständlichkeit und Zweifel an der Wahrheit
- 13 Zweifel an der Verständlichkeit und Zweifel an der Wahrhaftigkeit
- 14 Zweifel an der Verständlichkeit und Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität
- 23 Zweifel an der Wahrheit und Zweifel an der Wahrhaftigkeit
- 24 Zweifel an der Wahrheit und Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität
- 34 Zweifel an der Wahrhaftigkeit und Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität
- 123 Zweifel an der Verständlichkeit, Zweifel an der Wahrheit und Zweifel an der Wahrhaftigkeit
- 124 Zweifel an der Verständlichkeit, Zweifel an der Wahrheit und Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität
- 134 Zweifel an der Verständlichkeit, Zweifel an der Wahrhaftigkeit und Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität
- 234 Zweifel an der Wahrheit, Zweifel an der Wahrhaftigkeit und Zweifel an der Richtigkeit/ Legitimität
- 99 kein Zweifel/nicht zuordenbar
- 999 nicht relevant

V21

RESPS (Respekt gegenüber dem Shitstormopfer)

Die Respektäußerungen

Spörndli versteht unter Respekt einen „Faktor, der sich entscheidend auf die Einigungswahrscheinlichkeit auswirkt“. (Spörndli 2014: 146)

Burkart und Rußmann teilen Spörndlis Auffassungen über Respekt, ebenso wie jene der Respectresearchgroup (2009). Darauf basierend unterscheiden sie drei verschiedene Respektniveaus, die sich wie folgt festhalten lassen.

Explizit respektlose Äußerungen

Es gibt eine explizite Abwertung, wie etwa bspw. Missachtung, Geringschätzung gegenüber einer Person bzw. einer Position.¹¹⁷

Implizit respektvolle Äußerungen

Eine Aussage gegenüber einer Person oder einer Position ist weder explizit positiv, noch explizit negativ.

Explizit respektvolle Äußerungen

Hier sind Äußerungen als positiv zu werten. Es handelt sich bspw. um Wertschätzung und Hochachtung.

(vgl. Burkart/Rußmann 2015: 55)

In dieser Untersuchung kommt noch eine 4. Ausprägung dazu, und zwar der Verzicht auf Respekt. Es wird also auch „keine Respektäußerung“ codiert. (Siehe dazu Burkart/ Rußmann/ Grimm 2010)

1 explizit respektlose Äußerung

Beispiele:

„opportune arschgeigen!“ (B_0452)

„SCHÄMT EUCH WESTBAHN! SCHÄMT EUCH!!!!“ (B_0459)

„FAIL Westbahn FAIL“ (B_0460)

„train of shame“ (B_463)

„geh scheißen westbahn“ (B_0475)

„Eigentor, es heisln!“ (B_0494)

„geh leck solch speichel lecker“ (B_0495)

¹¹⁷ Anmerkung des Verfassers: Der Verfasser codiert auch Beiträge, aus denen offensichtliche Beleidigungen hervorgehen, als explizit respektlos.

„Ich bin kein "Friend" von eurem kapitalistischen Oaschladen...“ (B_0586)

„Das ist zum Kotzen, sorry, aber für so viel Dummheit fehlen mir passende Worte. Bei "meinem Spar" im 18. bekommt man um 19.15h kaum mehr Gebäck und frisches Brot. Früher waren um diese Zeit die Regale voll, bis sich alle darüber entrüstet haben, weil all das Brot im Müll gelandet ist! Danke Spar, ein kleiner Schritt in eine richtige Richtung 👍“ (B_0632)

„Lauter Patienten. In Frankreich hat man diese Art von Verschwendung bereits gesetzlich eingeschränkt.“ (B_0960)

„widerwärtig, abscheulich, abstoßend, beängstigend, ekelhaft, furchtbar, Furcht erregend, gräulich, schauderhaft, scheußlich, schrecklich, widerlich, unheimlich, Grauen erregend, grässlich ich kann gar nicht aufhören!“ (B_1179)

„Wenn die innere Zerrüttung schreit, kann kein Gehirn mehr etwas aufnehmen.“ (B_1143)

„Ich glaube ihm sogar. Wenn man ein solches intellektuelles "Nackerpatzl" ist, dann verwundert das einen nicht... Sehr traurig!“ (B_1486)

2 implizit respektvolle Äußerung

Beispiele:

„Liebe WESTbahn GmbH wie man jetzt noch größeren Schaden vermeiden kann ist echt schwierig zuzusagen unter Umständen könnte eine Öffentliche Entschuldigung und das Eingeständnis einer Verfehlung den eindeutig sichtbaren Verdienstrückgang noch abschwächen.“ (B_0018)

„WESTbahn GmbH Aber bitte, machen Sie es doch besser!“ (B_0136)

„Und Spenden kommt auch nicht in Frage? In der Schweiz haben wir auch so seltsame Modelle, damit ja nicht die falschen Leute davon profitieren oder Mitarbeiter nutzen können. Ich glaube in Frankreich dürfen keine Lebensmittel

mehr weggeworfen werden! Ich finde jeder Supermarkt muss eine Strafe bezahlen, pro kg zu entsorgende Lebensmittel oder gratis spenden!“ (B_0939)

3 explizit respektvolle Äußerung

Beispiele:

„Die Westbahn ist ein privater Betreiber und hat bisher rund 200.000 Euro an Einbußen zu tragen. Von daher hat sie meine volle Unterstützung.“ (B_0120)

„WESTbahn Gmbh ich finde euer Vorhaben mehr als gut!!!! Ich hatte zig mal bei der ÖBB angerufen, weil die Situation in Salzburg unzumutbar für Reisende war....ich wurde am Telefon nur blöd angemacht!! Die ÖBB interessiert es nicht, ob Kunden abspringen- noch nicht. Ich fahre nur noch mit der ÖBB wenn ich Richtung IBK muss....Richtung Wien wird mich die ÖBB NIE wieder sehen!!!!“ (B_0129)

„WESTbahn Gmbh, Bitte jetzt nicht einknicken! Ich und viele viele andere Menschen haben vollstes Verständniss für Ihre Forderung!“ (B_0378)

„Wenigstens gute Einsicht! DANke fürs Reagieren!“ (B_0554)

„Ich finde es den besten Merkur in Wien ! Viel Auswahl und top Qualität. Vorallem das Fleisch und die Spirituosen!“ (B_0956)

„Mir gefällt" es...Danke Herr Minister Herbert Kickl“ (B_1115)

„Hr Kickl!Sie haben alles richtig gemacht u.beim Wort Konzentriert nichts verkehrtes gesagt.Es passt schon so.Ich wünsche ihnen genausoviel durchhaltevermögen wie den anderen“ (B_1466)

99 kein Respekt/ nicht zuordenbar

Beispiele:

„Wenn Fußballspiele sind, oder irgendwelche Bierzeltaktionen, hab ich mehr Sorge“ (B_0059)

„Ich hab mich in den letzten Wochen nie unsicher gefühlt“ (B_0116)

„Ja nur leider werden trotzdem noch zu viele Lebensmittel entsorgt. Nicht einmal die Mitarbeiter dürfen sich etwas mitnehmen. Ist in meiner Firma nicht anders ...“ (B_0503)

999 nicht relevant

Beispiel:

„Könnte auch am Konsumenten liegen, immerhin erwarten die meisten jederzeit alles zu bekommen, leider.“ (B_0944)

V22

RESPSH (Respekt gegenüber der Aussage/ Handlung des Shitstormopfers)

Beispiele und Erklärung zu den Respektäußerungen siehe Beschreibung V21.

- 1 explizit respektlose Äußerung
- 2 implizit respektvolle Äußerung
- 3 explizit respektvolle Äußerung
- 99 kein Respekt/ nicht zuordenbar
- 999 nicht relevant

V23

RESPU (Respekt gegenüber dem User)

Beispiele und Erklärung zu den Respektäußerungen siehe Beschreibung V21.

- 1 explizit respektlose Äußerung
- 2 implizit respektvolle Äußerung
- 3 explizit respektvolle Äußerung
- 99 kein Respekt/ nicht zuordenbar
- 999 nicht relevant

V24

RESPUH (Respekt gegenüber der Aussage/ Handlung des Users)

Beispiele und Erklärung zu den Respektäußerungen siehe Beschreibung V21.

- 1 explizit respektlose Äußerung
- 2 implizit respektvolle Äußerung
- 3 explizit respektvolle Äußerung
- 99 keine Respektäußerung/ nicht zuordenbar
- 999 nicht relevant

V25

BEGRS (Begründung gegenüber dem Shitstormopfer)

Vier unterschiedliche Begründungsniveaus wurden in Anlehnung an Steenbergen et al. (2003: 28) und Spörndli (2004: 9f) entwickelt.

Keine Begründung

Es gibt keine Begründung.

Eine Position ohne Begründung.

Pauschale Begründung

Eine Behauptung wird angegeben, diese ist jedoch nicht genau/konkret, sondern wirkt eher allgemeingültig.

Einfache Begründung

Ein Faktum wird genannt und unterstützt somit eine Position.

Spezifische Begründung

Hier wird eine Position mit mehreren Fakten, Daten und Quellenverweise untermauert.

(vgl. Burkart/ Rußmann 2015: 53f)

1 pauschale Begründung

Beispiel:

„Es wird irgendwie nicht besser, gell ... Durch Zahlungsstopps eurerseits fühlen sich nämlich die verunsicherten Bahnkunden wieder sicherer, oder wie?“ (B_0014)

„Und dann soo zurückrudern !? Peinlich, liebe Westbahn...“ (B_0101)

„Wo bleibt der Hausverstand, wenn man ihn braucht? Ist wohl sehr anonym unterwegs...“ (B_0988)

2 einfache Begründung

Beispiel:

„Wäre das Obst nicht aufgeschnitten, würds nicht nur länger halten, man würde sich auch gleich die Plastikverpackung sparen. Doppelte Entlastung für unsere Umwelt. Echt traurig sowas.“ (B_0513)

„Es funktioniert alleine deshalb schon, da der Verlust des Überschusses einkalkuliert und auf alles andere verteilt wird. Jeder hier zahlt für diesen Obstschwachsinn.“ (B_0859)

„Seine Umschreibung war ja auch nicht Ministerreif, sowas geht einfach nicht, dann hätten sie sollen in Opposition bleiben, da kennt ja jeder die Wortwahl. Der ist im Wahlkampfmodus sonst nix und einfach untragbar“ (B_1264)

„Ihre Ausdrucksweise und Ihr entlarvendes Vokabular ist ein weiterer Beweis, das es eine Schande ist wenn eine derartige Partei in der Regierung sein Unwesen treibt!!! Bleiben wir wachsam!“ (B_1425)

3 spezifische Begründung

Beispiel:

„#westbahnbilligsteuer# #1 Sie sind bei einer ziemlichen Unsenibilität erwischt worden. #2 Stehen Sie dazu: (jeder macht mal Blödsinn) #3 Turn it around : Gratis Transport für Flüchtlinge, Jobs für Flüchtlinge, Logistik, Transport Kapazitäten für die Flüchtlings Versorgung. Ihren Kommunikations-Profis fallen sicher noch bessere Dinge ein Sie haben es in der Hand. Machen Sie die Welt mal besser, nicht billiger. Dann gibt's 5 Sternchen und weitere Benutzung Ihrer Dienstleistungen von mir. (Die ich bisher gerne genutzt habe)“ (B_0281)

„,,WESTbahn GmbH, das ist ein Shitstorm. Den sitzt man aus. Ihr macht einen großen Fehler zu versuchen, die Dinge richtig zu stellen. Damit werdet ihr keine Erfolg beim Lynchmob haben und ihn nur noch mehr aufstacheln. Differenzierte Sachverhalte sind hier, wie in den meisten Teilen der Medienlandschaft, fehl am Platz.

Dass ihr einfach nur vertragliche Pflichten einfordert bzw. die Konsequenzen der Vertragsverletzung durch die ÖBB Infrastruktur GmbH geltend macht, verstehen die meisten Leute nicht. Dazu kommt, dass der Tonfall dieses Briefs tatsächlich hart an der Grenze ist. Das macht es euch noch ein Stück schwerer. Viel Glück. Mein Ratschlag: Aussitzen.“ (B_0484)

99 keine Begründung/ nicht zuordenbar

Beispiel:

Und es stellt sich zusätzlich die frage: warum hat die westbahn nicht mitgeholfen?“

(B_0183)

„Mit der westbahn fahr ich nie wieder!“ (B_0236)

„Raus mit ihm aus der Regierung!“ (B_1019)

„Wir werden ihn zusammen mit unseren Herrn Bundespraesident DVB zum Ruecktritt brinden!!!“ (B_1053)

999 nicht relevant

V26

BEGRU (Begründung gegenüber dem User)

Beispiele und Erklärung zu den Begründungen siehe Beschreibung V25.

1 pauschale Begründung

2 einfache Begründung

3 spezifische Begründung

99 keine Begründung/nicht zuordenbar

999 nicht relevant

V27

LÖSVS (Lösungsvorschlag gegenüber dem Shitstormopfer)

Qualitätsmerkmal Lösungsvorschläge:

„Die Lösungsorientierung bezeichnet Anzahl und Konkretisierungsgrad von Lösungs- und/ oder Vermittlungsvorschlägen im Kontext von (jeweils positionsbezogenen) Problemen.“ (vgl. Burkart/Rußmann/Grimm, 2010)

Spörndli misst Lösungsvorschlägen einen wichtigen Stellenwert in konfliktträchtigen Diskussionen bei. (vgl. Spörndli 2004: 143) An ihn angelehnt werden zwischen folgenden Lösungsvorschlägen unterschieden:

Die Lösungsvorschläge

„Die Lösungsorientierung bezeichnet Anzahl und Konkretisierungsgrad von Lösungs- und/oder Vermittlungsvorschlägen im Kontext von (jeweils positionsbezogenen) Problemen.“ (vgl. Burkart et. al 2010)

Kein Lösungsvorschlag

Es gibt keinen Lösungsvorschlag.

Vage Lösungsvorschläge

Es gibt eine Idee für eine Lösung, aber keinen konkreten Lösungsvorschlag. Es handelt sich um eine vage Formulierung einer Idee.

Konkrete Lösungsvorschläge

Ein konkreter Lösungsvorschlag zeichnet sich dadurch aus, dass Fakten und Daten genannt werden, sowie konkrete Maßnahmen, die zu einer Lösung des Problems beitragen können.

(vgl. Burkart/ Rußmann 2015: 54)

1 vager Lösungsvorschlag

Beispiel:

„Leider muss ich sagen, dass man die Fragen nach Sicherheit von Besorgten anders beantworten hätte sollen. Hier wäre es gut gewesen ein starkes Zeichen zu setzen für Hilfe gegen Angst. Ihr Brief macht leider genau das Gegenteil, unterstützt diese unnötige Angst (wiedermal). Schuss ins Knie- ich fahr auch nicht mehr Westbahn.“

(B_0036)

„Ich finde das auch alles sehr absurd. Aber ich habe festgestellt, dass beim Billa die (spanischen) Gurken in Folie geschweißt sind, die österreichischen im Sommer nicht. Folglich kann man mit regional und saisonal einkaufen seine eigene Müllproduktion schon etwas steuern. Ich hab in Wien beim Brunnenmarkt gewohnt, jetzt haben wir 1x wöchentlich einen Bauernmarkt. Ich versuche einen großen Teil des Obst/Gemüse/Butter/Eier Bedarfs dort zu decken. Und ich hab immer meine eigenen Obstsackerl und einen Einkaufskorb. Vorgeschnittenes Obst/Gemüse kauf ich prinzipiell nicht. Ohne, dass die Konsumenten mithelfen wird es nicht gehen. Aber ich würde mir auch mehr Verantwortung von Seiten der Supermärkte wünschen. Könnte ja auch mal eine innovative Marketing Strategie sein...“ (B_0978)

„Er versteht nicht worin die Provokation liegt? Dann soll er sich seine Rede nochmal anhören und ein bisschen die Geschichtsbücher aufschlagen.“ (B_1442)

2 konkreter Lösungsvorschlag

Beispiel:

„Liebes Merkur Team. Danke für die Rückmeldung. Die Frage ist: was wird wirklich abseits von ein bisschen Marketing-Schmäh hier und da getan? Braucht es 1000 Tassen aufgeschnittenes Obst in Plastik verpackt Samstags um 17:50? Gäbe es nicht die Möglichkeit nicht nur eine andere Verpackung zu wählen welche umweltfreundlicher ist, ganz abgesehen von der Reduzierung der Menge? Warum muss alles immer ständig verfügbar sein? Als Riesen Konzern in solchen Fragen

"with a bold vision" in die Zukunft schreiten ist 1000 Mal mehr löblich als in der Vergangenheit zu stecken und ein wenig hier und da an der Optik zu schrauben. Manchmal muss man den Kunden erziehen, manchmal erzieht der Kunde. Wenn von beiden Seiten an dieses Thema herangegangen wird, um endlich einen richtig großen Schritt nach vorne aus unserer Wegwerfgesellschaft hin zu einer sauberen, gesunden u. "Sustainable" Zukunft zu schaffen, stehen wir alle gemeinsam besser da. Ich bin überzeugt es gibt genug frische kluge Köpfe die man an einen Tisch beten kann um gemeinsam etwas positiv zu ändern und nicht nur den Großaktionäre hilft. Mit freundlichen Grüßen, L.-M. S.“ (B_0517)

„Ein paar Tipps fürs Management: Bei Foodsharing werden Lebensmittel abgeholt und an Leute verteilt. <https://foodsharing.at/> Der Rad LKW von Walter ist umweltschonend und kann so viel Volumen wie ein kleiner Transporter fassen. Lidl selber verkauft Ware, die vor dem angegebenen Ablaufdatum ablaufen, mit minus 30%.“ (B_0696)

99 kein Lösungsvorschlag/nicht zuordenbar

Beispiel:

„Leider sind die Leute so verwöhnt 😞 sie geben sich mit nichts mehr zufrieden und das ist der Wahnsinn 😞 😞“ (B_0680)

999 nicht relevant

V28

LÖSVU (Lösungsvorschlag gegenüber dem User)

Beispiele und Erklärung zu den Lösungsvorschlägen siehe Beschreibung V27.

1 vager Lösungsvorschlag

2 konkreter Lösungsvorschlag

99 kein Lösungsvorschlag/nicht zuordenbar

999 nicht relevant

V29

ZWE (Zweifeleinheit)

Bei der Zweifeleinheit kommt nach dem eingangs gewählten Sample noch eine willkürliche Stichprobe zum Einsatz, welche bei der Beantwortung der Forschungsfrage 2 „Welche Zweifel provozieren welche VOI-Merkmale?“ helfen soll.

Sobald ein Kommentar (V3, codiert mit 2) einen Zweifel beinhaltet und Antworten dieser Antworten erhält, entsteht eine Zweifeleinheit. Die Zweifeleinheiten sind mit IDs gekennzeichnet, bspw. „ZWE_07“.

V30

AE (Analyseeinheit)

Jeder Kommentar auf eine Zweifeleinheit ist eine Analyseeinheit (AE) und kann einer Zweifeleinheit (ZWE) zugeordnet werden.¹¹⁸

Beispiel: „AE_0054“

V31

ANZAE (Anzahl der Analyseeinheiten)

¹¹⁸ Für jede beginnende Zweifeleinheit wird – anders als bei Chaloupek (2013) und Obenaus (2017) – ebenfalls eine Analyse-ID eingetragen. Dies ist eine rein formale Entscheidung.

Die Anzahl der Analyseeinheiten wird numerisch erfasst. Sie ergibt sich aus der Summe der Antworten + 1 (eine Analyseeinheit pro Zweifeleinheit).

Beispiel: Die Zweifeleinheit „ZWE_07“ hat nach der Bereinigung des Datensatzes 15 Analyseeinheiten.

Abschließende Anmerkungen:

Für die Forschungsfrage 2 war somit ein weiterer Datensatz, bei welchem die Antworten ihren zugehörigen Zweifelkommentaren gegenübergestellt wurden, notwendig. Die Variablen verstehen sich zum Großteil als analog zu den Hauptvariablen der Untersuchung (V1-V28).

Die wesentlichen Unterschiede in der Benennung sind das „K“, welches für „Kommentar“ steht (zum Beispiel in „K_V4 Text“) und das „A“, welches für Antwort steht (zum Beispiel in A_V16 BEZAD).

Die Beitrags ID und Shitstorm ID kommen in der Zeile viermal vor.¹¹⁹

Zu den bereits bekannten und vorgestellten Variablen sind folgende neu dazugekommen:

„K_V29 ZWE“ / „K_V30 AE“ / „K_ANZAW“¹²⁰ / „K_V31 ANZAE“
„A_V29 ZWE“ / „A_V30 AE“ / „A_ANZAW“¹²¹ / „A_V31 ANZAE“

K_V29 ZWE (Zweifeleinheit)

K_V30 AE (Analyseeinheit)

K_ANZAW (Anzahl der Antworten)

K_V31 ANZAE (Anzahl der Analyseeinheiten)

A_V29 ZWE (Zweifeleinheit)

A_V30 AE (Analyseeinheit)

A_ANZAW (Anzahl der Antworten)

¹¹⁹ Dies hat lediglich den Grund, da dies für den Autor übersichtlicher war.

¹²⁰ K_ANZAW erhielt keine Variablennummer, da diese erst zu einem späteren Zeitpunkt der Untersuchung hinzugefügt wurde, und der Verfasser dies nicht als notwendig erachtete.

¹²¹ A_ANZAW erhielt keine Variablennummer, da diese erst zu einem späteren Zeitpunkt der Untersuchung hinzugefügt wurde, und der Verfasser dies nicht als notwendig erachtete.

A_V31 ANZAE (Anzahl der Analyseeinheiten)

K_V2 B_ID / K_V29 ZWE / K_V30 AE / K_ANZAW / K_V31 ANZAE / K_V1 SH_ID
K_V4 TEXT / K_V5 DAT / K_V1 SH_ID / K_V2 B_ID / K_V3 PUART / K_V6 VERN
K_V7 VTYP / K_V8 LI/EM / K_V9 NURT / K_V10 LINK / K_V11 FOTO/SCREENSHOT
K_V12 EMOTI / K_V13 TAG / K_V14 HASHT / K_V15 REZ / K_V16 BEZAD
K_V17 ZWEIFS / K_V18 ZWEIFS AC / K_V19 ZWEIFU / K_V20 ZWEIFU AC
K_V21 RESPS / K_V22 ResSH / K_V23 RESPU / K_V24 ResUH
K_V25 BEGRS / K_V26 BEGRU / K_V27 LÖSVS / K_V28 LÖSVU

A_V2 B_ID / A_V29 ZWE / A_V30 AE / A_ANZAW / A_V31 ANZAE / A_V1 SH_ID
A_V4 TEXT / A_V5 DAT / A_V1 SH_ID / A_V2 B_ID / A_V3 PUART / A_V6 VERN
A_V7 VTYP / A_V8 LI/EM / A_V9 NURT / A_V10 LINK / A_V11 FOTO/SCREENSHOT
A_V12 EMOTI / A_V13 TAG / A_V14 HASHT / A_V15 REZ / A_V16 BEZAD
A_V17 ZWEIFS / A_V18 ZWEIFS AC / A_V19 ZWEIFU / A_V20 ZWEIFU AC
A_V21 RESPS / A_V22 ResSH / A_V23 RESPU / A_V24 ResUH / A_V25 BEGRS
A_V26 BEGRU / A_V27 LÖSVS / A_V28 LÖSVU

Abschließende Bemerkungen:

Variablen und andere mögliche, zu codierende Inhalte, auf die im Laufe dieser Forschungsarbeit verzichtet wurde:

BGES (Beträge gesamt) – vorige V4

Hier wurde numerisch erfasst, wie viele Beiträge codiert worden sind. Am Anfang der Untersuchung wurden 1504 Beiträge codiert. Bei jedem codierten Beitrag war folglich „1504“ in der Kategorie V4 eingetragen, wurde aber ausgelassen.

In den ersten „Anläufen“ der Codierung stellte der Verfasser auch eine Variable auf, die zwischen „personifiziert“ und „nicht personifiziert“ unterscheiden wollte. Es galt herauszufinden, ob in einem Beitrag beispielsweise eine Person, ein Vorstand, Mitarbeiter („personifiziert“) oder ein Unternehmen, eine Firma, eine Partei, andere Institutionen („nicht personifiziert“) angesprochen werden.

Diese Variable wurde jedoch fallen gelassen, da der Verfasser hier keinen Mehrwert sah.

Ein „substanzieller Mehrwert“ (siehe bspw. Rußmann Codebuch o. J. und Obenaus 2017) wurde im Vorhinein ausgeklammert, da der Verfasser nach intensiver, anfänglicher Prüfung des Datenmaterials zu dem Entschluss gekommen ist, diesen nicht für die Codierung mit einzuplanen. Begründung: Bis auf ein paar wenige Ausnahmen (bspw. nur Fotos, nur Links, nur Emoticons, und jene Beiträge, in welchen User sich selbst auf ihren eigenen Kommentar eine Antwort geben) waren die knapp 500 Beiträge der jeweiligen Shitstorms für die Untersuchung relevant. Nach Datenbereinigung blieben von 1504 codierten Beiträgen 1482 (inklusive der drei Postings) übrig, was insgesamt 98,5% entspricht der anfänglichen 1504 entspricht.

Bereinigung des ersten Datensatzes (alle 3 Shitstorms)

Was entfernt wurde und warum:

1. B_0049 wurde gelöscht, da sich hier der gleiche User (B_0048) eine Antwort gab. Der Beitrag „B_0048“ blieb erhalten.
2. B_0077, B_0078 und B_0079 wurden gelöscht, da es sich nur um Fotos handelte. Da sich die Beiträge in einer Zweifeleinheit befanden, wurde die Anzahl der Analyseeinheiten angepasst (von 18 auf 15). Die Beitragsnummern wurden nicht abgeändert.
3. B_0165 wurde entfernt, da es sich ebenfalls um ein Foto handelte. Dieser Beitrag befand sich nicht in einer Zweifeleinheit.
4. B_0202 wurde entfernt, da dieser bloß aus einem Link bestand. B_0202 befand sich in der Zweifeleinheit „ZWE_14“. Die Anzahl der Beiträge war hier 14 bevor sich B_0202 entfernt wurde. Danach waren es 13.
5. B_0278 wurde gelöscht, da sich hier der gleiche User (B_0277) eine Antwort gab. Der Beitrag „B_0277“ blieb erhalten.
6. B_0320 wurde gelöscht, da sich hier der gleiche User (B_0319) eine Antwort gab. Der Beitrag „B_0319“ blieb erhalten.
7. B_0390 wurde gelöscht, da sich hier der gleiche User (B_0389) eine Antwort gab. Der Beitrag „B_0389“ bleibt erhalten.

8. B_0456 war nur ein Foto und wurde daher entfernt.
9. B_0486 war nur ein Link und wurde daher entfernt.
10. B_0615 war nur ein Emoticon und wurde daher entfernt. Da sich B_0615 in einer Zweifeleinheit („ZWE_31“) befand, wurde die Anzahl von 7 auf 6 gekürzt.
11. B_0842 bestand aus nur einem Buchstaben, einem „H“ und wurde daher entfernt.
12. B_0879 wurde gelöscht, da sich hier der gleiche User (B_0878) eine Antwort gab. Der Beitrag „B_0878“ bleibt erhalten.
13. B_0891 war nur ein Emoticon und wurde daher entfernt. Da sich B_0891 in einer Zweifeleinheit („ZWE_55“) befand, wurde die Anzahl von 5 auf 4 gekürzt.
14. B_0941 wurde gelöscht, da sich hier der gleiche User (B_0940) eine Antwort gab. Der Beitrag „B_0940“ blieb erhalten.
15. B_0962 wurde gelöscht, da sich hier der gleiche User (B_0961) eine Antwort gab. Der Beitrag „B_0961“ blieb erhalten.
16. B_1037 war nur ein Emoticon und wurde daher entfernt.
17. B_1203 war nur ein Link und wurde daher entfernt. Da sich B_1203 in einer Zweifeleinheit („ZWE_77“) befand, wurde die Anzahl von 29 auf 28 gekürzt.
18. B_1315 wurde gelöscht, da sich hier der gleiche User (B_1314) eine Antwort gab. Der Beitrag „B_1314“ blieb erhalten.
19. B_1363 wurde gelöscht, da sich hier der gleiche User (B_1362) eine Antwort gab. Der Beitrag „B_1362“ blieb erhalten.
20. B_1416 war nur ein Link und wurde daher entfernt. Da sich B_1416 in einer Zweifeleinheit („ZWE_99“) befand, wurde die Anzahl der Analyseeinheit von 3 auf 2 gekürzt.

13.3.1. Verzeichnis für das Codebuch

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

Burkart, Roland/ Rußmann, Uta (2015): Beeinflussung durch Verständigung? Die kommunikative Qualität von Pressemitteilungen politischer Parteien in österreichischen Nationalratswahlkämpfen. Ein Langzeitvergleich: 1970 -2008. In: Fröhlich, Romy/ Koch, Thomas (Hg.): Politik - PR - Persuasion. Strukturen, Funktionen und Wirkungen politischer Öffentlichkeitsarbeit. Wiesbaden: Springer VS. S.49-70.

Chaloupek, Marie-Theres (2013): Wie verständigungsorientiert ist Facebook wirklich? eine Evaluierung von Facebook als PR-Instrument. Universität Wien: Magisterarbeit.

Obenaus, Stefanie (2017): Welche Bedeutung haben Zweifel für den öffentlichen politischen Diskurs?: eine Evaluierung der verständigungsorientierten Qualitätsindikatoren und deren gegenseitiger Beeinflussung in zweifelhaften politischen Online-Diskursen. Universität Wien: Magisterarbeit.

Rußmann, Uta (o.J.): Codebuch für die Analyse von Artikeln und Kommentaren von Online-Tageszeitungen sowie Postings auf Facebook. Codierschema und Codieranweisungen. Wien.

Rußmann, Uta (2015): Die Qualität politischer Online-Diskussionen. Empirische Befunde zur verständigungsorientierten Kommunikation auf Facebook. In: Imhof, Kurt/ Blum, Roger/ Bonfadelli, Heinz/ Jarren, Otfried/ Wyss, Vinzenz (Hg.): Demokratisierung durch Social Media? Mediensymposium 2012. Wiesbaden: Springer VS. S.177-194.

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

Steenbergen, Marco R./ Bächtiger, André/ Spörndli, Markus/ Steiner, Jürg (2003): Measuring Political Deliberation: A Discourse Quality Index. Comparative European Politics, 1, 21-48.

13.4. Abstract – Deutsch

| | |
|---------------------|--|
| Verfasser | Lukas Suk |
| Titel | Zur Verständigungsorientierung von Shitstorms. Eine empirische Untersuchung am Beispiel von Facebook. |
| Umfang | 232 Seiten Dem Printexemplar ist eine CD beigegeben, welche die Excellisten der Auswertungen enthält. |
| Typ | Magisterarbeit am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien |
| Ort, Jahr | Wien, 2019 |
| Begutachter | Ao. Univ.-Prof. Dr. Dr. h. c. Roland Burkart |
| Schlagwörter | Verständigungsorientierung, Shitstorm, Shitstorms, Verständigung, Verständigungsorientierte Kommunikation, |

verständigungsorientiert, Zweifel, Burkart,
Rußmann, Habermas, Facebook

Untersuchungsgegenstand Diese Magisterarbeit untersucht drei verschiedene Shitstorms im sozialen Netzwerk Facebook auf Verständigungsorientierung. Analysiert werden die jeweils ersten 500 Beiträge von Postings, die im Verlauf eines Shitstorms verfasst worden sind bzw. einen Shitstorm auslösen. Die untersuchten Shitstorms: der Westbahn-Shitstorm 2015 in Zeiten der Flüchtlingskrise, der Merkur-Shitstorm 2017 über einen Vorfall in einer Merkur-Filiale mit anschließendem Beschwerdeposting auf Facebook, und ein politischer Shitstorm über den ehemaligen Innenminister Herbert Kickl. In den Fokus dieser Untersuchung rücken vor allem die Userkommentare und Zweifeläußerungen. In dieser Studie wird gezeigt wie verständigungsorientiert Shitstorms sind, und welche Bedeutung diese für die Verständigungsorientierung haben.

Theorie

Die Basis dieser Studie stellt die Verständigungsorientierung von Roland Burkart (siehe Burkart 2015) dar, die auf der Theorie des kommunikativen Handelns von Jürgen Habermas (1981) basiert.

Einen ausführlichen Einblick in die Theorie bieten wissenschaftliche Arbeiten und Forschungen zu Shitstorms, sowie zur Verständigungsorientierung und soziale Netzwerke. Ein übersichtlicher Forschungsstand, mit welchem theoretisch relevante Inhalte für diese Arbeit herangezogen wurden, stellt zusätzlich eine Basis für die Untersuchung dar. Zur Verständigungsorientierung von Shitstorms, welche sich mit den Qualitätsmerkmalen des Verständigungsorientierungsindex (Burkart et. al 2010) auseinandersetzt, gab es zuvor keine Arbeit.

Forschungsfragen und Ziele

In Diskursen nehmen Zweifeläußerungen eine besondere Position ein, da sie konsensorientierte Kommunikation ermöglichen können (vgl. Burkart/ Rußmann 2015: 55f). Diese Magisterarbeit geht der Frage nach „Wie verständigungsorientiert sind Shitstorms?“ Es wird anhand der drei untersuchten Shitstorms gezeigt, welche Art von Zweifel sich der Shitstorm zu eigen macht, und wie sich die Qualitätsmerkmale des VOI (Burkart et. al 2010) auf den „Westbahn-Shitstorm“, den „Merkur-Shitstorm“ und den „Kickl-Shitstorm“ verteilen. Weiters wird untersucht welche Zweifel welche VOI-Merkmale provozieren und wie reziprok die

Kommunikation in den analysierten Shitstorms verläuft.

Forschungsdesign

Mit Hilfe eines Codebuches, welches mehrmals überarbeitet wurde, wurde die quantitative Forschungsarbeit (Inhaltsanalyse) durchgeführt. Der explorative Ansatz begleitet die Arbeit vom Anfang bis zum Ende, beschreibt, erklärt und hebt „Entdeckungen“ hervor.

Ergebnisse

Die Shitstormopfer beteiligen sich wenig bis gar nicht, wenn sie Opfer eines Shitstorms werden. Die drei untersuchten Shitstorms zeigen, dass sie zweifelaffin sind. Es werden insgesamt 405 Zweifel des Zweifeltyps Richtigkeit/ Legitimität geäußert (74,4% der insgesamt codierten Zweifel).

Insgesamt überwiegen, wenn Respekt codiert wurde, respektlose Äußerungen, sowohl gegenüber den Shitstormopfern als auch den Usern. Durch die unterschiedlichen Thematiken der Shitstorms kommt es bei den vier Merkmalen des VOI zu Unterschieden.

Am häufigsten sind einfache Begründungen vertreten, wenn Positionen und Äußerungen begründet werden. Lösungsvorschläge stellen in den untersuchten Shitstorms eine Ausnahme dar. Die drei untersuchten Shitstorms können aufgrund der Ergebnisse der quantitativen Untersuchung als nicht verständigungsorientiert angesehen werden.

Literatur

Burkart, Roland (2015):

Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit (VÖA): Das Konzept und seine Rezeption. In: Fröhlich, Romy/ Szyszka, Peter/ Bentele, Günter (Hg.): Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon. 3., überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden: Springer VS. S.277-304.

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

Habermas, Jürgen (1981): Theorie des kommunikativen Handelns. Handlungsrationalität und gesellschaftliche Rationalisierung. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

13.5. Abstract – English

This master's thesis focuses on shitstorms and understanding. The VOI, an index for measuring the quality of understanding (Burkart et. al 2010), includes four attributes and principles which are relevant for this research. These VOI-Principles are doubts concerning participants and positions, respect with different levels, proposal for solutions and statements of reason. The concept of consensus-oriented public relations (VÖA, Burkart 2015) is based on the theory of communicative action by Habermas (1981). This research which focuses on shitstorms and

understanding is based on an explorative and quantitative method (content analysis). What about shitstorm and understanding? Do they support understanding in facebook? What about doubts? Which are characteristic for shitstorms and what about the different levels of respect in shitstorms? In this research, based on consensus-oriented public relations (VÖA) and the principles and attributes of the VOI, the author shows that shitstorms disturb the process of understanding.

References

Burkart, Roland (2015): Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit (VÖA): Das Konzept und seine Rezeption. In: Fröhlich, Romy/ Szyszka, Peter/ Bentele, Günter (Hg.): Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon. 3., überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden: Springer VS. S.277-304.

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

Habermas, Jürgen (1981): Theorie des kommunikativen Handelns. Handlungsrationalität und gesellschaftliche Rationalisierung. Frankfurt am Main: Suhrkamp.