



# MAGISTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Magisterarbeit / Title of the Master's Thesis

„Humor im deutschsprachigen Raum: Eine Analyse  
anhand von Online – Satireformaten“

verfasst von / submitted by

Magdalena Reiter, MSc (WU)

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of  
Magistra der Philosophie (Mag. phil)

Wien, 2019 / Vienna 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:

Magisterstudium Publizistik und  
Kommunikationswissenschaft

Betreut von / Supervisor:

tit. Univ. Prof. Dr. Wolfgang Duchkowitsch





## Inhaltsverzeichnis

1.	Einleitung .....	1
2.	Definition .....	3
3.	Funktionen .....	7
3.1	Kommunikative Funktion.....	8
3.2	Soziale Funktion .....	9
3.3	Psychologische Funktion.....	9
3.4	Physiologische Funktion.....	10
4.	Theoretische Grundlagen .....	11
4.1	Überlegenheits- und Aggressionstheorien.....	12
4.2	Psychophysiologische bzw. kathartische Theorien .....	12
4.3	Inkongruenz- bzw. Diskrepanztheorie.....	13
4.4	Spieltheorie .....	14
4.5	Soziale Humorthorien .....	14
5.	Humorarten .....	15
5.1	Absurdity .....	16
5.2	Conceptual surprise .....	16
5.3	Disappointment.....	16
5.4	Embarrassment .....	16
5.5	Exaggeration.....	17
5.6	Irony.....	17
5.7	Irreverent behavior .....	17
5.8	Malicious pleasure .....	18
5.9	Misunderstanding .....	18
5.10	Ridicule.....	18
5.11	Rigidity .....	18
5.12	Sarcasm.....	18
5.13	Satire.....	19
5.14	Sexual allusion.....	20
5.15	Stereotype .....	20

6.	Humor im deutschsprachigen Raum .....	20
6.1	Humor in Österreich .....	21
6.2	Humor in Deutschland.....	23
6.3	Humor in der Schweiz .....	25
7.	Fragestellungen .....	27
7.1	Forschungsfrage 1.....	28
7.2	Forschungsfrage 2.....	28
7.3	Forschungsfrage 3.....	28
7.4	Forschungsfrage 4.....	29
8.	Untersuchungsgegenstand und Methode .....	29
9.	Ergebnisse der quantitativen Inhaltsanalyse .....	32
9.1	Beantwortung der Forschungsfrage 1 .....	33
9.2	Beantwortung der Forschungsfrage 2 .....	47
9.3	Beantwortung der Forschungsfrage 3 .....	58
9.4	Beantwortung der Forschungsfrage 4.....	72
9.4.1	Die Tagespresse.....	72
9.4.2	Der Postillon.....	73
9.4.3	Der Enthüller .....	74
10.	Interpretation der Ergebnisse .....	74
11.	Resümee.....	80
12.	Literaturverzeichnis .....	83
	Abbildungsverzeichnis.....	92
	Anhang.....	94
	Codebuch .....	95
	Codierte Artikel .....	105
	Zusammenfassung.....	120
	Abstract.....	121

## 1. Einleitung

*„Nichts ist so ungewiss und so wenig genau umrissen wie unsere Anschauungen über den Humor.“*

Henry Fielding (1707 – 1754)

Wie das Zitat von Henry Fielding richtig sagt, handelt es sich beim Thema Humor um ein sehr komplexes und vielschichtiges Thema, welches sich nicht einfach in ein paar kurzen Sätzen beschreiben lässt. So offensichtlich der Begriff auf den ersten Blick auch scheinen mag, wird bei tieferer Betrachtung doch schnell klar, dass sehr viel mehr hinter dem Wort Humor steckt. Obwohl die Literatur bereits eine Reihe von unterschiedlichen Anschauungen und Definitionsversuchen zum Thema Humor bereithält, gibt es bis dato noch keine einheitliche allgemein gültige Version.

Überall auf der Welt existiert Humor, ein Phänomen, welches in unserer Gesellschaft nicht mehr wegzudenken ist. Tagtäglich sind Menschen in ihrem gesellschaftlichen Zusammenleben mit dem Thema konfrontiert und reagieren auf die ein oder andere Art und Weise humorvoll aufeinander. Sich zu amüsieren, lauthals zu lachen oder einfach nur Witze zu machen, gehören zu unserem Alltag wie Sand zum Meer. Trotz dieser Tatsache machen sich jedoch die wenigsten Menschen darüber Gedanken, was Humor eigentlich genau bedeutet und welche Auswirkungen dieser auf unser tägliches Leben hat.

Humor kann grundsätzlich als eine sehr subjektive Eigenschaft bezeichnet werden. Jeder Mensch versteht etwas Anderes unter dem Begriff. Ob etwas als humorvoll angesehen wird oder nicht, hängt ganz individuell von jedem Einzelnen ab. Jeder Mensch definiert für sich selbst, ob etwas als lustig, positiv und amüsant empfunden wird. Was der eine als besonders humorvoll betrachtet, kann für einen anderen nicht einmal ein müdes Lächeln wert sein.

Humor hat die Eigenschaft sowohl Nähe, als auch Distanz schaffen zu können. Menschen mit ähnlichen oder sogar denselben Humorvorstellungen können sich einander verbunden fühlen und Barrieren oder Unsicherheiten können dadurch überwunden und beseitigt werden. Im Gegensatz dazu können unterschiedliche Humorvorstellungen zu Konflikten führen und Menschen voneinander distanzieren. Humor kann also sehr wohl weitreichende Auswirkungen auf unser gesellschaftliches Zusammenleben haben und ist deshalb sicherlich einer näheren Betrachtung wert.

Humor als Thema der Forschung ist bis dato nicht neu. Die Wissenschaft war immer schon an dessen Entstehung und Bedeutung interessiert. Einen bedeutenden Grundstein für die Forschung zum Thema Humor legte das im Jahr 1972 erschienene Werk „The psychology of humor: Theoretical perspectives and empirical issues“ von Jeff Goldstein und Paul McGhee. Trotz zahlreicher Forschungsbeiträge gibt es bis heute eine Vielzahl von ungeklärten Fragen zu dem Thema. Es ist beispielsweise nach wie vor nicht eindeutig geklärt, ob Humor ein einzig und allein menschliches Phänomen ist oder sich auch Tiere dieser Fähigkeit bedienen können.<sup>1</sup> Hier gibt es sowohl Thesen die dafür, aber auch welche, die dagegenhalten. Sieht man sich beispielsweise die Forschung zum Thema Lachen an, welches eng mit dem Thema Humor im Zusammenhang steht, erwähnte Peter L. Berger, dass auch Affen grinsen.<sup>2</sup> Der bekannte Philologe Friedrich Nietzsche hingegen behauptete, dass nur Menschen diese Fähigkeit besitzen.<sup>3</sup>

Neben der Definition von Humor sind auch dessen individuelle Auswirkungen auf den Körper und die Seele von immenser Bedeutung für die Forschung. So wurde unter anderem festgestellt, dass sich Humor positiv auf die menschliche Psyche auswirken, Stress reduzieren und diverse Krankheiten vorbeugen, wenn nicht sogar heilen, kann.<sup>4</sup> Wer in der Lage ist, schwierige Situationen im Leben mit Humor zu nehmen und zu betrachten, erspart sich sicherlich viele Sorgen und Grübeleien.

Trotz des bereits vorhandenen Forschungsmaterials zu diversen Humorthemen, gibt es jedoch noch spezielle Bereiche, die bis dato kaum von der Wissenschaft beachtet wurden. Hierzu zählt beispielsweise der Bereich der Online – Medien. In Zeiten der wachsenden Globalisierung und enormen Schnellebigkeit stellt das Internet eine mittlerweile nicht mehr wegzudenkende Form der Vernetzung dar. Es hat sich zu einem festen Bestandteil in unserem Alltag entwickelt. Im Zeitalter von Google und Co läuft fast alles digital ab. Und so ist es auch keine große Überraschung, dass das Thema Humor im World Wide Web immer größere Bedeutung gewinnt. In den letzten Jahren sind zahlreiche Online - Satireformate, wie beispielsweise die österreichische „Tagespresse“ entstanden. Diese setzen sich auf humorvolle Art und Weise mit den verschiedensten Bereichen wie Politik, Gesellschaft oder Sport auseinander. Diese Satireseiten erfreuen sich besonders unter

---

<sup>1</sup> vgl. Ostwald (2014)

<sup>2</sup> vgl. Berger (2014)

<sup>3</sup> vgl. Mauser & Pfeiffer (2006)

<sup>4</sup> vgl. Bott (2014)

jungen Menschen großer Beliebtheit. Formate wie diese können durch den kostenlosen und zeitunabhängigen Zugang zum Internet eine enorme Reichweite erlangen und Menschen jeden Alters ansprechen. Aufgrund der unterschiedlichen Sichtweisen von Humor können diese Satirebeiträge sowohl in positiver als auch negativer Weise von Menschen wahrgenommen werden. Darüber hinaus tragen sie sicherlich auch bei vielen Menschen zur Meinungsbildung bei. Schlecht informierte Leser können in ihren Ansichten und Entscheidungen manipuliert werden. Auch seriöse Nachrichtendienste sind bereits auf Fake News der Satireformate hereingefallen, wie ein Beispiel aus dem Jahr 2017 zeigt, in dem sich die britische Zeitung „Guardian“ auf erfundene Zitate von Bundeskanzler Sebastian Kurz vom Online Satiremagazin „Die Tagespresse“ beruft.<sup>5</sup> Dies verdeutlicht den Einfluss und die Macht der Online – Medien.

Im Zuge dieser Magisterarbeit soll der Frage nachgegangen werden, auf welche Art und Weise Humor in Online - Satireformaten zur Anwendung kommt. Der Fokus dabei liegt auf dem deutschsprachigen Raum. Es wird eine Analyse der Satirebeiträge auf den Facebook - Seiten der österreichischen „Die Tagespresse“, des deutschsprachigen „Der Postillon“ und der Schweizer Seite „Der Enthüller“ vorgenommen. Dabei werden die Fragen beantwortet, in welcher Form Humor zur Anwendung kommt und wie die Leser auf die Beiträge reagieren. Darüber hinaus werden die Unterschiede und/ oder Gemeinsamkeiten zwischen den drei Ländern Österreich, Deutschland und der Schweiz erforscht.

## **2. Definition**

Eine einheitliche Definition für den Begriff Humor zu finden, stellt sich als sehr schwierig heraus. Die Literatur hält eine ganze Bandbreite von unterschiedlichen Erklärungsversuchen bereit. Zahlreiche bekannte Wissenschaftler und Autoren, die sich bereits ausgiebig mit dem Thema beschäftigt haben, konnten sich bis dato nicht auf eine einzige allgemein gültige Definition einigen. So subjektiv und facettenreich das Thema Humor ist, so zahlreich sind auch die zur Verfügung stehenden Definitionen.

Die anfängliche Recherche in einem anerkannten Wörterbuch hält bereits eine erste wichtige Definition bereit. Der Duden beschreibt Humor als die „Fähigkeit und

---

<sup>5</sup> <https://futurezone.at/digital-life/guardian-zitierte-tagespresse-zu-oevp-chef-kurz/264.435.177> (abgerufen am 01.05.2019)

Bereitschaft, auf bestimmte Dinge heiter und gelassen zu reagieren“ und verbindet diesen mit „guter Laune, fröhliche Stimmung“. <sup>6</sup> Je nachdem, welchen Charakter bzw. welche Persönlichkeitsmerkmale ein Mensch besitzt, kann diese Fähigkeit unterschiedlich stark ausgeprägt sein. Manchen fällt es einfach leichter entspannt, gelassen und glücklich in bestimmten Situationen zu reagieren, als anderen. Bei Optimisten wird diese Fähigkeit sicherlich ausgeprägter in Erscheinung treten als bei negativ denkenden Menschen.

Als Synonyme zum Begriff Humor werden Eigenschaften wie beispielsweise Lebensfreude, Glückseligkeit, Ausgelassenheit, Witz und Spaß genannt. <sup>7</sup> Hiermit wird bereits aufgezeigt, dass eine klare Abgrenzung der unterschiedlichen Wörter nicht immer ganz leicht ist.

Allgemein kann man jedoch zusammenfassen, dass der Duden den Humorbegriff als etwas Erfreuliches beschreibt und ihm nur positive Eigenschaften zuschreibt.

Aus wissenschaftlicher Sicht betrachtet, kann man Humor als „a form of communication in which a complex, mental stimulus illuminates, or amuses, or elicits the reflex of laughter“ bezeichnen. <sup>8</sup> Dieser Definition zufolge umfasst Humor somit einen stimulierenden Reiz und die damit verbundene Reaktion eines Empfängers, welche durch das Lachen als grundsätzlich positiv zu bewerten ist.

Auch aus kulturwissenschaftlicher Perspektive nach Bremmer und Roddenburg wird das Lachen in den Fokus gestellt. Für die beiden Autoren ist Humor „jede durch eine Handlung, durch Sprechen, durch Schreiben, durch Bilder oder durch Musik übertragene Botschaft, die darauf abzielt, ein Lächeln oder ein Lachen hervorzurufen.“ <sup>9</sup> Humor kann damit auf verschiedene Art und Weise ausgelöst werden.

Grundsätzlich gibt es zwei Möglichkeiten, Humor zu vermitteln. Dies kann entweder auf direktem oder indirektem Weg erfolgen. Bei der ersten Möglichkeit wird Humor in der direkten bzw. persönlichen Kommunikation mit anderen vermittelt. <sup>10</sup> Hierbei äußert sich die verbale bzw. non-verbale Sprache als Kommunikationsmittel in Form von beispielsweise Witzen, Wortspielen oder Zwinkern. <sup>11</sup> Indirekter Humor hingegen ist

---

<sup>6</sup> [https://www.duden.de/rechtschreibung/Humor\\_Stimmung\\_Frohsinn](https://www.duden.de/rechtschreibung/Humor_Stimmung_Frohsinn) (abgerufen am 01.05.2019)

<sup>7</sup> [https://www.duden.de/rechtschreibung/Humor\\_Stimmung\\_Frohsinn](https://www.duden.de/rechtschreibung/Humor_Stimmung_Frohsinn) (abgerufen am 01.05.2019)

<sup>8</sup> vgl. The University of Chicago (1989)

<sup>9</sup> vgl. Bremmer & Roddenburg (1999)

<sup>10</sup> vgl. Siegel (2005)

<sup>11</sup> vgl. Bischofberger (2008)

personenunabhängig und wird durch materielle Gegenstände, wie beispielsweise Filme, Comics oder Bücher ausgelöst.<sup>12</sup>

Dass Lachen einen sehr hohen Stellenwert im Leben hat, wusste auch bereits Immanuel Kant. Er ging davon aus, dass die Natur dem Menschen „den Schlaf, die Hoffnung und das Lachen“ gab, um schwierige Zeiten durchzustehen.<sup>13</sup>

Viktor Frankl hat sich aus soziologischer Sicht mit dem Thema Humor beschäftigt und meint: „Humor ist eine Einstellung, die nur dem Menschen verfügbar und zugänglich ist. Kein Tier ist fähig zu lachen. Diese Einstellung kommt erst im geistigen Raum spezifisch humaner Phänomene zum Vorschein“.<sup>14</sup> Für Frankl, der als Psychiater viele Menschen, vor allem Überlebende des NS-Regimes behandelte, war Humor ein entscheidendes Instrument in seiner Arbeit. Er sagte: „Humor ist der Gegenspieler der Angst“, was ein wichtiges Mittel zur Selbsterhaltung ist.<sup>15</sup>

Eine ähnliche Sicht wie Frankl und Kant hatte auch Sigmund Freud, ein Vertreter der psychoanalytischen Humorforschung. Er ging davon aus, dass Humor „eine der höchsten psychischen Leistungen“ ist.<sup>16</sup> Seiner Meinung nach handelt es sich beim Humor um eine Art Abwehrmechanismus, womit der Mensch die schlechten Phasen des Lebens überwinden kann.<sup>17</sup> Diese Annahme ähnelt auch dem bekannten Zitat von Otto Julius Bierbaum - „*Humor ist, wenn man trotzdem lacht.*“

Modernere Humorforscher, wie beispielsweise Robinson, gehen davon aus, dass Humor durch einen spontanen Moment mit Überraschungseffekt ausgelöst wird.<sup>18</sup> Humor kann Situationen und Menschen verändern, indem er neue Seiten aufzeigt und so andere Blickwinkel ermöglicht.<sup>19</sup>

Die generelle Entstehung des Wortes Humor geht Jahrhunderte zurück. Darf man dem Etymologen Wolfgang Schmidt - Hidding Glauben schenken, so ist der Begriff erstmals im späten 16. Jahrhundert in der spanischen, englischen und germanischen Sprache

---

<sup>12</sup> vgl. Bischofberger (2008)

<sup>13</sup> vgl. Fischer (2017)

<sup>14</sup> vgl. Frankl (1979)

<sup>15</sup> vgl. Korp (2014)

<sup>16</sup> vgl. Freud (2018)

<sup>17</sup> vgl. Çetin (2007)

<sup>18</sup> vgl. Robinson (2002)

<sup>19</sup> vgl. Chritchley (2004)

verwendet worden.<sup>20</sup> Der Ursprung des Wortes liegt im Lateinischen und bedeutet so viel wie „Flüssigkeit“ oder „Saft“.<sup>21</sup> Aus der sogenannten „Lehre der Körpersäfte“, woraus sich später auch die „Lehre der Temperamente“ entwickelte, entstand ursprünglich auch der Humorbegriff.<sup>22</sup> Der Philosoph Hippokrates ging davon aus, dass die Mischung der verschiedenen Körpersäfte (Blut, gelbe Galle, Schleim und schwarze Galle) unterschiedliche Einflüsse auf den menschlichen Körper hatte.<sup>23</sup> Die Körpersäfte hatten dabei Auswirkungen auf den Charakter eines Menschen. Die vier Säfte stellten die unterschiedlichen Temperamente dar, wobei das Blut den lebhaften Sanguiniker, die gelbe Galle den reizbaren Choleriker, der Schleim den schwerfälligen Phlegmatiker und die schwarze Galle den trübsinnigen Melancholiker darstellten.<sup>24</sup> Heutzutage würde der Sanguiniker am ehesten unseren Vorstellungen eines humorvollen Charakters entsprechen.<sup>25</sup> Je nachdem, ob es sich damals um eine gute oder schlechte Mischung der vier Körpersäfte handelte, führte dies bei den Menschen zu Gesundheit oder Krankheit.<sup>26</sup> Waren die Säfte in einem ausgewogenen Verhältnis, so waren die Menschen gesund und munter und hatten einen „guten Humor“.<sup>27</sup> War die Mischung hingegen unausgewogen, so führte dies zu einem schlechten körperlichen Zustand und man sprach von „schlechtem Humor“.<sup>28</sup>

Heutzutage würde diese These wohl eher weniger Anklang finden.

Grundsätzlich geht man heute davon aus, dass Humor etwas sehr Subjektives ist und die unterschiedlichen Lebensweisen der Menschen große Auswirkungen auf das Thema haben. Das kulturelle, familiäre und gesellschaftliche Umfeld sowie spezielle Faktoren, wie beispielsweise Alter, Beruf, Bildung und Einkommen sollen einen entscheidenden Einfluss haben.<sup>29</sup> Auch das Geschlecht eines Menschen spielt dabei eine gewisse Rolle. Studien haben gezeigt, dass Männer eher aktiv sind und andere Menschen zum Lachen bringen, während Frauen hingegen eher zum Lachen gebracht werden.<sup>30</sup> Darüber hinaus

---

<sup>20</sup> vgl. Bönsch – Kauke (2003)

<sup>21</sup> vgl. Zimmer (2013)

<sup>22</sup> vgl. Specht (2011)

<sup>23</sup> vgl. Goeth (2016)

<sup>24</sup> vgl. Lippert – Burmester & Lippert (2008)

<sup>25</sup> vgl. Dober (2017)

<sup>26</sup> vgl. Hoffmann et al (2008)

<sup>27</sup> vgl. Dober (2017)

<sup>28</sup> vgl. Bott (2014)

<sup>29</sup> vgl. Rogall-Adam et al (2005)

<sup>30</sup> vgl. Li et al (2009)

zeigen Beobachtungen, dass es Frauen leichter fällt bei Witzen über das eigene Geschlecht auf eine sogenannte „ironische Distanz“ zu gehen und über sich selbst zu lachen, als Männer in Bezug auf Männerwitze.<sup>31</sup> Selbstverständlich können diese beiden Thesen nicht pauschal auf alle Frauen und Männer übertragen werden.

Das subjektive Element beim Thema Humor bestätigt auch der Forscher Paul McGhee. Seiner Meinung nach ist Humor nichts greifbares und liegt wie Schönheit im individuellen Auge des Betrachters - “We must conclude then, that humor (like beauty) is something that exists only in our minds and not in the real world.”<sup>32</sup>

Man kann Humor demzufolge also nicht wirklich messen oder definieren. Trotz der zahlreichen wissenschaftlichen Versuche eine generell gültige und einheitliche Definition zu finden, ist dies bis dato noch nicht gelungen. Dies wohl auch aufgrund der Tatsache, dass sich Humor nicht immer ganz klar von anderen Begrifflichkeiten, wie beispielsweise Witz oder Spaß, abgrenzen lässt.

### **3. Funktionen**

„*Lachen ist gesund*“ - ein chinesisches Sprichwort, welches die meisten Menschen wahrscheinlich kennen. Wenn man lacht, geht es einem im Normalfall gut und so manche schlechte Stimmung ist schnell vergessen. Lachen kann ein Auslöser von Humor sein und somit gewisse Einflüsse auf den menschlichen Körper und dessen Geist haben.<sup>33</sup> Welche das sind - darüber wird gerne und viel diskutiert. Humor kann sowohl Auswirkungen auf das persönliche Leben, wie etwa das eigene Wohlbefinden, als auch auf zwischenmenschliche Beziehungen haben. Humor kann damit eine Reihe von unterschiedlichen Funktionen einnehmen. Robinson, eine anerkannte, amerikanische Professorin und Humorexpertin, hat sich bereits sehr lange und ausgiebig mit diesem Thema beschäftigt und die Auswirkungen von Humor, speziell im gesundheitlichen Bereich, erforscht. Laut Robinson kann Humor die folgenden drei (Haupt-) Funktionen übernehmen:<sup>34</sup>

- Kommunikative Funktion
- Soziale Funktion

---

<sup>31</sup> vgl. Wendt (2009)

<sup>32</sup> vgl. McGhee (1979)

<sup>33</sup> vgl. Cousins (1981)

<sup>34</sup> vgl. Robinson (2002)

- Psychologische Funktion

Frittum fügt noch eine weitere wichtige Humorfunktion hinzu:<sup>35</sup>

- Physiologische Funktion

Diese vier Funktionen werden im Folgenden näher erläutert.

### **3.1 Kommunikative Funktion**

Die erste wichtige Funktion beschreibt die kommunikative Komponente von Humor. In zwischenmenschlichen Beziehungen findet ständig Kommunikation miteinander statt. Dies kann sowohl auf verbaler als auch auf non-verbaler Ebene geschehen. Die verbale Kommunikation umfasst die sprachlichen Aspekte, wie beispielsweise den Tonfall oder die Stimmlage. Auf der anderen Seite gibt es jedoch auch die nicht - sprachlichen Charakteristika, also die Körpersprache, welche unter anderem die Mimik, Gestik und Körperhaltung beinhalten. Diese Faktoren werden als non-verbale Faktoren bezeichnet.

Shannon und Weaver haben das sogenannte „Sender - Empfänger Modell“ entwickelt.<sup>36</sup> Bei diesem geht es darum, dass ein Sender eine Nachricht an einen Empfänger schickt und diesen bei der Übertragung codiert (beispielsweise durch die Stimmlage, Körpersprache, etc.).<sup>37</sup> Der Empfänger muss beim Empfangen der Nachricht diese decodieren.<sup>38</sup> Je nachdem, wie er die Nachricht interpretiert, wird er darauf reagieren.<sup>39</sup>

*Der Ton macht die Musik* – eine bekannte Redensart, welche besagt, dass je nachdem auf welche Art und Weise man mit anderen kommuniziert (Tonfall, Ausdrucksweise, etc.), ein und dieselbe Aussage unterschiedlich beim Gegenüber erfasst werden kann.

So können beispielsweise Botschaften mit ernstem Hintergrund auf humorvolle Weise übermittelt werden und der Empfänger kann diese so leichter annehmen.<sup>40</sup> Durch Humor kann eine Situation bzw. Stimmung entspannt werden.<sup>41</sup> In unserer Gesellschaft gelten Gefühle wie etwa Angst, Traurigkeit oder Scham als unschick. Situationen mit derartigen

---

<sup>35</sup> vgl. Frittum (2009)

<sup>36</sup> vgl. Rohrlack (2009)

<sup>37</sup> vgl. Berger et al (2008)

<sup>38</sup> vgl. Berger et al (2008)

<sup>39</sup> vgl. Bekermann (2007)

<sup>40</sup> vgl. Siegel (2005)

<sup>41</sup> vgl. Rösner (2007)

Empfindungen können mithilfe von Humor abgemindert werden, indem man diese auf humorvolle Weise zum Ausdruck bringt und so Unsicherheiten umgehen kann.<sup>42</sup>

### **3.2 Soziale Funktion**

Der zweite Punkt beschäftigt sich mit der sozialen Funktion. Humor kann die Interaktion von zwischenmenschlichen Beziehungen stärken und den Aufbau von sozialen Kontakten fördern.<sup>43</sup> Speziell innerhalb von Gruppen kann Humor wesentliche positive Effekte haben. Neue Gruppenmitglieder können etwa durch ein humorvolles Lächeln aufgeschlossen und attraktiv wirken und erscheinen so in einem vorteilhaften Licht für andere.<sup>44</sup> Mögliche Rangverhältnisse können damit abgebaut werden.<sup>45</sup> Ein humorvoller Umgang kann das sogenannte Wir - Gefühl stärken, indem man sich in der Gruppe willkommen fühlt und als Teil davon sieht und somit zur Vermeidung von Konflikten beitragen.<sup>46</sup> Humorvolle Menschen strahlen laut Frittum eine gewisse Entspantheit und Freundlichkeit aus.<sup>47</sup> Dies kann wiederum positive Auswirkungen auf das Gegenüber haben, sofern sich dieses von der guten Stimmung anstecken lässt. Angespante Situationen werden damit umgangen und eine angenehme Atmosphäre wird geschaffen. Wie bereits eingangs erwähnt, stellt Humor etwas sehr Subjektives dar. So kann es beispielsweise auch passieren, dass humorvolles Verhalten missverstanden wird und Ärger und Unwohlsein beim Gegenüber auslöst, da sich dieses ausgelacht, beleidigt oder hilflos fühlt.<sup>48</sup> In diesem Fall hätte Humor negative Auswirkungen und würde eher Distanz als Nähe schaffen.

### **3.3 Psychologische Funktion**

Zusätzlich zur kommunikativen und sozialen Funktion kann Humor auch wichtige psychologische Aufgaben übernehmen. Moody zufolge trägt Humor zu einer Art Vermeidungsverhalten von negativen Gefühlen, wie Aggressivität und Verärgerung bei, wodurch eine humorvolle Einstellung diesen emotionalen Verstimmungen vorbeugen

---

<sup>42</sup> vgl. Robinson (2002)

<sup>43</sup> vgl. Robinson (2002)

<sup>44</sup> vgl. Maruhn (2015)

<sup>45</sup> vgl. Maruhn (2015)

<sup>46</sup> vgl. Robinson (2002)

<sup>47</sup> vgl. Frittum (2009)

<sup>48</sup> vgl. Siegel (2005)

kann.<sup>49</sup> Diverse Situationen werden demzufolge leichter bewältigt und aggressive Verhaltensweisen gegenüber anderen Personen vermieden.

Auch Robinson hat sich mit den vorteilhaften psychologischen Funktionen beschäftigt und erwähnt, dass Humor dazu beitragen kann Anspannungen zu lösen und Angst- und Stresssituationen zu reduzieren.<sup>50</sup> In einem gelösten Zustand werden Probleme aus anderen Blickwinkeln betrachtet, diese neu bewertet und damit leichter eine Lösung gefunden.<sup>51</sup> Humor stellt somit ein geeignetes Mittel zur Bewältigung von emotional belastenden Situationen dar.

Siegel geht noch einen Schritt weiter und unterstellt Humor sogar dieselbe Wirkung wie ein sehr kurz andauernder Wellnessurlaub.<sup>52</sup> Ihm zufolge kann herzhaftes Lachen und Amüsement dazu beitragen, das Leben zu versüßen, positive Stimmung zu schaffen und Interesse an Neuem zu erwecken.<sup>53</sup>

Darüber hinaus soll Humor dazu beitragen, Menschen, die ihren Lebenswillen verloren haben, dabei zu unterstützen, diesen zurückzuerlangen und wieder ins Leben zu finden.<sup>54</sup>

### **3.4 Physiologische Funktion**

Neben den drei oben erwähnten Hauptfunktionen nach Robinson hat Humor noch eine weitere entscheidende Aufgabe. Laut Frittm handelt es sich hierbei um die physiologische Funktion.

Menschen, die ihr Leben genießen, viel lachen und Spaß haben, werden allgemein als zufriedener angesehen. Zufriedenheit wird oft auch mit einer besseren Gesundheit in Verbindung gebracht. Humor kann damit eine heilende Wirkung auslösen und positive Effekte auf die menschliche Gesundheit haben. Ein Beispiel hierfür stellt der bekannte amerikanische Journalist und Autor Norman Cousins dar, welcher im Jahr 1964 an einer schweren Krankheit der Wirbelsäule mit schlechten Heilungschancen erkrankte.<sup>55</sup> Cousins war fest davon überzeugt, dass Humor ihm im Kampf gegen seine Krankheit helfen würde und er begann, sich mit lustigen Filmen und Büchern zum Lachen zu bringen.<sup>56</sup> Er versetzte sich regelmäßig in solch einen positiven Gemütszustand, wodurch sich seine

---

<sup>49</sup> vgl. Moody (1979)

<sup>50</sup> vgl. Robinson (2002)

<sup>51</sup> vgl. Frittm (2009)

<sup>52</sup> vgl. Siegel (2005)

<sup>53</sup> vgl. Siegel (2005)

<sup>54</sup> vgl. Moody (1979)

<sup>55</sup> [https://en.wikipedia.org/wiki/Norman\\_Cousins](https://en.wikipedia.org/wiki/Norman_Cousins) (abgerufen am 01.05.2019)

<sup>56</sup> vgl. Moody (1979)

körperliche Verfassung tatsächlich verbesserte und schließlich sogar zur Heilung führte.<sup>57</sup> Geschichten wie diese sind kein Einzelfall. Auch für Viktor E. Frankl war Humor ein entscheidender Faktor, um seine schwierige Zeit im Konzentrationslager zu überleben und nicht einfach aufzugeben.<sup>58</sup> Überall auf der Welt berichten Menschen von den positiven physiologischen Auswirkungen. Titze und Robinson erwähnen vorteilhafte Effekte von Humor und Lachen auf die Atmung, das Herz-Kreislaufsystem, das Nervensystem, den Blutdruck, die Muskulatur und das Immunsystem.<sup>59</sup> Neben der heilenden Wirkung soll Humor auch eine prophylaktische Wirkung haben und sogar Krankheiten wie Herzinfarkt oder Krebs verhindern können.<sup>60</sup>

#### **4. Theoretische Grundlagen**

In der Vergangenheit hat sich bereits eine Vielzahl von Wissenschaftlern mit dem Thema Humor beschäftigt und versucht, sich der komplexen Materie mittels eines theoretischen Zugangs zu nähern. Trotz des hohen Stellenwerts der Humorforschung in der Wissenschaft ist es den Forschern bis dato nicht gelungen, eine allgemein gültige Theorie zu finden. Ähnlich wie beim Versuch sich auf eine gemeinsame Definition von Humor zu einigen, verhält es sich mit den verschiedenen Humorthorien. Die Literatur hält ein breites Spektrum an unterschiedlichen Theorien bereit, fünf davon werden hier näher erläutert.

Die wichtigsten Theorien lauten:

- Überlegenheits- und Aggressionstheorien
- Psychophysiologische bzw. kathartische Theorien
- Inkongruenz- bzw. Diskrepanztheorie
- Spieltheorie
- Soziale Humorthorien

Die Theorien versuchen zu erklären, warum Menschen humorvoll agieren und welche Bedeutung und Auswirkungen Humor haben kann. Sie werden im Folgenden näher erläutert.

---

<sup>57</sup> vgl. Moody (1979)

<sup>58</sup> vgl. Münstedt (2012)

<sup>59</sup> vgl. Titze (2007) und Robinson (2002)

<sup>60</sup> vgl. Szeliga (2011)

#### **4.1 Überlegenheits- und Aggressionstheorien**

Die Überlegenheits - und Aggressionstheorien gehören zu den ältesten Humorthorien der Welt. Sie befassen sich mit der aggressiven Seite von Humor und gehen davon aus, dass Lachen und Humor negativ behaftet sind.<sup>61</sup>

Bereits in der Antike haben sich viele griechische Denker, wie beispielsweise der bekannte Philosoph Platon, dieser Theorie angenommen und sie als Grundlage von Humor verstanden.<sup>62</sup> Den Überlegenheitstheorien zufolge wird das Gefühl der Unterlegenheit anderer Personen gegenüber sich selbst, als humorvoll angesehen.<sup>63</sup> Man lacht und amüsiert sich dabei auf Kosten anderer.<sup>64</sup> Sowohl das Pech, der Misserfolg, sowie auch das Leid des Gegenübers können Auslöser von Humor sein. Der aggressive Humor äußert sich oft in Form von Sarkasmus, Zynismus und Ironie.<sup>65</sup> Bereits die Degradationstheorie nach Aristoteles, welche als Grundlage für die Überlegenheits - und Aggressionstheorien diene, besagt, dass die Schwäche eines anderen Menschen zum Lachen anstiften kann.<sup>66</sup> Schreiner zufolge ist Lachen das Resultat eines erlebten Sieges, über eine als minderwertig empfundene Person.<sup>67</sup> Durch diesen Sieg kommt es zu einer Kompensation des eigenen Minderwertigkeitskomplexes und zur Steigerung des Selbstwertgefühles.<sup>68</sup> Zusammenfassend kann gesagt werden, dass es bei den Überlegenheits - und Aggressionstheorien um die Abwertung von anderen Menschen geht, mit dem Ziel den eigenen Selbstwert aufzuwerten.<sup>69</sup>

#### **4.2 Psychophysiologische bzw. kathartische Theorien**

Die psychophysiologischen bzw. kathartischen Theorien untersuchen Humor in erster Linie aus einer emotional - physiologischen Perspektive.<sup>70</sup> Diese Humorthorien beschäftigen sich mit den Auswirkungen von Humor und Lachen auf den menschlichen Körper.<sup>71</sup> Sie gehen davon aus, dass Humor zu einer Reduktion von Spannungen führen

---

<sup>61</sup> vgl. Maiwald (2013)

<sup>62</sup> vgl. Teymourian-Pesch (2006)

<sup>63</sup> vgl. Robinson (2002)

<sup>64</sup> vgl. Hübenthal (2015)

<sup>65</sup> vgl. Titze & Eschenröder (2007)

<sup>66</sup> vgl. Jabbarian (2008)

<sup>67</sup> vgl. Schreiner (2003)

<sup>68</sup> vgl. Schreiner (2003)

<sup>69</sup> vgl. Frittum (2009)

<sup>70</sup> vgl. Lotze (2018)

<sup>71</sup> vgl. Frittum (2009)

kann und somit einen positiven körperlichen Einfluss hat.<sup>72</sup> Die psychophysiologischen bzw. kathartischen Theorien werden deshalb oft auch als Entspannungs - bzw. Erleichterungstheorien bezeichnet.<sup>73</sup> Bekannte Vertreter dieser Theorien sind unter anderem Darwin, Spencer und Hecker.<sup>74</sup>

Spencer war der Meinung, dass das Nervensystem des menschlichen Körpers wie eine Dampfmaschine funktioniert, wodurch zuerst Energie aufgebaut und danach durch Bewegung, wie beispielsweise Lachen, wieder abgebaut wird.<sup>75</sup> Lachen wirkt demnach entspannend und stellt eine Entlastungsfunktion für den Körper dar. Vertreter der psychophysiologischen bzw. kathartischen Theorien gehen davon aus, dass Lachen und Humor unter anderem den Kreislauf stabilisieren, das Immunsystem stärken und den Blutdruck senken.<sup>76</sup> Darüber hinaus kann es zu einer Reduktion von Stress und zu einer Stärkung der emotionalen Stabilität führen.<sup>77</sup>

### **4.3 Inkongruenz- bzw. Diskrepanztheorie**

Der dritte Unterpunkt beschreibt die Inkongruenz- bzw. Diskrepanztheorie. Diese Theorie beschäftigt sich mit dem Thema Humor auf der kognitiven Ebene. Sie besagt, dass Humor die menschliche Reaktion auf eine überraschende bzw. unerwartete Situation darstellt.<sup>78</sup> Stellt man sich beispielsweise vor, dass man stundenlang mühevoll an seiner Hausübung für die Schule gearbeitet hat und diese dann nach Vollendung vom Hund gefressen wird, steht man vor einem klassischen Fall von Inkongruenz bzw. Diskrepanz. Man kann sich dann entscheiden, wie man auf den Vorfall reagieren möchte. Lässt man sich auf die Inkongruenz ein und lacht darüber, so ist man humorvoll. Lehnt man diese jedoch ab und reagiert beispielsweise mit Wut, so ist man humorlos. Letzteres würde jedoch nicht viel bringen, da man die Situation damit nicht wieder rückgängig machen kann. Sobald es Unterschiede zwischen einem erwarteten und einem tatsächlich eingetretenen Ereignis gibt, kommt es laut Theorie somit zu Inkongruenz bzw. Diskrepanz und die Reaktion kann, abhängig von der Größe der Unterschiede

---

<sup>72</sup> vgl. Bott (2014)

<sup>73</sup> vgl. Rösner (2007)

<sup>74</sup> vgl. Jabbarian (2008)

<sup>75</sup> vgl. Dornaus (2016)

<sup>76</sup> vgl. Bott (2014)

<sup>77</sup> vgl. Dornaus (2016)

<sup>78</sup> vgl. Schreiner (2003)

unterschiedlich schwer ausfallen.<sup>79</sup> Bekannte Vertreter dieser Theorie sind unter anderem Schopenhauer und Kant.<sup>80</sup> Letzterer behauptet ebenfalls, dass die Ursache des Lachens in einer „Widersinnigkeit“ liegt.<sup>81</sup>

#### **4.4 Spieltheorie**

Die Spieltheorie geht davon aus, dass Humor immer auch eine spielerische Komponente beinhaltet.<sup>82</sup> Das Spiel stellt damit eine entscheidende Rolle bei der Entstehung von Humor dar. Die Spieltheorie charakterisiert sowohl Humor als auch das Spiel als eine Art zwischenmenschliche Kommunikation, welche neben einem spontan und unerwarteten, auch einen gut durchdachten Aspekt beinhaltet.<sup>83</sup>

#### **4.5 Soziale Humorthorien**

Wie der Name bereits vermuten lässt, gehen die sozialen Humorthorien davon aus, dass Humor einen sozialen Aspekt beinhaltet. Sie stehen damit im offensichtlichen Gegensatz zu den zuvor erwähnten Überlegenheits- und Aggressionstheorien.

Die sozialen Humorthorien besagen, dass Humor die Interaktion innerhalb einer Gruppe stärken und das soziale Zusammengehörigkeitsgefühl festigen kann.<sup>84</sup> Humor kann auch bei der Knüpfung von neuen Kontakten unterstützen.<sup>85</sup> Innerhalb von Gruppen kann Humor die Kommunikation fördern und eine Art WIR – Gefühl gegenüber Außenstehenden erzeugen.<sup>86</sup> Durch die Ausgrenzung oder das Lächerlich - machen von Dritten können sich Gruppenmitglieder verbunden fühlen.<sup>87</sup> Somit hat Humor aus Sicht der Spieltheorie sowohl eine positive, als auch eine negative Komponente. Einerseits fördert es das soziale Zusammensein und andererseits kann dies auf Kosten von Außenstehenden passieren.<sup>88</sup>

Sollte es zu Konflikten kommen, kann Humor helfen etwaige Spannungen zu lösen.<sup>89</sup> Jedoch ist zu berücksichtigen, dass Humor auch eine Art Kontrollfunktion einnimmt, da

---

<sup>79</sup> vgl. Johann & Möller (2013)

<sup>80</sup> vgl. Nebe (2016)

<sup>81</sup> vgl. Kant (2015)

<sup>82</sup> vgl. Siegel (2005)

<sup>83</sup> vgl. Siegel (2005)

<sup>84</sup> vgl. Siegel (2005)

<sup>85</sup> vgl. Maiwald (2013)

<sup>86</sup> vgl. Titze & Eschenröder (2007)

<sup>87</sup> vgl. Titze & Eschenröder (2007)

<sup>88</sup> vgl. Frittum (2009)

<sup>89</sup> vgl. Lotze (2018)

innerhalb von Gruppen im Normalfall bestimmte Normen festgelegt werden, wo unter anderem genau definiert wird, was als lustig empfunden werden darf und was nicht.<sup>90</sup>

## 5. Humorarten

Berger hat sich bereits vor langer Zeit sehr eingehend mit dem Thema Humor befasst und 30 verschiedene Humortechniken definiert, welche durch die beiden Professoren Buijzen und Valkenburg noch um einige Kategorien erweitert wurden.<sup>91</sup>

Die 41 Humorarten lauten wie folgt:<sup>92</sup>

- Absurdity
- Anthropomorphism
- Bombast
- Chase
- Clownish behavior
- Clumsiness
- Coincidence
- Conceptual surprise
- Disappointment
- Eccentricity
- Embarrassment
- Exaggeration
- Grotesque appearance
- Imitation
- Impersonation
- Infantilism
- Irony
- Irreverent behavior
- Malicious pleasure
- Misunderstanding
- Outwitting
- Parody
- Peculiar face
- Peculiar music
- Peculiar sound
- Peculiar voice
- Repartee
- Repetition
- Ridicule
- Rigidity
- Sarcasm
- Satire
- Scale
- Sexual allusion
- Slapstick
- Speed
- Stereotype
- Transformation
- Visual surprise

---

<sup>90</sup> vgl. Robinson (2002)

<sup>91</sup> vgl. Berger (1976), Berger (2003) und Buijzen & Valkenburg (2004)

<sup>92</sup> vgl. Buijzen & Valkenburg (2004)

- Ignorance
- Pun

Die im Zuge des Codebuchs genannten Humorarten werden im Folgenden näher erläutert.

### **5.1 Absurdity**

Absurdität ist eine Humorart, welche mit der rein menschlichen Logik nicht zu verstehen ist.<sup>93</sup> Eine absurde Aussage ist grundsätzlich bedeutungslos und ergibt keinen Sinn.<sup>94</sup> Das Gesagte entspricht in der Regel nicht der Wahrheit und wird deshalb auch gerne als Unsinn bezeichnet.<sup>95</sup>

### **5.2 Conceptual surprise**

Conceptual surprise kann mit den Worten „Gedankliche Überraschung“ übersetzt werden. Buijzen und Valkenburg wollen damit ausdrücken, dass das Publikum durch eine plötzlich unerwartete Änderung der Gedanken und Gefühlswelt irreführt wird.<sup>96</sup>

### **5.3 Disappointment**

Enttäuschung ist in der Regel mit einem „Gefühl der Unbefriedigung“ verbunden.<sup>97</sup> Es bedeutet, dass eine erwartete Situation, ein Ereignis oder eine Hoffnung nicht eintritt.<sup>98</sup> Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass Menschen diese Art von Humor nicht besonders mögen, jedoch hängt dieser Faktor sehr stark vom Grad der jeweiligen Enttäuschung ab.<sup>99</sup> Während kleinere Enttäuschungen eher eine „angenehme Überraschung“ darstellen, werden größere als nicht lustig empfunden.<sup>100</sup>

### **5.4 Embarrassment**

Durch diese Humorart wird eine Situation geschaffen, in der sich ein Mensch unwohl, unbehaglich oder beschämt fühlt.<sup>101</sup> Die Situation kann sowohl durch Worte (beispielsweise Beschimpfung) als auch Taten (beispielsweise Fauxpax) ausgelöst

---

<sup>93</sup> vgl. Tsakona & Chovanec (2018)

<sup>94</sup> vgl. Attardo (2014)

<sup>95</sup> vgl. Attardo (2014)

<sup>96</sup> vgl. Buijzen & Valkenburg (2004)

<sup>97</sup> vgl. Lipps (2017)

<sup>98</sup> vgl. Ansorg (2008)

<sup>99</sup> vgl. Birkenbihl (2018)

<sup>100</sup> vgl. Birkenbihl (2018)

<sup>101</sup> vgl. Buijzen & Valkenburg (2004)

werden. Häufig wird dabei in die Privatsphäre einer Person eingegriffen oder eine Lage geschaffen, in welcher der Betroffene nicht weiß, wie er sich weiter verhalten soll.<sup>102</sup>

### **5.5 Exaggeration**

Übertreibung bedeutet, dass eine Situation oder ein Ereignis auf überspitzte Art und Weise dargestellt wird.<sup>103</sup> Oftmals wird dabei mit einem glaubwürdigen Szenario begonnen und die Geschichte entwickelt sich dann immer weiter in eine Richtung, die nicht mehr plausibel oder nachvollziehbar erscheint. Aussagen wie beispielsweise „Ich habe Stunden auf dich gewartet“, obwohl die Person nur 10 Minuten zu spät war, gehören zu dieser Form des Humors.

### **5.6 Irony**

Fiene zufolge ist Ironie „die Anspielung eines Vordergründigen auf ein mitgedachtes und unausgesprochenes Hintergründiges“.<sup>104</sup>

Ein sich ironisch verhaltender Mensch drückt auf indirekte Art seinen Spott aus, indem er das Gegenteil von dem behauptet, was er tatsächlich meint.<sup>105</sup> Ironie erfolgt damit eher auf vorsichtigem und verstecktem Weg. Ganz im Gegenteil zu Sarkasmus, bei dem die Absicht sehr offensichtlich ist. Da es einen deutlichen Unterschied zwischen dem gesagten und gemeinten Wort gibt, bedarf es eines gewissen Intellekts des Gegenübers, um die eigentliche Bedeutung der Aussage zu entschlüsseln.<sup>106</sup> Hier sind etwa ein bestimmter Bildungsgrad, sowie gewisse Erfahrungswerte notwendig, um ironische Aussagen richtig deuten zu können.

### **5.7 Irreverent behavior**

Pietätloses Verhalten bezeichnet den fehlenden Respekt gegenüber Personen oder gesellschaftlich üblich geltenden Regeln.<sup>107</sup> Es handelt sich dabei um ein rücksichtsloses und oftmals auch verletzendes Verhalten.

---

<sup>102</sup> <https://educalingo.com/de/dic-de/verlegenheit> (abgerufen am 01.05.2019)

<sup>103</sup> vgl. Helitzer & Shatz (2005)

<sup>104</sup> vgl. Fiene (1974)

<sup>105</sup> <http://de.thefreedictionary.com/Ironie> (abgerufen am 01.05.2019)

<sup>106</sup> vgl. Chambers (2007)

<sup>107</sup> vgl. Danesi (2018)

## 5.8 Malicious pleasure

Freut man sich über ein Missgeschick oder das Unglück von anderen Menschen, so spricht man von Schadenfreude.<sup>108</sup> Diese Form des Humors hat sehr viel mit dem Gefühl von Überlegenheit zu tun.<sup>109</sup> Die Schadenfreude kann sowohl offen, wie beispielsweise in Form von Spott ausgedrückt, als auch versteckt empfunden werden.<sup>110</sup>

## 5.9 Misunderstanding

Von einem Missverständnis spricht man, wenn eine Person eine bestimmte Handlung, Situation oder Aussage falsch deutet bzw. verwechselt.<sup>111</sup> Dies bedeutet, dass ein Mensch mit seiner Botschaft etwas Anderes ausdrücken will, als vom Empfänger verstanden wird. Es handelt sich somit um einen Irrtum.

## 5.10 Ridicule

Spott bzw. Hohn bedeuten, dass eine Person oder Gruppe bewusst lächerlich gemacht wird.<sup>112</sup> Dies kann sowohl auf verbaler (beispielsweise durch einen Witz) als auch auf non-verbaler Ebene (beispielsweise durch eine Karikatur) stattfinden.<sup>113</sup> Bei dieser Art des Humors fühlen sich Menschen meist gedemütigt und verletzt.

## 5.11 Rigidity

Rigidität ist eine Form des Humors, bei welcher stark an alten Verhaltensweisen, Denkmustern und Gewohnheiten festgehalten wird.<sup>114</sup> Die Person hat ein konservatives Denken und handelt unflexibel, wodurch sie nicht fähig ist, sich an die aktuellen Gegebenheiten und Umstände anzupassen.<sup>115</sup> Dies kann mitunter zu falschen Entscheidungen führen und negative Konsequenzen mit sich führen.

## 5.12 Sarcasm

Ein bekanntes Zitat von Oscar Wilde lautet: „*Sarkasmus ist die niedrigste Form des Witzes, aber die höchste Form der Intelligenz*“.

---

<sup>108</sup> vgl. Konopka (2013)

<sup>109</sup> vgl. Neubeck (2012)

<sup>110</sup> vgl. Marneros (2017)

<sup>111</sup> vgl. Nebe (2016)

<sup>112</sup> vgl. Buijzen & Valkenburg (2004)

<sup>113</sup> vgl. Klein (2003)

<sup>114</sup> vgl. Linden & Weig (2009)

<sup>115</sup> vgl. Buijzen & Valkenburg (2004)

Sarkasmus leitet sich vom lateinischen Wort “sarx” (=Fleisch) ab und bedeutet so viel wie “geradezu ins Fleisch schneiden”.<sup>116</sup> Diese Übersetzung trifft es sehr genau, denn Sarkasmus wird oft als Anstifter von Konflikten bezeichnet. Diese Art von Humor ist eine Form der verbalen Ironie und wird in der Regel dafür verwendet, Verachtung, Hohn oder Missbilligung über eine bestimmte Situation oder ein Verhalten in humorvoller Art und Weise auszudrücken.<sup>117</sup> Sarkastische Aussagen sind in der Regel mit Spott verbunden und haben die Absicht etwas oder jemanden lächerlich zu machen. Sarkastische Menschen sind sich ihrer Äußerungen und dem damit verbundenen verletzenden Verhalten in der Regel in vollster Weise bewusst.<sup>118</sup>

### 5.13 Satire

Satire ist eine praktische und einfache Form um Kritik an etwas oder jemanden in humorvoller Weise zum Ausdruck zu bringen.

„Es geht nicht um liebendes Verstehen und ethische Ausleuchtung des jeweils Möglichen. Die Satire verletzt; das ist ihr primäres Ziel. Sie kann aufrütteln und heilen, sie kann bessern, aber sie will zunächst nur ihren Sieg, den Triumph des Ideals über die schlechte Wirklichkeit. Daher sind ihr alle Mittel des Komischen recht, ob sie verletzen oder nicht.“<sup>119</sup> Grundsätzlich kann man zwischen guter und böser Satire unterscheiden. Gute Satire (Horatian) möchte in erster Linie nur kritisieren und nicht attackieren.<sup>120</sup> Mit dieser Art von Satire wird versucht, Missstände auf eine vorsichtige Art und Weise aufzuzeigen, Menschen positiv zu unterhalten und zum Nachdenken anzuregen.<sup>121</sup> Bei böser Satire (Juvenalian) geht es hingegen darum, böse Kritik zu äußern und verbale Attacken gegen bestimmte Personen oder Institutionen zu verüben, mit dem offensichtlichen Ziel, diesen zu schaden.<sup>122</sup>

Satire ist laut LeBeouf durch folgende drei Merkmale gekennzeichnet:<sup>123</sup>

- *Kritik* - Mit Satire wird in der Regel immer eine bestimmte Form von Kritik ausgedrückt. Dies kann sowohl Kritik an menschlichem Verhalten, als auch an

---

<sup>116</sup> vgl. März (1976)

<sup>117</sup> vgl. Gibbs (2000)

<sup>118</sup> vgl. Colston (1997)

<sup>119</sup> vgl. Lauer (1974)

<sup>120</sup> vgl. Holbart (2015)

<sup>121</sup> vgl. Holbart (2015)

<sup>122</sup> vgl. Holbart (2015)

<sup>123</sup> vgl. LeBeouf (2007)

gesellschaftlichen Phänomenen sein. Das Ziel dabei ist es, seine Zuhörer zu überzeugen bzw. einen sozialen Wandel auszulösen.

- *Ironie* - Diese wird bei der Satire meist auf humorvolle Art verwendet, indem das Gegenteil von dem behauptet wird, was eigentlich gemeint ist.
- *Mitinbegriffensein* - Satire ist kein offenes und auf den ersten Blick einfach erkennbares Urteil. Es bringt auch nicht direkt das zum Ausdruck, was gemeint ist. Die eigentliche Aussage lässt sich vielmehr durch eine logische Schlussfolgerung aus dem Gesagten erkennen. Oftmals wird es in einer völlig übertriebenen und außerhalb des Kontexts liegenden Art und Weise vermittelt.

#### **5.14 Sexual allusion**

Eine sexuelle Anspielung ist eine Andeutung oder Unterstellung in Bezug auf sexuelle Angelegenheiten.<sup>124</sup> In der Regel wird Kritik meist in Form von Anzüglichkeiten oder Seitenhieben geäußert.<sup>125</sup> Bei dieser Form des Humors ist die Grenze zwischen Witz und sexueller Belästigung oftmals sehr gering.

#### **5.15 Stereotype**

Stereotype sind mit einem Vorurteil verbundene, klischeehafte Darstellungen von Menschen oder Gruppen (Kulturen, Geschlecht, etc.).<sup>126</sup> Diese beziehen sich meist auf bestimmte Verhaltensweisen. Eine gängige stereotype Aussage wäre beispielsweise, dass Deutsche im Urlaub immer Sandalen mit Socken tragen. Bei dieser Humorart existieren fixe Vorstellungen von Personen bzw. Gruppen, welche im normalen alltäglichen Leben nicht mehr hinterfragt werden.

### **6. Humor im deutschsprachigen Raum**

Da der Fokus dieser Magisterarbeit auf Humor im deutschsprachigen Raum liegt, soll im Folgenden eine Analyse bezüglich Humor in den Ländern Österreich, Deutschland und der Schweiz laut vorherrschender Literatur vorgenommen werden. Es ist grundsätzlich davon auszugehen, dass es sowohl Unterschiede, als auch Gemeinsamkeiten beim Thema Humor in den drei Ländern geben wird.

---

<sup>124</sup> vgl. Buijzen & Valkenburg (2004)

<sup>125</sup> <https://de.wikipedia.org/wiki/Anspielung> (abgerufen am 01.05.2019)

<sup>126</sup> vgl. Schneider (2005)

## 6.1 Humor in Österreich

Die Alpenrepublik Österreich ist wie der Name schon verrät, bekannt für seine hohen Berge und schönen Landschaften. Darüber hinaus wird das Land aufgrund der klassischen Musik, den Wiener Sängerknaben und der deftigen österreichischen Köstlichkeiten, wie dem Wiener Schnitzel oder der Sachertorte sehr geschätzt. Persönlichkeiten, wie Conchita Wurst oder die Trapp Familie haben dem kleinen Land ebenfalls zu viel Aufmerksamkeit verholfen. Es gibt zahlreiche Klischees dazu, wie Österreicher im Ausland gesehen werden. Viele Touristen sind der Meinung, dass die Bevölkerung Österreichs immer nur mit Dirndl und Lederhosen bekleidet ist. Solche Vorstellungen sind oftmals fest in den Gedanken der Menschen verankert und nur schwer zu widerlegen. Ähnlich verhält es sich mit der Mentalität und dem Charakter der Österreicher. Hier gibt es ebenfalls typische Merkmale, die den Österreichern nachgesagt werden. So wird besonders den Wienern ein eher „grantiges und jammerndes“ Gemüt zugeschrieben, ebenso eine Schwäche in Bezug auf das Treffen von Entscheidungen. Aber wie sieht es nun mit dem Humor der Österreicher aus? Ist die Bevölkerung der Alpenrepublik überhaupt humorvoll?

Schreiner behauptet, dass die Österreicher in der Tat sehr humorvoll sind und der klassische österreichische Humor sarkastisch, dunkel und (selbst-) verletzend ist.<sup>127</sup> Demzufolge handelt es sich somit um einen böartigen und zerstörerischen Humor, oftmals auf Kosten von anderen. Darüber hinaus wird den Österreichern ein gewisser Sinn für Ironie zugesprochen.<sup>128</sup> Dies bedeutet wie bereits zuvor erwähnt, dass man das Gegenteil von dem meint, was tatsächlich gesagt wird, meist verbunden mit Spott oder Hohn.<sup>129</sup> Beide Humorarten ergänzen sich in gewisser Weise. Erfolgreiche österreichische Formate, wie zum Beispiel die Fernsehsendung „Willkommen Österreich“ stützen diese These des schwarzen Humors.

Grundsätzlich kann man in Österreich über fast alles Witze machen und es werden die verschiedensten Themen humorvoll verpackt und verarbeitet. Den Wienern wird „ein großes Maß an Unanständigkeit“ nachgesagt, da sie auch über Witze zum Thema Tod lachen können, was in vielen anderen Ländern, wie beispielsweise in Deutschland ein Tabuthema ist.<sup>130</sup> Nichtsdestotrotz gibt es auch gewisse Themen, über die man nicht oder

---

<sup>127</sup> vgl. Schreiner (2015)

<sup>128</sup> vgl. <https://newsroom-ch.austria.info/files/2014/01/Die-österreichische-Mentalität.pdf> (abgerufen am 01.05.2019)

<sup>129</sup> vgl. Fiene (1974)

<sup>130</sup> vgl. Bobi (2014)

zumindest nur selten spricht. Hierzu zählen beispielsweise der Nationalsozialismus inklusive Adolf Hitler, sowie grundsätzlich das Thema Religion, wobei letzteres doch auch immer häufiger Gegenstand von humoristischen Ausdrucksformen ist.<sup>131</sup> Gerhard Haderer hat im Jahr 2002 „Jesus als liebenswerten Weihrauch-Kiffer“ karikiert und damit einen kleinen Skandal ausgelöst.<sup>132</sup> In der Zwischenzeit sind einige Jahre vergangen und die damalige Sichtweise hat sich wohl etwas verändert. Anders sieht es mit dem Thema Nationalsozialismus aus.

Ernste Themen werden laut Thomas Bernhard in Österreich gerne in einem Kabarett verarbeitet und so auf humorvolle Art erträglich gemacht.<sup>133</sup> Die Österreicher haben eine jahrzehntelange und ausgeprägte Kabarettkultur. Das Kabarett genießt einen hohen Stellenwert und bietet die Möglichkeit, Menschen mit unangenehmen Themen auf eine humorvolle Art und Weise zu konfrontieren. Die Ursprünge des Kabarett liegen im 19. Jahrhundert in Frankreich, wo Salis erstmals sagte: „Wir werden politische Ereignisse persiflieren, die Menschheit belehren, ihr ihre Dummheit vorhalten, dem Mucker die schlechte Laune abgewöhnen ...“.<sup>134</sup> Der Kern der Botschaft hat sich bis heute nicht verändert. Nach wie vor werden besonders politische und gesellschaftliche Themen im österreichischen Kabarett verpackt, um etwaige Missstände aufzuzeigen und zum Denken anzuregen.<sup>135</sup> Die Humorarten Parodie, Sarkasmus, Ironie und Satire kommen besonders häufig in Österreichs Kabarettlandschaft vor.<sup>136</sup>

Ein weiteres sehr erfolgreiches Format, welches sich mit dem Thema Humor auseinandersetzt, ist das österreichische Satiremagazin „Die Tagespresse“. Es handelt sich hierbei um ein Online - Medium, welches im Jahr 2013 von Fritz Jergitsch gegründet wurde und auf Facebook bereits über 350.000 Follower (Stand Jänner 2019) hat.<sup>137</sup> Damit hat es mehr Facebook - Abonnenten als viele Tageszeitungen. Das Format beschäftigt sich auf humorvolle und satirische Weise mit unterschiedlichen Themen, wie beispielsweise Politik, Gesellschaft, Wirtschaft und Sport.<sup>138</sup> Obwohl diese Satirebeiträge natürlich keine ernst zu nehmenden Nachrichten darstellen, ist die Wahrheit von der Lüge

---

<sup>131</sup> vgl. Schreiner (2015)

<sup>132</sup> vgl. [https://www.welt.de/newsticker/dpa\\_nt/infoline\\_nt/boulevard\\_nt/article136168579/Was-darf-Satire-Ist-Religion-tabu.html](https://www.welt.de/newsticker/dpa_nt/infoline_nt/boulevard_nt/article136168579/Was-darf-Satire-Ist-Religion-tabu.html) (abgerufen am 01.05.2019)

<sup>133</sup> vgl. Sindermann (2009)

<sup>134</sup> vgl. Hösch (1969 und 1972)

<sup>135</sup> vgl. Rösler (1993)

<sup>136</sup> vgl. Rösler (1993) und Wagner (1999)

<sup>137</sup> vgl. <https://de-de.facebook.com/DieTagespresse> (abgerufen am 01.05.2019)

<sup>138</sup> vgl. <https://de-de.facebook.com/DieTagespresse> (abgerufen am 01.05.2019)

nicht immer klar zu differenzieren und führt dazu, dass Menschen die Falschmeldungen tatsächlich für wahr halten. So beispielsweise geschehen im Jahr 2013, als die katholische Kirche nach Veröffentlichung eines Tagespresse Artikels zum Thema „Buchkampagne mit Keuschi dem Känguru“ zahlreiche entsetzte Beschwerdeanrufe bekam.<sup>139</sup> Dieser Fall zeigt zudem, wie eben bereits erwähnt, dass auch über Tabuthemen wie Religion immer öfter Witze gemacht werden.

Die Beliebtheit des erwähnten Satiremagazins und des Kabarett zeigen sehr deutlich, dass die Satire in Österreich eine anerkannte und akzeptierte Humorart darstellt. Sie steht auch in enger Verbindung mit der Ironie, die ein Merkmal von Satire ist und dabei auf positive Weise angewendet wird.<sup>140</sup> Kommt hingegen noch ein spöttisches oder gar verletzendes Element hinzu, beinhaltet Satire auch Sarkasmus.<sup>141</sup>

## 6.2 Humor in Deutschland

Zuverlässigkeit und Fleiß – das sind zwei Eigenschaften, die man den Deutschen zuschreibt. Besonders wenn es um die Arbeit geht, werden sie sehr geschätzt. Aber wie sieht es mit dem Thema Humor aus? Hat der typisch „Deutsche“ einen Sinn für Humor oder sind sie das „Volk ohne Witz“?<sup>142</sup> Was stimmt wirklich?

Betrachtet man die deutsche Fernsehlandschaft und dessen Entwicklung, so kann man der Aussage, dass Deutsche eher ein humorloses Volk seien, nicht wirklich zustimmen. Bereits seit den 90iger Jahren gibt es in Deutschland einen regelrechten Boom im Bereich von Comedy - Shows und Stand-Up-Comedy.<sup>143</sup> Amerikanische Formate, wie „The Daily Show“ dienen dabei als Vorlage.<sup>144</sup> In Deutschland begeistern Sendungen, wie beispielsweise „Ladykracher“, „Cindy aus Marzahn“, „Die jungen Wilden“ oder „Quatsch Comedy Club“ Millionen von Zuschauer. Zu den bekanntesten deutschen Comedians zählen unter anderem Bülent Ceylan, Michael Mittermeier, Hape Kerkeling und Mario Barth. Letzterer ist sogar so erfolgreich, dass er mit seinen Shows zum Thema Geschlechterklischees ganze Stadien füllt.<sup>145</sup>

---

<sup>139</sup> vgl. <http://wien.orf.at/news/stories/2593590/> (abgerufen am 01.05.2019)

<sup>140</sup> vgl. LeBeouf (2007)

<sup>141</sup> vgl. Gibbs (2000)

<sup>142</sup> vgl. Best (1993)

<sup>143</sup> vgl. Neissl et al (2001)

<sup>144</sup> vgl. Dörner et al (2015)

<sup>145</sup> vgl. <https://www.tagesspiegel.de/berlin/zwei-tage-im-vollen-olympiastadion-mario-barth-schafft-neuen-weltrekord/10005036.html> (abgerufen am 01.05.2019)

„Im neuen Genre der Comedy werden - im Gegensatz zum subtilen gesellschaftskritischen Moralin des Kabarett - in einem karnevalesken Spektakel soziale Konvention und moralische Tabus durch ritualisierte Gags über den Haufen geworfen.“<sup>146</sup> Die beiden Autoren Strasser und Graf meinen, dass deutsche Comedy Shows heutzutage „unverschämt böse“ und „ohne intellektuellen Anspruch bis hin zur Sinnentleerung“ sind.<sup>147</sup> Obwohl der böse Witz immer schon Teil des deutschen Humors war, war er noch nie so akzeptiert wie heute.<sup>148</sup> Es gibt immer mehr Tabuverletzungen, wobei sogar weder die Würde noch die Privatsphäre der Menschen respektiert werden.<sup>149</sup> Laut Strasser und Graf soll es sogar bereits einen Trend hin zum „kommerziell kalkulierbaren Tabubruch“ geben.<sup>150</sup> Andere Autoren wie Lambernd beispielsweise argumentieren nicht ganz so extrem und meinen, dass es zwar eine Tendenz hin zu gewissen Tabubrüchen gibt, diese jedoch nicht gleich zu einem gesamten Sittenverfall führen.<sup>151</sup> Er meint außerdem: „Comedy reflektiert das Alltagsgeschehen und stellt es in humoristischer Form dar, so dass sich die Rezipienten über vertraute Begebenheiten amüsieren können.“<sup>152</sup> Aber wie unterscheidet es sich damit vom Kabarett? Die Abgrenzung ist nicht immer eindeutig auf den ersten Blick ersichtlich. Henningsen und Fleischer zufolge beinhaltet das Kabarett jedoch im Gegensatz zur Comedy ein belehrendes Element, welches aktuelle Geschehnisse aus verschiedensten Bereichen, von Politik bis hin zu Gesellschaft, verarbeitet.<sup>153</sup> Comedy wird oftmals als ein sehr einfaches und kommerzielles Format bewertet, wohingegen das Kabarett einen bedeutenden Beitrag für die Gesellschaft leistet.<sup>154</sup>

Es gibt verschiedene Arten von Comedy, wobei Gerhards und Klinger zufolge, Satire und Slapstick zu den bedeutendsten Elementen gehören.<sup>155</sup> Satire als Humorart wurde bereits im vorherigen Teil dieser Arbeit näher erläutert. Bei Slapstick handelt es sich in der Regel

---

<sup>146</sup> vgl. Purtschert et al (2013)

<sup>147</sup> vgl. Strasser & Graf (2000)

<sup>148</sup> vgl. Strasser & Graf (2000)

<sup>149</sup> vgl. [http://www.ard-werbung.de/fileadmin/user\\_upload/media-perspektiven/pdf/2000/12-2000\\_Schumacher.pdf](http://www.ard-werbung.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2000/12-2000_Schumacher.pdf) (abgerufen am 01.05.2019)

<sup>150</sup> vgl. Strasser und Graf (2000)

<sup>151</sup> vgl. Lambernd (1998)

<sup>152</sup> vgl. Lambernd (1998)

<sup>153</sup> vgl. Henningsen (1967) und Fleischer (1989)

<sup>154</sup> vgl. Czerwick (2013)

<sup>155</sup> vgl. Gerhards und Klinger (2003)

um non - verbale, körperliche Ausdrucksformen, wie beispielsweise das Ausrutschen auf einer Bananenschale oder herunterrutschende Hosen.<sup>156</sup>

Ein weiterer wichtiger Aspekt von Comedy - Formaten ist, dass sie meist nur wenig bis keine fiktiven Elemente beinhalten, sondern überwiegend tatsächliche Ereignisse wiederspiegeln.<sup>157</sup>

Aber auch in Deutschland hat neben den Comedy - Shows, auch das Kabarett einen nicht zu unterschätzenden Stellenwert. Hier sind vor allem politische Formate, wie beispielsweise die „Heute Show“ und die „Late Night Show“ sehr beliebt. Sie sind wie Nachrichtensendungen aufgebaut und behandeln aktuelle Themen in satirischer Form. Dabei wird natürlich gerne übertrieben und provoziert, um die Menschen zum Nachdenken anzuregen. Die Satireseite „Der Postillon“, welche der österreichischen „Die Tagespresse“ ähnelt, stellt ein weiteres Beispiel dar. Sie wurde im Jahr 2008 von Stefan Sichermann gegründet.<sup>158</sup> Die Facebook Seite hat derzeit mehr als 2,8 Millionen Abonnenten (Stand Jänner 2019).<sup>159</sup> Ähnlich dem österreichischen Satiremagazin werden aktuelle Themen aus den unterschiedlichsten Bereichen auf satirische Weise verarbeitet und in fiktiven Geschichten veröffentlicht.

### **6.3 Humor in der Schweiz**

Das dritte und letzte deutschsprachige Land, welches in die Analyse zum Thema Humorforschung miteinbezogen wird, ist die Schweiz.

Wenn man an das kleine Land im Nordwesten Österreichs denkt, fallen einem in erster Linie einmal Berge, Banken, Uhren und Schweizer Käse ein. Zu den typischen Charaktereigenschaften der Schweizer zählen unter anderem Pünktlichkeit, Genauigkeit, Zuverlässigkeit und Verschwiegenheit.<sup>160</sup> Darüber hinaus handelt es sich um ein sehr bescheidenes Volk, welches seinen Reichtum nicht gerne zur Schau stellt.<sup>161</sup> Grundsätzlich begegnen die Schweizer allem mit einem gewissen Misstrauen, kritisieren gerne und fühlen sich ständig von anderen Ländern beobachtet.<sup>162</sup> Das ist auch der Grund,

---

<sup>156</sup> vgl. Rishel (2002)

<sup>157</sup> vgl. Knop (2005)

<sup>158</sup> vgl. <https://www.der-postillon.com/p/faq.html> (abgerufen am 01.05.2019)

<sup>159</sup> vgl. <https://www.facebook.com/DerPostillon> (abgerufen am 01.05.2019)

<sup>160</sup> vgl. Uhl & Uhl-Vetter (2007)

<sup>161</sup> vgl. von Peschke (2012)

<sup>162</sup> vgl. Bilton (2018)

warum es ihnen enorm wichtig ist zu wissen, was Menschen aus anderen Ländern über sie denken.<sup>163</sup>

Nichtsdestotrotz gilt die Schweiz in vielen Bereichen auch als recht offenes und sogar humorvolles Volk. Die ersten Humorkongresse fanden Ende der 90er Jahre in der Schweiz statt.<sup>164</sup> Humor spielt darüber hinaus eine wichtige Rolle in der Schmerztherapie und wird an zahlreichen anerkannten Schweizer Kliniken zur Behandlung eingesetzt.<sup>165</sup> Grundsätzlich sind die Schweizer selbstironisch und können gut über sich selbst lachen, wobei das nur ihnen vorbehalten ist.<sup>166</sup> Die Selbstironie ist eine Eigenschaft, welche man in Europa sonst wohl nicht allzu oft findet. Darüber hinaus haben die Schweizer strikte Regeln was Humor betrifft. Der Schweizer Comiczeichner Alex Maccartney hat diese wie folgt definiert: „Eidgenössische Richtlinien zum Humor: § 1 Humor soll lustig sein. § 2 Humor soll nicht auf Kosten von Ausländern, Betagten, Schwulen, Behinderten, Frauen, Tieren, Pflanzen, geografischen Regionen oder anderen Minderheiten leben. § 3 Humor soll Rücksicht nehmen auf herzkranke, blasenschwache oder depressive Menschen. § 4 Wenn eine Person sich durch Humor verletzt fühlt, so hat diese ein Recht auf Gegendarstellung. § 5 Humor soll konstruktiv und anschaulich sein. § 6 Humor soll pädagogisch sinnvoll sein. Er soll des Weiteren die demokratischen Werte aufzeigen.“<sup>167</sup> Darüber hinaus sollte Humor auf keinen Fall laut oder gar belehrend sein.<sup>168</sup> Der Schweizer Humor ist grundsätzlich etwas für die eigenen vier Wände, welcher zwar gerne im Freundes- bzw. Familienkreis praktiziert wird, jedoch im öffentlichen Raum und in der Kommunikation mit Fremden kaum Anwendung findet.<sup>169</sup>

Die Schweizer Kabarettistin Lisa Catena beschreibt die Unterschiede von Humor in ihrem Land im Gegensatz zu anderen deutschsprachigen Ländern wie folgt: „Schweizer Humor ist subtiler. Er darf nicht verletzen. Er darf witzig und absurd sein, aber nicht zu böse.“<sup>170</sup> Während man sich in Deutschland und Österreich gerne auf Kosten anderer amüsiert und Humor meist ein verletzendes Element beinhaltet, ist man in der Schweiz deutlich zurückhaltender. Die Schweizer können über die unterschiedlichsten Themen lachen,

---

<sup>163</sup> vgl. Bilton (2018)

<sup>164</sup> vgl. Wild (2012)

<sup>165</sup> vgl. Korp (2014)

<sup>166</sup> vgl. Walker & Jonas (2014)

<sup>167</sup> vgl. Küng (2011)

<sup>168</sup> vgl. <https://www.migrosmagazin.ch/archiv/streifzug-durch-den-schweizer-humor> (abgerufen am 01.05.2019)

<sup>169</sup> vgl. Bewes (2012)

<sup>170</sup> vgl. <http://www.tagesanzeiger.ch/kultur/theater/Schweizer-Humor-ist-subtiler/story/31155289> (abgerufen am 01.05.2019)

jedoch gibt es klare Tabubereiche. Neben den zuvor bereits erwähnten Richtlinien nach Maccartney gehört hierzu auch die Politik. Obwohl die Schweizer grundsätzlich ein sehr politisches Volk sind, wird dieses Thema in humoristischer Form kaum bis gar nicht behandelt.<sup>171</sup> Dies zeigt sich auch deutlich beim Thema „Armee“. Die Gruppe der Gegner hat bereits mehrfach versucht die Schweizer Wehrpflicht abzuschaffen und damit einen politischen Tabubruch begangen.<sup>172</sup> Laut der Zeitung „Zeit Online“ kennen die Schweizer bei diesem Thema absolut keinen Spaß und es wird sogar als Teil der Schweizer Identität betrachtet.<sup>173</sup> Die Schweizer Armee ist eng mit der Verfassung und der darin verankerten Unabhängigkeit verknüpft. Da die Neutralität bei den Schweizern einen enorm hohen Stellenwert genießt, stellt auch der Nationalheld Wilhelm Tell, der der Schweiz zur Unabhängigkeit verholfen haben soll, ein gewisses humoristisches Tabuthema dar.<sup>174</sup>

In der Schweiz wird ähnlich wie in Deutschland der Bereich Comedy immer beliebter.<sup>175</sup> Bekannte Schweizer Comedians sind Marco Rima, Mike Müller und Viktor Giacobbo. Auch das Kabarett hat in der Schweiz einen hohen Stellenwert und genießt eine lange Tradition.<sup>176</sup> Des Weiteren gibt es die Schweizer Satireseite “Der Enthüller”, welche dem Format der österreichischen “Tagespresse” und dem deutschen “Postillon” entspricht. Diese hat allerdings mit knapp 3.000 Facebook – Abonnenten (Stand: Jänner 2019) nur ein sehr begrenztes Publikum und veröffentlicht auch bei weitem nicht so viele Beiträge wie das österreichische und deutsche Pendant.<sup>177</sup>

Zu guter Letzt muss noch erwähnt werden, dass es in der Schweiz sogar ein eigenes jährlich stattfindendes Humorfestival gibt, welches das größte und bedeutendste Ereignis im deutschsprachigen Raum darstellt.<sup>178</sup>

## 7. Fragestellungen

Im Zuge dieser Magisterarbeit sollen vier zentrale Forschungsfragen beantwortet werden. Diese werden in den folgenden Punkten vorgestellt.

---

<sup>171</sup> vgl. Walker & Jonas (2014)

<sup>172</sup> vgl. <https://www.swissinfo.ch/ger/politik/armeekritiker-zielen-auf-politisches-tabu/31886330> (abgerufen am 01.05.2019)

<sup>173</sup> vgl. <https://www.zeit.de/2017/17/schusswaffen-schweiz-waffenrecht-sturmgewehr> (abgerufen am 01.05.2019)

<sup>174</sup> vgl. <http://www.wilhelmtell.org/die-figur-wilhelm-tell/> (abgerufen am 01.05.2019)

<sup>175</sup> vgl. Bachmaier (2012)

<sup>176</sup> vgl. Bissegger (2010)

<sup>177</sup> vgl. <https://www.facebook.com/derenthueeller/> (abgerufen am 01.05.2019)

<sup>178</sup> vgl. <https://www.humorfestival.ch/> (abgerufen am 01.05.2019)

### **7.1 Forschungsfrage 1**

*Was sind die Gemeinsamkeiten und/ oder Unterschiede der Online – Satireformate in den Ländern Deutschland, Österreich und der Schweiz?*

Im Zuge der Beantwortung der ersten Forschungsfrage soll der Frage nachgegangen werden, welche Gemeinsamkeiten und/ oder Unterschiede die Satireartikel der unterschiedlichen Länder aufweisen. Dafür werden beispielsweise die Häufigkeiten der gewählten Humorarten, Themen, Akteure, Likes, Shares, etc. miteinander verglichen.

### **7.2 Forschungsfrage 2**

*Welcher Zusammenhang besteht zwischen dem Thema des Satireartikels und der Reaktion der User und inwieweit stimmt dieser in den Ländern Deutschland, Österreich und der Schweiz überein?*

In der zweiten Forschungsfrage geht es darum herauszufinden, welcher Zusammenhang zwischen dem Thema und der Reaktion der Leser existiert. Gibt es gewisse Themen, bei denen die Resonanz der User größer ist als bei anderen? Um diese Frage zu beantworten, sollen die verschiedenen Themen mit der jeweiligen Anzahl der Shares, Likes und Kommentare verglichen werden. Anschließend findet ein Vergleich der Ergebnisse der drei Länder statt.

### **7.3 Forschungsfrage 3**

*Welcher Zusammenhang besteht zwischen der Art des Humors und der Reaktion der User und inwieweit stimmt dieser in den Ländern Deutschland, Österreich und der Schweiz überein?*

Hierbei geht es um die Frage, auf welche Art und Weise die unterschiedlichen Humorarten bei den Lesern auf Interesse stoßen. Es gilt zu erforschen, ob es gewisse Arten von Humor gibt, die von der Mehrheit der Betrachter positiver aufgenommen werden als andere. Hierzu wird wieder die Anzahl der Likes, Shares und Kommentare ins Verhältnis zu den unterschiedlichen Humorarten gesetzt. Darüber hinaus sollen die Ergebnisse der einzelnen Länder miteinander verglichen und eventuelle Gemeinsamkeiten bzw. Unterschiede aufgezeigt werden.

#### **7.4 Forschungsfrage 4**

*Welche Gemeinsamkeiten und/oder Unterschiede gibt es zwischen den Ergebnissen der empirischen Untersuchung und den theoretischen Grundlagen?*

In der vierten und letzten Forschungsfrage sollen die Analyseergebnisse der quantitativen Inhaltsanalyse mit den zuvor beschriebenen theoretischen Grundlagen der Literatur verglichen werden. Auch hier sollen eventuelle Gemeinsamkeiten und/ oder Unterschiede aufgezeigt werden.

#### **8. Untersuchungsgegenstand und Methode**

Zur Beantwortung der in Punkt 7 genannten Forschungsfragen wird die Methode der quantitativen Inhaltsanalyse gewählt. Sie stellt ein bekanntes und beliebtes Verfahren der empirischen Sozialforschung dar. Die quantitative Inhaltsanalyse wurde in den 20er Jahren zur Zeit der Entstehung der Massenmedien (wie Fernsehen und Radio) von den beiden Politikwissenschaftlern Harold D. Lasswell und Bernard Berelson in Amerika entwickelt.<sup>179</sup> Diese Form der Inhaltsanalyse stellt ein probates Mittel dar, um verschiedenste Kommunikationsinhalte auf möglichst einfache Weise zu analysieren und auszuwerten.<sup>180</sup> Im Gegensatz zu hermeneutischen Verfahren erfolgt die Analyse der Inhalte systematisch und schrittweise.<sup>181</sup> Bei dem quantitativen Verfahren „werden empirische Beobachtungen über wenige, ausgesuchte Merkmale systematisch mit Zahlenwerten belegt und auf einer zahlenmäßig breiten Basis gesammelt“.<sup>182</sup> Ein wesentliches Merkmal dieser Methode ist die Reduktion der Daten aus der zu Beginn der Analyse fest definierten Stichprobe zur Informationsgewinnung.<sup>183</sup> Entscheidend dabei ist, dass jeder einzelne Schritt der Analyse verständlich und nachvollziehbar ist. Gegenstand der Inhaltsanalyse können sowohl verbale Kommunikation (beispielsweise Sprache), als auch non - verbale Kommunikationsmittel (beispielsweise Bilder) sein.<sup>184</sup>

Früh zufolge besteht die quantitative Inhaltsanalyse aus den folgenden fünf Phasen:<sup>185</sup>

---

<sup>179</sup> vgl. Gläser & Laudel (2010)

<sup>180</sup> vgl. Berelson (1952)

<sup>181</sup> vgl. Mayring (2010)

<sup>182</sup> vgl. Brosius (2003)

<sup>183</sup> vgl. Mayring (2010)

<sup>184</sup> vgl. Keimes (2014)

<sup>185</sup> vgl. Früh (2007)

1. Planungsphase: In der Planungsphase geht es darum, das Ziel der Untersuchung festzulegen. Dabei muss in einem ersten Schritt die Problemstellung identifiziert werden und die der Inhaltsanalyse zugrundeliegenden Forschungsfragen klar und strukturiert definiert werden.
2. Entwicklungsphase: Hierbei geht es um die Entwicklung eines geeigneten Kategoriensystems. Dazu müssen alle relevanten Kategorien für die Messung des zu untersuchenden Materials definiert werden, beispielsweise Name, Titel, Wortanzahl, Akteur und Humorart. Im nächsten Schritt muss das Codebuch erarbeitet werden. Dieses muss alle Codieranweisungen, Codierregeln und relevanten Kategorien beinhalten, anhand dessen die Stichprobe später analysiert wird.
3. Testphase: Nachdem die Entwicklung des Kategoriensystems und des Codebuchs abgeschlossen ist, geht es weiter in die Testphase. In dieser Phase werden Probecodierungen durchgeführt. Zweck dieser Probecodierungen ist die Überprüfung der Validität und Reliabilität der Messung. Nachdem die Hauptcodierung von nur einer Person vorgenommen wird, soll der Intracoderreliabilitätstest durchgeführt werden. Dabei wird zu Beginn der Analyse ein Artikel codiert, welcher auch nach Abschluss der Inhaltsanalyse noch einmal codiert wird. Dies bietet die Möglichkeit zu überprüfen, ob die Ergebnisse der quantitativen Messung ident geblieben sind. Darüber hinaus werden Studienkollegen gebeten, eine Probecodierung bei einigen Artikeln durchzuführen, um die Ergebnisse mit denen des Hauptcodierers zu vergleichen. Sollte es dabei zu Unterschieden in den Ergebnissen kommen, müssen das Kategoriensystem und das Codebuch noch einmal überarbeitet werden.
4. Anwendungsphase: In der Anwendungsphase wird die Codierung der Stichprobe vorgenommen. Dabei ist eine sorgfältige Dokumentation der Vorgehensweise und der Ergebnisse von entscheidender Bedeutung. Hierzu werden beispielsweise alle zu kodierenden Artikel in einem PDF - Dokument gespeichert.
5. Auswertungsphase: In der letzten und wahrscheinlich interessantesten Phase der quantitativen Inhaltsanalyse erfolgt die Auswertung der Codiererergebnisse. Diese wird mittels der Analyse - Software SPSS durchgeführt.

Die quantitative Inhaltsanalyse bringt sowohl Vor- als auch Nachteile mit sich. Grundsätzlich ist diese Analysemethode mit geringen Kosten verbunden und stellt somit eine recht einfache und gängige Methode dar, um genaue und allgemeingültige

Ergebnisse zu erzielen.<sup>186</sup> Durch die genaue Definition der Kategorien und die Erstellung des Codebuchs kann eine subjektive Analyse verhindert und die Objektivität der Ergebnisse gewährleistet werden.<sup>187</sup> Darüber hinaus ist die quantitative Inhaltsanalyse gut nachvollziehbar und kontrollierbar.<sup>188</sup> Einen weiteren Vorteil stellt die Möglichkeit dar, einen großen Stichprobenumfang zu untersuchen und damit repräsentative Ergebnisse zu erhalten.<sup>189</sup>

Zu den Nachteilen dieser Analyseverfahren gehören jedoch die fehlende Flexibilität während der Analyse, sowie die Voraussetzung eines gewissen Vorwissens für die Erstellung des Codebuchs und Kategoriensystems.<sup>190</sup>

Als Grundlage für die Analyse dienen satirische Onlinebeiträge auf den Facebook - Seiten der österreichischen „Die Tagespresse“, des deutschsprachigen „Der Postillon“ und der Schweizer Seite „Der Enthüller“. Hierzu werden pro Satireformat jeweils 50 Artikel analysiert. Dabei werden die aktuellsten 50 Beiträge vor 31. Jänner 2019 als Stichprobe gewählt. Dies entspricht einem Stichprobenumfang von insgesamt 150 Satireartikeln. Zusätzlich zur Analyse der veröffentlichten Satireartikel auf der Pinnwand der jeweiligen Facebook - Seite wird auch die Reaktion der Leser in die Untersuchung miteinbezogen. Dazu werden sowohl die Anzahl und Art der verschiedenen Likes (beispielsweise „Love“ Likes), die Anzahl der Shares, als auch die Anzahl der Kommentare analysiert:

#### Analyse der Like - Buttons:

Es wird untersucht, wie oft der Beitrag geliked wurde. Hierzu wird zwischen den unterschiedlichen Like - Buttons differenziert. Es gibt grundsätzlich sechs verschiedene Arten von Likes. Die Betätigung des normalen „Daumen hoch“ - Button wird grundsätzlich als Zustimmung zum Beitrag gewertet.<sup>191</sup> Die weiteren Like - Buttons werden durch verschiedene Smiles dargestellt und heißen „Love“, „Sad“, „Angry“, „Wow“ und „Haha“. Diese bieten die Möglichkeit andere Emotionen wie beispielsweise Wut, Trauer, Erstaunen, Liebe und Lachen auszudrücken.<sup>192</sup> Wut und Trauer werden als negative Reaktionen der Leser bewertet, während der Rest als Zustimmung zum Artikel

---

<sup>186</sup> vgl. Berelson (1952)

<sup>187</sup> vgl. Hugel (1995)

<sup>188</sup> vgl. Luzar (2004)

<sup>189</sup> vgl. Mayring (2015)

<sup>190</sup> vgl. Berger (2010)

<sup>191</sup> vgl. Jewell & Jones (2013)

<sup>192</sup> vgl. Thorhauer & Kexel (2017)

gilt. Sowohl die Anzahl der verschiedenen Likes, als auch deren Bedeutung fließen in die Analyse mit ein.

#### Analyse der Shares:

Der Share - Button bietet den Lesern die Möglichkeit einen Artikel zu teilen. Durch diese Funktion wird ein Beitrag für andere Facebook - Nutzer sichtbar und es kann deren Aufmerksamkeit für den Artikel gewonnen werden.<sup>193</sup> Ein Share sagt jedoch nichts über die Zustimmung - bzw. Ablehnung zu einem Beitrag aus.<sup>194</sup> Bei der Analyse der Shares geht es somit grundsätzlich nur um die Anzahl und nicht um den Grund für den "Share".

#### Analyse der Kommentare:

Die Kommentarfunktion gibt dem Leser die Möglichkeit, den Beitrag zu kommentieren und somit seine Meinung zu äußern. Da im Zuge der quantitativen Inhaltsanalyse eine objektive Bewertung gewährleistet sein muss, wird der Fokus bei der Analyse nur auf die Anzahl der Kommentare gelegt. Die Bewertung eines jeden einzelnen Kommentares in Bezug auf die Zustimmung - bzw. Ablehnung zum jeweiligen Artikel würde den Umfang dieser Arbeit sprengen und wäre darüber hinaus auch mit der gewählten Methode nicht vollständig und objektiv möglich.

### **9. Ergebnisse der quantitativen Inhaltsanalyse**

Nach Codierung der 150 Satireartikel werden die Ergebnisse im Excel - Format in das Statistikprogramm SPSS hochgeladen und anschließend anhand der Forschungsfragen ausgewertet. Die Ergebnisse der quantitativen Inhaltsanalyse werden dargestellt und näher erklärt.

Gleich zu Beginn der Analyse stellt sich heraus, dass auf der Facebookseite der österreichischen Tagespresse und des deutschen Postillon mit Abstand deutlich mehr Satirebeiträge veröffentlicht werden, als auf dem Schweizer Konkurrenzformat. Die 50 analysierten Artikel der deutschen Satireseite fallen alle in den Zeitraum Jänner 2019. Auch beim österreichischen Format ist es ähnlich, da die Beiträge alle ein Datum zwischen Dezember 2018 und Jänner 2019 aufweisen. Ein ganz anderes Bild hingegen zeigt sich beim Schweizer Enthüller. Die analysierten Artikel stammen hier alle aus den

---

<sup>193</sup> vgl. Jewell & Jones (2013)

<sup>194</sup> vgl. Jewell & Jones (2013)

Jahren 2016 und 2017. Aktuellere Postings gibt es kaum und wenn, handelt es sich dabei um Kurzmeldungen bzw. Videos, welche für die Stichprobe jedoch nicht von Relevanz sind. Die Tatsache, dass die Beiträge des Schweizer Formats deutlich älter sind als die der Konkurrenz, lässt sich eventuell anhand der Followerzahlen der unterschiedlichen drei Facebookseiten etwas relativieren. Während das deutsche Format mit knapp 2,8 Millionen Followern (Stand: Jänner 2019) klar führend ist, liegt Österreich mit etwa 350.000 Followern (Stand: Jänner 2019) auf Platz 2. Der Enthüller folgt mit nur 3.000 Followern (Stand: Jänner 2019) auf dem dritten und letzten Platz. Setzt man diese Zahlen in Relation zur Bevölkerung der jeweiligen Länder ergeben sich interessante Werte. So ergibt diese Berechnung für Deutschland beispielsweise eine Quote von 3,4% (Einwohnerzahl: 83 Millionen Menschen)<sup>195</sup>, für Österreich knapp 4% (Einwohnerzahl: 8,8 Millionen Menschen)<sup>196</sup> und für die Schweiz nur etwa 0,04% (Einwohnerzahl: 8,5 Millionen Menschen)<sup>197</sup>. So gesehen hätte das österreichische Format die meisten Follower, gemessen am Verhältnis zur Bevölkerung.

Leider haben diese Berechnungsergebnisse jedoch nur eine begrenzte Aussagekraft für die Magisterarbeit, da keine Statistiken darüber vorliegen, aus welchen Ländern, die unterschiedlichen Follower stammen. Beispielsweise könnte der deutsche Postillon auch österreichische User haben und umgekehrt.

## **9.1 Beantwortung der Forschungsfrage 1**

In der ersten Forschungsfrage geht es darum, herauszufinden, welche Unterschiede und/oder Gemeinsamkeiten auf den Satireseiten der drei Länder existieren. Dabei erfolgt unter anderem eine Analyse der Reaktion der User, der Themen, der Humorarten und der Akteure. Die Ergebnisse der verschiedenen Satireseiten werden anschließend miteinander verglichen.

Zu Beginn der Auswertung wird die Länge der jeweiligen Satireartikel betrachtet. Wie die Tabelle 1 zeigt, ergibt die Analyse für Österreich und Deutschland ein recht ähnliches Bild. Bei 82% der analysierten österreichischen Artikel und bei 78% der analysierten deutschen Beiträge liegt die Wortanzahl zwischen 151 und 300 Wörtern. In Österreich

---

<sup>195</sup> <https://de.wikipedia.org/wiki/Deutschland> (abgerufen am 01.05.2019)

<sup>196</sup> <https://de.wikipedia.org/wiki/%C3%96sterreich> (abgerufen am 01.05.2019)

<sup>197</sup> <https://de.wikipedia.org/wiki/Schweiz> (abgerufen am 01.05.2019)

fällt der längste Artikel in den Bereich zwischen 551 und 600 Wörtern, während es in Deutschland nur zwischen 451 und 500 sind. Etwas anders verhält es sich bei der Analyse der Schweizer Satireseite.

Wortanzahl	Österreich		Deutschland		Schweiz	
	Absolute Häufigkeit	Prozente	Absolute Häufigkeit	Prozente	Absolute Häufigkeit	Prozente
0 – 50	1	2%	0	0%	0	0%
51 – 100	0	0%	2	4%	0	0%
101 – 150	0	0%	2	4%	0	0%
151 – 200	4	8%	15	30%	1	2%
201 – 250	18	36%	14	28%	5	10%
251 – 300	19	38%	10	20%	14	28%
301 – 350	3	6%	3	6%	12	24%
351 – 400	3	6%	2	4%	11	22%
401 – 450	1	2%	1	2%	1	2%
451 – 500	0	0%	1	2%	3	6%
501 – 550	0	0%	0	0%	1	2%
551 – 600	1	2%	0	0%	1	2%
601 – 650	0	0%	0	0%	1	2%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

*Tabelle 1: Wortanzahl*

Nur rund 40% der Beiträge umfassen eine Wortanzahl zwischen 151 und 300 Wörtern. Bei weiteren 46% liegt die Wortanzahl zwischen 301 und 400. Der längste Artikel besteht aus 601 bis 650 Wörtern. Der Vergleich zeigt somit, dass das Schweizer Satireportal im Schnitt deutlich umfangreichere Beiträge veröffentlicht, als die beiden deutschsprachigen Konkurrenzformate. Den kürzesten Beitrag liefert die österreichische Tagespresse mit einer Wortanzahl zwischen 0 und 50 Wörtern.

Im zweiten Schritt wird das Thema des jeweiligen Artikels analysiert. Hier gibt es grundsätzlich eine breite Auswahlmöglichkeit an Themen, angefangen von Politik über Kultur bis hin zur Umwelt.

Thema	Österreich		Deutschland		Schweiz	
	Absolute Häufigkeit	Prozente	Absolute Häufigkeit	Prozente	Absolute Häufigkeit	Prozente
Politik	20	40%	7	14%	8	16%
Wirtschaft	0	0%	2	4%	0	0%
Finanzen	1	2%	0	0%	0	0%
Bildung	1	2%	0	0%	0	0%
Kultur	1	2%	0	0%	0	0%
Sport	1	2%	2	4%	0	0%
Film und Medien	3	6%	5	10%	7	14%
Chronik	22	44%	31	62%	25	50%
Wissenschaft	1	2%	2	4%	1	2%
Religion	0	0%	0	0%	6	12%
Technologie	0	0%	0	0%	1	2%
Umwelt	0	0%	1	2%	2	4%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

*Tabelle 2: Thema des Artikels*

In Tabelle 2 ist äußerst interessant zu sehen, dass die TOP 3 Themen bei allen drei Ländern dieselben sind. Das mit Abstand am häufigsten gewählte Thema ist die Chronik. Diese kommt bei der österreichischen Tagespresse in 44%, beim deutschen Postillon in 62% und beim Schweizer Enthüller in 50% der analysierten Artikel vor. Unter der Rubrik Chronik werden im Zuge der Codierung gesellschaftliche Themen eingeordnet. Als zweites zentrales Thema hat sich der Bereich Politik herauskristallisiert. Dieser kommt im österreichischen Format zu 40%, im deutschen Format zu 14% und im Schweizer Format zu 16% vor. Der Ländervergleich zeigt somit, dass politische Satirethemen in Österreich deutlich häufiger vorkommen, als in den beiden deutschsprachigen Nachbarländern. Das dritte Thema im Häufigkeitsvergleich sind Film und Medien mit 6% in Österreich, 10% in Deutschland und 14% in der Schweiz. In der Tagespresse folgen die Themen Finanzen, Bildung, Kultur, Sport und Wissenschaft mit jeweils 2%. Im deutschen Postillon sind hingegen noch die Themen Wirtschaft, Sport und Wissenschaft mit jeweils 4% und Umwelt mit 2% vertreten. Im Schweizer Satireformat wiederum folgen die Themen Religion mit 12%, Umwelt mit 4% und Wissenschaft und Technologie mit jeweils 2%.

Auch die Analyse der Art der Akteure, wie in Tabelle 3 ersichtlich, ergibt ein dementsprechend ähnliches Ergebnis. Die Satireartikel der drei Länder beinhalten in erster Linie gesellschaftliche Akteure, gefolgt von politischen Akteuren. Bei der Tagespresse machen die gesellschaftlichen Akteure 52%, beim Postillon 74% und beim Enthüller 68% aus. Interessanterweise liegen beim Schweizer Satireformat religiöse Akteure mit 10% auf dem dritten Platz. Beim deutschen und österreichischen Format kommt diese Form von Akteuren überhaupt nicht vor.

Art der Akteure	Österreich		Deutschland		Schweiz	
	Absolute Häufigkeit	Prozente	Absolute Häufigkeit	Prozente	Absolute Häufigkeit	Prozente
Politische Akteure	21	42%	7	14%	9	18%
Wirtschaftliche Akteure	0	0%	2	4%	0	0%
Gesellschaftliche Akteure	26	52%	37	74%	34	68%
Sportliche Akteure	1	2%	2	4%	1	2%
Religiöse Akteure	0	0%	0	0%	5	10%
Wissenschaftliche Akteure	0	0%	2	4%	1	2%
Sonstige Akteure	2	4%	0	0%	0	0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

*Tabelle 3: Art der Akteure*

Im nächsten Schritt wird die Herkunft der Akteure, welche in den jeweiligen Satirebeiträgen genannt werden, analysiert.

	Österreich		Deutschland		Schweiz	
Herkunft Akteure	Absolute Häufigkeit	Prozente	Absolute Häufigkeit	Prozente	Absolute Häufigkeit	Prozente
Österreich	43	86%	0	0%	1	2%
Deutschland	3	6%	39	78%	1	2%
Schweiz	0	0%	0	0%	39	78%
Europa	3	6%	3	6%	3	6%
International	1	2%	7	14%	6	12%
Keine Angabe	0	0%	1	2%	0	0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

*Tabelle 4: Herkunft der Akteure*

Auch hier ist eine große Übereinstimmung der drei Länder zu erkennen. Zum überwiegenden Teil stammten die Akteure aus demselben Land, wie das jeweilige Satireformat. In der Tagespresse kommen zu 86% österreichische Akteure, im Postillon zu 78% deutsche und im Enthüller zu 78% Schweizer Akteure vor. Darüber hinaus werden im österreichischen Format zu jeweils 6% deutsche und europäische Akteure und zu weiteren 2% internationale Akteure genannt. Beim deutschen Postillon liegen internationale Akteure mit 14% auf Platz 2, gefolgt von europäischen mit 6%. Während das deutsche Format über die beiden Nachbarländer Schweiz und Österreich keine Satirebeiträge veröffentlicht, wird in 2% der Artikel keine Auskunft zur Herkunft der Akteure gemacht. Auch beim Schweizer Enthüller folgen internationale Akteure als zweite Gruppe mit 12% und europäische mit 6%. Österreichische und deutsche Akteure sind mit jeweils 2% vertreten.

Neben der Herkunft und Art der genannten Akteure wird des Weiteren analysiert, ob es sich um eine reale Person handelt oder nicht. Ein Akteur wird grundsätzlich als real eingestuft, sofern die Person regelmäßig in der Öffentlichkeit steht (beispielsweise Politiker oder Sportler) beziehungsweise einem Großteil der Menschen bekannt ist. Phantasiefiguren (beispielsweise Mickey Mouse), welche zwar grundsätzlich vielen Menschen bekannt sind, werden hingegen nicht als reale Person eingestuft.

	Österreich		Deutschland		Schweiz	
Reale Person	Absolute Häufigkeit	Prozente	Absolute Häufigkeit	Prozente	Absolute Häufigkeit	Prozente
Ja	22	44%	16	32%	15	30%
Nein	28	56%	34	68%	35	70%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

*Tabelle 5: Reale Person*

Tabelle 5 verdeutlicht, dass bei allen Satireformaten überwiegend nicht reale Personen in den analysierten Artikeln vorkommen. In Österreich umfasst die Gruppe der nicht realen Personen 56%, in Deutschland 68% und in der Schweiz sogar 70%. Reale Personen

hingegen werden in der Tagespresse in 44%, im Postillon in 32% und im Enthüller in 30% der Fälle genannt. In Österreich gibt es damit am meisten Satirebeiträge, welche von realen Personen handeln.

Im darauffolgenden Schritt wird der Bekanntheitsgrad der jeweiligen Akteure analysiert. Hierbei können sowohl fiktive Figuren (beispielsweise Donald Duck) als auch reale Personen (beispielsweise Marcel Hirscher) in die Rubrik „bekannt“ fallen. Die Bekanntheit wird grundsätzlich anhand der Medienpräsenz gemessen. Figuren und Personen, welche regelmäßig in den Medien bzw. in der Öffentlichkeit zu sehen sind, werden als „bekannt“ eingestuft. Andere Akteure (beispielsweise Jesus), welche grundsätzlich nie oder nur selten medial thematisiert werden, können ebenfalls in dieselbe Rubrik fallen, da aufgrund des Allgemeinwissens der Menschen von einer gewissen Bekanntheit ausgegangen werden kann.

Bekanntheitsgrad	Österreich		Deutschland		Schweiz	
	Absolute Häufigkeit	Prozente	Absolute Häufigkeit	Prozente	Absolute Häufigkeit	Prozente
Unbekannt	19	38%	34	68%	35	70%
Bekannt	31	62%	16	32%	15	30%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

*Tabelle 6: Bekanntheitsgrad der Akteure*

Die Analyseergebnisse in Tabelle 6 zeigen hier sehr deutliche Unterschiede zwischen den drei Ländern. Während in Deutschland mit rund 68% und in der Schweiz mit 70% vorwiegend unbekannte Akteure favorisiert werden, sind es in Österreich nur 38%. In Österreich werden damit deutlich mehr Satireartikel mit bekannten Akteuren publiziert, als dies bei den deutschsprachigen Konkurrenzformaten der Fall ist. In 62% der Tagespressebeiträge handelt es sich um bekannte Akteure, während es beim Postillon 32% und beim Enthüller nur 30% sind.

In Tabelle 7 ist zu sehen, welche Humorarten in wie vielen Satireartikeln im Ländervergleich vertreten sind. In allen 150 Satirebeiträgen kommen die Humorarten „Absurdity“ und „Exaggeration“ vor. Während die Humorarten „Ridicule“, „Satire“ und „Sarcasm“ beim deutschen und Schweizer Format ebenfalls fixer Bestandteil eines jeden analysierten Artikels sind, werden diese auf der österreichischen Seite in nur 49 von 50 Beiträgen gewählt. Die Humorart „Stereotype“ ist bei der Tagespresse in 13, beim Enthüller in 28 und beim Postillon in nur 2 Artikeln fixer Bestandteil.

Humorarten	Österreich		Deutschland		Schweiz	
	Absolute Häufigkeit	Prozente	Absolute Häufigkeit	Prozente	Absolute Häufigkeit	Prozente
Absurdity	50	100%	50	100%	50	100%
Exaggeration	50	100%	50	100%	50	100%
Irreverent behavior	11	22%	2	4%	7	14%
Malicious pleasure	1	2%	0	0%	0	0%
Ridicule	49	98%	50	100%	50	100%
Sarcasm	49	98%	50	100%	50	100%
Satire	49	98%	50	100%	50	100%
Sexual allusion	2	4%	0	0%	4	8%
Stereotype	13	26%	2	4%	28	56%
<b>Total</b>	<b>274</b>	<b>548%</b>	<b>254</b>	<b>508%</b>	<b>289</b>	<b>578%</b>

*Tabelle 7: Humorarten*

Eine weitere relevante Humorart stellt „Irreverent Behaviour“ dar, welche in Österreich 11 Mal, in der Schweiz 7 Mal und in Deutschland 2 Mal verwendet wird. Beim deutschen Postillon gibt es keine weiteren Humorarten. Die Humorart „Sexual Allusion“ ist beim Schweizer Enthüller 4 Mal und beim österreichischen Format 2 Mal vertreten. „Malicious Behaviour“ kommt nur bei der Tagespresse vor, wobei hier auch nur in einem Satirebeitrag.

Damit stellen die Humorarten „Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Saracasm und Satire“ in allen drei Ländern die mit Abstand am häufigsten vorkommenden Humorarten dar. Die unterschiedlichen Kombinationen von Humorarten je Satireartikel werden in Punkt 9.3 näher analysiert.

Darüber hinaus ist auch die Aktualität der Themen Teil der Auswertung. Grundsätzlich gibt es bei der Codierung die drei Auswahlmöglichkeiten „aktuell, Dauerbrenner und nicht aktuell“. Als aktuell werden Themen eingestuft, welche in den letzten Wochen auch in anderen Medien präsent waren (beispielsweise Wahlen). Als Dauerbrenner hingegen werden jene Themen klassifiziert, welche zwar nicht in den letzten Wochen Teil der weiteren Medienlandschaft waren, jedoch wiederkehrend vertreten sind (beispielsweise Klimaerwärmung). Alle anderen Themen, welche nicht in anderen Medienformaten präsent waren, werden als nicht aktuell eingestuft.

Aktualität	Österreich		Deutschland		Schweiz	
	Absolute Häufigkeit	Prozente	Absolute Häufigkeit	Prozente	Absolute Häufigkeit	Prozente
Aktuell	29	58%	10	20%	21	42%
Dauerbrenner	9	18%	12	24%	12	24%
Nichtaktuell	12	24%	28	56%	17	34%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

*Tabelle 8: Aktualität des Themas*

Auch hier zeigt die Analyse in Tabelle 8 wieder ein deutlich unterschiedliches Bild. Während in Österreich mit 58% und in der Schweiz mit 42% überwiegend aktuelle Themen verarbeitet werden, sind es in Deutschland nur knapp 20%. Die Häufigkeit der Dauerbrenner - Themen sind hingegen in allen drei Ländern recht ähnlich. In der Tagespresse haben diese eine Häufigkeit von 18% und im Postillon und im Enthüller von je 24%. In Deutschland werden mit Abstand am meisten nicht aktuelle Themen veröffentlicht. Diese machen 56% aller deutschen Beiträge aus. Auch in der Schweiz sind nicht aktuelle Themen mit 34% vertreten. Im österreichischen Format kommen sie hingegen nur auf eine Häufigkeit von 24%.

In allen Satirebeiträgen wird ein Foto veröffentlicht. Auch dieses ist Teil der Analyse. Hierbei wird darauf geachtet, ob das Foto mit Photoshop bearbeitet wird.

Photoshop	Österreich		Deutschland		Schweiz	
	Absolute Häufigkeit	Prozente	Absolute Häufigkeit	Prozente	Absolute Häufigkeit	Prozente
Ja	32	64%	32	64%	11	22%
Nein	18	36%	18	36%	39	78%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

*Tabelle 9: Photoshop*

Wie in Tabelle 9 ersichtlich, werden in Österreich und Deutschland deutlich öfter die Fotos mit Photoshop bearbeitet, als im Nachbarland Schweiz. Während bei der Tagespresse und beim Postillon der überwiegende Teil der Fotos, nämlich jeweils 64% technisch nachbearbeitet werden, sind dies beim Enthüller gerade einmal 22%. Somit werden beim österreichischen und deutschen Format in nur 36% der Fälle Originalfotos veröffentlicht. In der Schweiz sind dies hingegen ganze 78%.

Im nächsten Schritt wird die Anzahl der Kommentare gemessen. Der Vergleich in Tabelle 10 ergibt hier wieder sehr deutliche Unterschiede zwischen den Ländern.

Beim Schweizer Enthüller werden mit Abstand am wenigsten Kommentare auf der Pinnwand hinterlassen. In 50% der Fälle werden zwischen 0 und 100 und in weiteren 50% zwischen 101 und 200 Kommentare verfasst. Ganz anders hingegen sieht das Bild in Österreich und Deutschland aus. Bei den analysierten Artikeln auf der Seite der Tagespresse werden in knapp 50% zwischen 0 und 200 Kommentare geschrieben.

Kommentare	Österreich		Deutschland		Schweiz	
	Absolute Häufigkeit	Prozente	Absolute Häufigkeit	Prozente	Absolute Häufigkeit	Prozente
0 - 100	13	26%	1	2%	25	50%
101 - 200	12	24%	1	2%	25	50%
201 - 300	8	16%	3	6%	0	0%
301 - 400	5	10%	3	6%	0	0%
401 - 500	3	6%	3	6%	0	0%
501 - 600	3	6%	3	6%	0	0%
601 - 700	0	0%	4	8%	0	0%
701 - 800	2	4%	2	4%	0	0%
801 - 900	0	0%	3	6%	0	0%
901 - 1000	2	4%	2	4%	0	0%
> 1001	2	4%	25	50%	0	0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

*Tabelle 10: Anzahl der Kommentare*

In weiteren 26% liegt die Anzahl der Kommentare zwischen 201 und 400. Über 1001 Kommentare werden in 4% der Fälle verfasst. Der größte Unterschied jedoch zeigt sich beim deutschen Postillon. Hier gibt es mit Abstand am meisten Kommentare. In 50% der analysierten Beiträge sind über 1001 Kommentare vorhanden. Hingegen nur 4% befinden sich zwischen 0 und 200. Die restlichen 46% teilen sich recht gleichmäßig auf eine Bandbreite zwischen 201 und 1000 Kommentaren auf. Das Ergebnis stellt jedoch keine große Überraschung dar, wenn man die Zahlen wieder im Verhältnis zu den Followerzahlen der jeweiligen Satireseite betrachtet.

Ein ähnliches Bild zeigt sich auch bei der Analyse der Anzahl der Shares. Die Anzahl der Shares gibt an, wie oft ein Satirebeitrag auf Facebook geteilt wird. Damit kann die Aufmerksamkeit einer weiteren Personengruppe erlangt werden, welche beispielsweise keine Follower der jeweiligen Satireseite sind.

Shares	Österreich		Deutschland		Schweiz	
	Absolute Häufigkeit	Prozente	Absolute Häufigkeit	Prozente	Absolute Häufigkeit	Prozente
0 - 100	7	14%	1	2%	16	32%
101 - 200	11	22%	0	0%	34	68%
201 - 300	7	14%	2	4%	0	0%
301 - 400	8	16%	2	4%	0	0%
401 - 500	4	8%	2	4%	0	0%
501 - 600	5	10%	1	2%	0	0%
601 - 700	2	4%	0	0%	0	0%
701 - 800	1	2%	1	2%	0	0%
801 - 900	3	6%	3	6%	0	0%
901 - 1000	0	0%	2	4%	0	0%
> 1001	2	4%	36	72%	0	0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

*Tabelle 11: Anzahl der Shares*

Wie Tabelle 11 verdeutlicht, liegt auch hier Deutschland im absoluten Spitzenfeld, gefolgt von Österreich und der Schweiz. Beim deutschen Satireformat werden 72% der

Beiträge über 1001 Mal geteilt. Zwischen 0 und 100 Shares gibt es in nur 2% der Fälle. In weiteren 14% liegt die Anzahl der geteilten Beiträge zwischen 201 und 600. Die restlichen 12% verteilen sich auf einen Bereich zwischen 701 und 1000 Shares. Bei der Tagespresse werden in 36% der Fälle die Beiträge zwischen 0 und 200 Mal und in 30% zwischen 201 und 400 Mal geteilt. Weitere 18% liegen in einem Bereich zwischen 401 und 600 und 12% zwischen 601 und 800. Nur 4% der Beiträge werden über 1001 Mal geteilt. Die mit Abstand am wenigsten geteilten Artikel hat die Schweizer Satireseite. Hier werden die Beiträge in 32% der Fälle zwischen 0 und 100 Mal und in weiteren 68% zwischen 101 und 200 Mal geteilt.

Im darauffolgenden Analyseschritt wird die Gesamtanzahl aller Likes ausgewertet. Die Anzahl aller Likes (gesamt) umfasst sechs Kategorien von Likes, nämlich „Like“, „Haha“, „Love“, „Wow“, „Sad“ und „Angry“. Grundsätzlich ist zu erwähnen, dass die Likes „Like“ (=Gefällt mir), „Haha“ (=Lachen), „Love“ (=Liebe) und „Wow“ (=Erstaunen) als positive, also zustimmende Likes bewertet werden. Die „Sad“ und „Angry“ - Likes, die Trauer und Wut signalisieren, werden hingegen als negativ bzw. Ablehnung betrachtet.

Wie bereits bei den Analyseergebnissen der Kommentare und Shares ergibt sich auch hier eine ähnliche Aufteilung.

Likes (Gesamt)	Österreich		Deutschland		Schweiz	
	Absolute Häufigkeit	Prozente	Absolute Häufigkeit	Prozente	Absolute Häufigkeit	Prozente
0	0	0%	0	0%	0	0%
1 - 500	1	2%	0	0%	50	100%
501 - 1000	5	10%	1	2%	0	0%
1001 - 2000	15	30%	0	0%	0	0%
2001 - 3000	11	22%	2	4%	0	0%
3001 - 4000	4	8%	2	4%	0	0%
4001 - 5000	4	8%	1	2%	0	0%
5001 - 6000	5	10%	2	4%	0	0%
6001 - 7000	4	8%	3	6%	0	0%
7001 - 8000	0	0%	2	4%	0	0%
8001 - 9000	0	0%	5	10%	0	0%
9001 - 10000	1	2%	2	4%	0	0%
> 10001	0	0%	30	60%	0	0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Tabelle 12: Anzahl der Likes (Gesamt)

Wie Tabelle 12 zeigt, liegt beim Schweizer Enthüller die Gesamtanzahl der Likes der jeweiligen Beiträge in einer Bandbreite zwischen 1 und 500. Ein deutlich anderes Ergebnis ergibt sich bei der Analyse der deutschen Konkurrenzplattform. In 60% der

Fälle beträgt die Anzahl der Likes hier über 10001. 24% der gesamten Likes liegen zwischen 6001 und 10000 und weitere 14% zwischen 2001 und 6000 Mal. Nur 2% der Likes befinden sich in einem Bereich zwischen 501 und 1000. Die österreichische Tagespresse liegt im Mittelfeld der drei Formate. Wie auch bei der Schweizer Satireseite wird kein Beitrag mehr als 10001 Mal geliked. 2% der Artikel bekommen jedoch zwischen 9001 und 10000 Likes. Zwischen 3001 und 7000 Mal werden 34% der Satirebeiträge geliked. Jedoch der Großteil, nämlich 62%, liegen in einer Bandbreite zwischen 501 und 3000. Die restlichen 2% werden zwischen 1 und 500 Mal geliked.

Die Tabellen 13 bis 18 stellen nun die detaillierteren Ergebnisse nach den verschiedenen Arten von Likes tabellarisch dar.

Die erste Variante stellt den „Like“ - Like Button dar. Dieser steht grundsätzlich für „Gefällt mir“ und drückt Zustimmung zum veröffentlichten Artikel aus. Es ist der wohl bekannteste und am längsten existierende Button, welcher mit einem „Daumen hoch“ Symbol dargestellt wird. Auf allen drei Satireseiten wird dieser mit Abstand am häufigsten von allen sechs Varianten gewählt. Beim Schweizer Enthüller wird er in 100% der Fälle zwischen 1 und 500 Mal betätigt. Bei der Tagespresse sind es gerade einmal 8% in dieser Bandbreite. 90% der österreichischen „Gefällt mir“ Angaben liegen in einem Bereich zwischen 501 und 4000 Mal. Die restlichen 2% erreichen zwischen 6001 und 7000 Likes.

"Like" - Likes	Österreich		Deutschland		Schweiz	
	Absolute Häufigkeit	Prozente	Absolute Häufigkeit	Prozente	Absolute Häufigkeit	Prozente
0	0	0%	0	0%	0	0%
1 - 500	4	8%	1	2%	50	100%
501 - 1000	13	26%	0	0%	0	0%
1001 - 2000	16	32%	2	4%	0	0%
2001 - 3000	9	18%	3	6%	0	0%
3001 - 4000	7	14%	4	8%	0	0%
4001 - 5000	0	0%	4	8%	0	0%
5001 - 6000	0	0%	5	10%	0	0%
6001 - 7000	1	2%	3	6%	0	0%
7001 - 8000	0	0%	3	6%	0	0%
8001 - 9000	0	0%	4	8%	0	0%
9001 - 10000	0	0%	0	0%	0	0%
> 10001	0	0%	21	42%	0	0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Tabelle 13: Anzahl der "Like" - Likes

Ganz anders verhält es sich mit den Ergebnissen des deutschen Postillon. Hier wird in 42% der Fälle der Like - Button über 10001 Mal gedrückt. Weitere 30% befinden sich in

einem Bereich zwischen 5001 und 9000 und 26% zwischen 1001 und 5000. In nur 2% der Fälle wird der Beitrag zwischen 1 und 500 Mal mit „Gefällt mir“ geliked. In jedem Land wird dieser Like - Button damit bei jedem Artikel mindestens einmal betätigt.

Die zweite Variante stellt den „Haha“ - Like dar. Er drückt grundsätzlich „Lachen“ aus und wird mit einem breit grinsenden Smile charakterisiert. Dieser Button wird als positiver und damit zustimmender Like gewertet. Der „Haha“ - Like gehört wie die noch folgenden vier Like - Arten zu den neueren Facebook - Buttons, welche erst im Jahr 2016 hinzugefügt wurden.

"Haha" - Likes	Österreich		Deutschland		Schweiz	
	Absolute Häufigkeit	Prozente	Absolute Häufigkeit	Prozente	Absolute Häufigkeit	Prozente
0	0	0%	0	0%	15	30%
1 - 500	10	20%	1	2%	35	70%
501 - 1000	19	38%	3	6%	0	0%
1001 - 2000	11	22%	6	12%	0	0%
2001 - 3000	9	18%	5	10%	0	0%
3001 - 4000	1	2%	9	18%	0	0%
4001 - 5000	0	0%	1	2%	0	0%
5001 - 6000	0	0%	5	10%	0	0%
6001 - 7000	0	0%	3	6%	0	0%
7001 - 8000	0	0%	3	6%	0	0%
8001 - 9000	0	0%	2	4%	0	0%
9001 - 10000	0	0%	3	6%	0	0%
> 10001	0	0%	9	18%	0	0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

*Tabelle 14: Anzahl der "Haha" - Likes*

Tabelle 14 zeigt erstmals, dass nicht jeder verfügbare Like - Button auf den drei Satireseiten immer zur Anwendung kommt. Beim Schweizer Satireformat wird der „Haha“ - Button in 30% der Fälle nämlich gar nicht betätigt. Die restlichen 70% teilen sich auf einen Bereich zwischen 1 und 500 auf. Die Artikel der österreichischen Tagespresse werden in 58% zwischen 1 und 1000 Mal geliked. In weiteren 40% wird der Haha - Button zwischen 1001 und 3000 Mal betätigt. In nur 2% der Fälle befindet sich die Like - Anzahl zwischen 3001 und 4000. In der Schweiz und Österreich wird der Haha - Button damit deutlich weniger oft benutzt als in Deutschland. Beim deutschen Postillon liegen 20% in einem Bereich zwischen 1 und 2000, 30% zwischen 2001 und 5000 und 22% zwischen 5001 und 8000 Mal. In weiteren 10% der Fälle werden die Artikel zwischen 8001 und 10000 und in 18% sogar über 10001 Mal geliked.

Der „Love“ – Like stellt einen weiteren Facebook Button dar. Er wird durch ein Herz symbolisiert und soll Liebe ausdrücken. Auch dieser Like wird als Zustimmung zum Artikel gewertet.

"Love" - Likes	Österreich		Deutschland		Schweiz	
	Absolute Häufigkeit	Prozente	Absolute Häufigkeit	Prozente	Absolute Häufigkeit	Prozente
0	0	0%	0	0%	46	92%
1 - 50	35	70%	12	24%	4	8%
51 - 100	11	22%	14	28%	0	0%
101 - 200	4	8%	14	28%	0	0%
201 - 300	0	0%	5	10%	0	0%
301 - 400	0	0%	1	2%	0	0%
401 - 500	0	0%	2	4%	0	0%
501 - 600	0	0%	0	0%	0	0%
601 - 700	0	0%	1	2%	0	0%
701 - 800	0	0%	0	0%	0	0%
801 - 900	0	0%	0	0%	0	0%
901 - 1000	0	0%	0	0%	0	0%
> 1001	0	0%	1	2%	0	0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

*Tabelle 15: Anzahl der "Love" - Likes*

Die Auswertung der Anzahl der Love - Likes in Tabelle 15 ergibt deutlich geringere Häufigkeiten, als die vorangegangenen Like Varianten. In der Schweiz liegt die Höchstanzahl bei gerade einmal 50 und in Österreich bei 200 Likes. In Deutschland wiederum liegt sie bei über 1001 Mal. Beim Enthüller wird der Love - Button in 92% der Fälle überhaupt nicht betätigt und in 8% der Fälle zwischen 1 und 50 Mal. Auch beim österreichischen Format zeigt sich ein geringes Betätigungsniveau. In 70% der Fälle liegt die Anzahl zwischen 1 und 50, in 22% zwischen 51 und 100 und in weiteren 8% zwischen 101 und 200 Mal. Beim deutschen Postillon hingegen wird der Love -Button in 52% zwischen 1 und 100, in 38% zwischen 101 und 300 und in 6% zwischen 301 und 500 Mal gedrückt. Weitere 2% liegen in einem Bereich von 601 und 700 Likes. Über 1001 Love - Likes gibt es ebenfalls in 2% der Fälle.

Bei der vierten Variante handelt es sich um den „Wow“ - Like. Er soll Erstaunen ausdrücken und wird durch ein mit Mund geöffnetes Smile symbolisiert. Er stellt damit die letzte Kategorie der zustimmenden Like - Buttons dar. Auch hier liegen die Klickzahlen wieder deutlich unter dem Niveau der „Like“ und „Haha“ – Likes.

Wie in Tabelle 16 ersichtlich, wird der Wow - Button bei der Tagespresse in 94% der Fälle nur zwischen 1 und 50 Mal betätigt. Die restlichen 6% liegen im Bereich zwischen 51 und 100, was damit auch die Obergrenze beim österreichischen Satireformat darstellt.

"Wow" - Likes	Österreich		Deutschland		Schweiz	
	Absolute Häufigkeit	Prozente	Absolute Häufigkeit	Prozente	Absolute Häufigkeit	Prozente
0	0	0%	0	0%	48	96%
1 - 50	47	94%	12	24%	2	4%
51 - 100	3	6%	14	28%	0	0%
101 - 200	0	0%	8	16%	0	0%
201 - 300	0	0%	7	14%	0	0%
301 - 400	0	0%	3	6%	0	0%
401 - 500	0	0%	4	8%	0	0%
501 - 600	0	0%	1	2%	0	0%
601 - 700	0	0%	0	0%	0	0%
701 - 800	0	0%	0	0%	0	0%
801 - 900	0	0%	0	0%	0	0%
901 - 1000	0	0%	1	2%	0	0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

*Tabelle 16: Anzahl der "Wow" - Likes*

Beim Schweizer Enthüller liegen die Zahlen noch deutlich darunter. Während in 96% der Wow - Button überhaupt nicht zur Anwendung kommt, wird er in 4% der Fälle immerhin zwischen 1 und 50 Mal gedrückt. Die Analyseergebnisse des Postillon liefern auch hier wieder deutliche Unterschiede zu den beiden Konkurrenzformaten. In 52% werden die Artikel zwischen 1 und 100 Mal geliked. 30% befinden sich in einer Bandbreite zwischen 101 und 300 Mal und weitere 16% zwischen 301 und 600 Mal. Wie auch bei der Analyse der Love - Likes wird der Wow - Button in 2% der Fälle über 1001 Mal betätigt.

Zu guter Letzt werden noch die beiden übrigen Kategorien analysiert. Hierzu zählen, wie bereits erwähnt, einerseits die „Sad“ und andererseits die „Angry“ - Likes. Beide Varianten werden als Ablehnung eines Artikels kategorisiert. Der Sad - Button soll Trauer ausdrücken und wird damit grundsätzlich mit negativen Gefühlen verbunden. Er wird durch ein weinendes Smile symbolisiert.

In der folgenden Tabelle ist die Analyse der Anzahl der Sad - Likes dargestellt. Auch hier wird deutlich, dass die Zahl der benutzen Sad - Likes mit 1000 Mal nach oben hin begrenzt ist. Bei keinem Satirebeitrag wird der Button öfters gedrückt. Beim Schweizer Format wird diese Art des Likes überhaupt nicht betätigt. Und auch bei der österreichischen Satireseite liegt die Obergrenze bei 100. In 20% der Fälle wird der Button auch bei der Tagespresse nicht verwendet.

"Sad" - Likes	Österreich		Deutschland		Schweiz	
	Absolute Häufigkeit	Prozente	Absolute Häufigkeit	Prozente	Absolute Häufigkeit	Prozente
0	10	20%	3	6%	50	100%
1 - 50	37	74%	35	70%	0	0%
51 - 100	3	6%	5	10%	0	0%
101 - 200	0	0%	1	2%	0	0%
201 - 300	0	0%	2	4%	0	0%
301 - 400	0	0%	0	0%	0	0%
401 - 500	0	0%	0	0%	0	0%
501 - 600	0	0%	0	0%	0	0%
601 - 700	0	0%	0	0%	0	0%
701 - 800	0	0%	2	4%	0	0%
801 - 900	0	0%	1	2%	0	0%
901 - 1000	0	0%	1	2%	0	0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

*Tabelle 17: Anzahl der "Sad" - Likes*

Der Großteil mit 74% liegt in einem Bereich zwischen 1 und 50 und bei ganzen 6% zwischen 51 und 100. Beim Postillon wiederum wird der Sad - Like deutlich häufiger gedrückt. In 70% wird der Button zwischen 1 und 50 und in 16% zwischen 51 und 300 Mal betätigt. Weitere 6% entfallen auf einen Bereich zwischen 701 und 900 und 2% sogar zwischen 901 und 1000 Mal. In 6% der Fälle wird der Sad - Button jedoch auch beim deutschen Format überhaupt nicht verwendet.

Das „Angry“ - Like wird durch ein finster schauendes Smile dargestellt und soll Wut symbolisieren. Es wird mit Abstand am wenigsten oft gedrückt.

"Angry" - Likes	Österreich		Deutschland		Schweiz	
	Absolute Häufigkeit	Prozente	Absolute Häufigkeit	Prozente	Absolute Häufigkeit	Prozente
0	13	26%	3	6%	50	100%
1 - 50	37	74%	45	90%	0	0%
51 - 100	0	0%	0	0%	0	0%
101 - 200	0	0%	2	4%	0	0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

*Tabelle 18: Anzahl der "Angry" - Likes*

Beim Enthüller wird dieser Button, wie auch das „Sad“ - Like, überhaupt nicht verwendet. Bei der Tagespresse wird der Angry- Button in 26% der Fälle und beim Postillon in 6% der Fälle nicht betätigt. 74% beim österreichischen Format fallen hingegen in einen Bereich zwischen 1 und 50. Bei der deutschen Satireseite ist die Bandbreite noch etwas größer. Hier liegen 90% ebenfalls zwischen 1 und 50 und weitere 4% zwischen 101 und 200 Mal.

Zusammenfassend kann man damit sagen, dass der allgemein und am längsten existierende „Gefällt mir“ - Like, nach wie vor am häufigsten verwendet wird, gefolgt

von den „Haha“, „Love“ und „Wow“ - Likes. Die negativen „Sad“ und „Angry“ - Likes werden hingegen auf allen drei Satireseiten deutlich weniger bis gar nicht gedrückt. Positive Likes werden damit deutlich öfter benutzt als negative.

## 9.2 Beantwortung der Forschungsfrage 2

Im Zuge der Beantwortung der zweiten Forschungsfrage wird der Zusammenhang zwischen dem Thema des Satireartikels und der zugehörigen Reaktion der Leser analysiert. Dazu werden die gewählten Themen mit der Anzahl der Shares, Likes und Kommentare verglichen.

Für die Auswertung wird jeweils eine Kreuztabelle und der zugehörige Chi - Quadrat - Test erstellt. Das Thema stellt dabei die unabhängige Variable und die Anzahl der Shares, Likes bzw. Kommentare die abhängige Variable dar.

In einem ersten Schritt werden die Themen im Verhältnis zur Anzahl der Shares betrachtet.

**Thema \* Shares Kreuztabelle**

Anzahl		Shares										Gesamt
		1-100	101-200	201-300	301-400	401-500	501-600	601-700	701-800	801-900	=>1001	
Thema	Politik	5	3	1	4	1	2	1	1	1	1	20
	Finanzen	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	Bildung	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	Kultur	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	Sport	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
	Film und Medien	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	3
	Chronik	1	5	6	4	3	1	0	0	1	1	22
	Wissenschaft	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Gesamt		7	11	7	8	4	5	2	1	3	2	50

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	60.058 <sup>a</sup>	63	.582
Likelihood-Quotient	40.770	63	.987
Zusammenhang linear mit-linear	.039	1	.843
Anzahl der gültigen Fälle	50		

a. 80 Zellen (100.0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist .02.

*Tabelle 19: Thema - Anzahl der Shares (Tagespresse)*

In Tabelle 19 kann man die Ergebnisse der österreichischen Tagespresse sehen. Die Kreuztabelle zeigt sehr deutlich, dass die Beiträge zum Thema Chronik mit 44% und zum Thema Politik mit 40% am häufigsten geteilt werden. Weit dahinter mit nur 6% folgt das Thema Film und Medien. Jeweils 2% entfallen auf die Themen Finanzen, Bildung,

Kultur, Sport und Wissenschaft. Der Großteil der Shares befindet sich bei den Themen Politik (65%) und Chronik (73%) in einem Bereich zwischen 1 und 400. Jeweils ein Artikel wird bei diesen beiden Themen über 1001 Mal geteilt. Beim Thema Film und Medien liegen 67% der Shares in einem Bereich zwischen 501 und 700.

Der Chi - Quadrat -Test nach Pearson ergibt einen Wert von 60.058<sup>a</sup> und die asymptotische Signifikanz beträgt 0.582. Da der Wert deutlich höher als 0.05 ist, besteht kein signifikanter Zusammenhang zwischen dem Thema des Artikels und der Anzahl der Shares.

Tabelle 20 stellt die Ergebnisse des deutschen Postillon dar. Auch hier ist zu erkennen, dass das Thema Chronik mit 62% am öftesten geteilt wird. Dahinter befinden sich die Themen Politik mit 14% und Film und Medien mit 10%. Mit jeweils 4% folgen die Themen Wirtschaft, Sport und Wissenschaft. Die restlichen 2% entfallen auf das Thema Umwelt. Die Anzahl der geteilten Beiträge ist beim deutschen Format deutlich größer als bei den beiden Konkurrenzseiten. Beim Thema Chronik werden 61% und beim Thema Film und Medien 60% aller Beiträge über 1001 Mal geteilt. Auch die Anzahl der Shares aller Beiträge zum Thema Politik, Wirtschaft, Sport, Wissenschaft und Umwelt liegt bei über 1001.

**Thema \* Shares Kreuztabelle**

Anzahl		Shares									Gesamt
		1-100	201-300	301-400	401-500	501-600	701-800	801-900	901-1000	=>1001	
Thema	Politik	0	0	0	0	0	0	0	0	7	7
	Wirtschaft	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2
	Sport	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2
	Film und Medien	0	1	0	0	0	0	1	0	3	5
	Chronik	1	1	2	2	1	1	2	2	19	31
	Wissenschaft	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2
	Umwelt	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Gesamt		1	2	2	2	1	1	3	2	36	50

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	13.925 <sup>a</sup>	48	1.000
Likelihood-Quotient	16.076	48	1.000
Zusammenhang linear-mit-linear	2.260	1	.133
Anzahl der gültigen Fälle	50		

a. 61 Zellen (96.8%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist .02.

*Tabelle 20: Thema - Anzahl der Shares (Postillon)*

Ähnlich wie beim österreichischen Format ergibt die Analyse auch hier keinen signifikanten Zusammenhang zwischen den beiden Variablen, da das Chi - Quadrat einen Wert von 13.925<sup>a</sup> aufweist und der p - Wert bei 1 liegt.

Die Ergebnisse des Schweizer Enthüllers sind in Tabelle 21 dargestellt. 32% der Artikel werden, wie bereits in Punkt 9.1 erwähnt, überhaupt nicht geteilt. Die restlichen 68% der Satirebeiträge liegen alle in einem Bereich zwischen 1 und 100 Shares. Damit ist die Anzahl deutlich geringer als beim deutschen und österreichischen Format. Von den geteilten Beiträgen entfallen 56% auf das Thema Chronik, 17% auf das Thema Politik und 15% auf das Thema Religion. Dahinter folgen die Themen Film und Medien mit 6% und Wissenschaft und Technologie mit jeweils 3%. Die Artikel zum Thema Umwelt werden überhaupt nicht geteilt.

Der Chi - Quadrat Test führt zu einem Ergebnis in Höhe von 11.756<sup>a</sup>. Die asymptotische Signifikanz ist mit 0.068 zwar deutlich kleiner als beim deutschen und österreichischen Konkurrenzformat, jedoch ergibt sich auch hier kein signifikanter Zusammenhang.

**Thema \* Shares Kreuztabelle**

Anzahl

		Shares		Gesamt
		0	1-100	
Thema	Politik	2	6	8
	Film und Medien	5	2	7
	Chronik	6	19	25
	Wissenschaft	0	1	1
	Religion	1	5	6
	Technologie	0	1	1
	Umwelt	2	0	2
Gesamt		16	34	50

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	11.756 <sup>a</sup>	6	.068
Likelihood-Quotient	12.353	6	.055
Zusammenhang linear-mit-linear	.126	1	.723
Anzahl der gültigen Fälle	50		

a. 11 Zellen (78.6%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist .32.

*Tabelle 21: Thema - Anzahl der Shares (Enthüller)*

Die Reihung der am häufigsten geteilten Beiträge nach Themengebieten ist somit in allen drei Ländern dieselbe, da Chronik auf dem ersten und Politik auf dem zweiten Platz liegt.

Bei der Tagespresse und beim Postillon folgt das Thema Film und Medien, beim Schweizer Format hingegen das Thema Religion.

Die prozentuelle Aufteilung ergibt ebenfalls unterschiedliche Ergebnisse. Grundsätzlich gibt es auch bei den gewählten Satirethemen Unterschiede, da beispielsweise das Thema Finanzen nur beim österreichischen Format zu finden ist. Die Bandbreite der Anzahl der Shares ist in den drei Ländern ebenfalls unterschiedlich groß. Während die Artikel beim deutschen Postillon mit Abstand am öftesten geteilt werden, werden die Beiträge des Schweizer Formats teilweise überhaupt nicht geteilt. Nichtsdestotrotz besteht bei allen drei Satireseiten kein signifikanter Zusammenhang zwischen dem Thema des Artikels und der Anzahl der Shares.

Im nächsten Schritt wird die Anzahl der Likes je Thema betrachtet. Hierbei wird zuerst die Gesamtanzahl der Likes, welche sich aus allen Kategorien von Likes (Like, Haha, Wow, Love, Angry und Sad) zusammensetzen, analysiert. Wie in Punkt 9.1 bereits näher ausgeführt, macht die Anzahl der „Sad“ und „Angry“ - Likes nur einen geringen Anteil an der Gesamtanzahl aus, da sie viel seltener betätigt werden als die restlichen. Da der überwiegende Teil der Like - Varianten Zustimmung zum Artikel signalisiert, wird auch die Anzahl der Likes (gesamt) als positive Reaktion auf die verschiedenen Themen betrachtet.

Um allerdings auch zu untersuchen, ob bestimmte Themen negativer bewertet werden als andere, wird anschließend separat noch die Anzahl der „Sad“ - und „Angry“ - Likes je Thema analysiert.

Wie in Tabelle 22 ersichtlich werden bei der österreichischen Tagespresse die Themen Chronik mit 44% und Politik mit 40% am häufigsten geliked. Weit dahinter mit nur 6% liegt das Thema Film und Medien. Die Anzahl der Likes (gesamt) liegt beim Thema Politik mit 60% in einer Bandbreite zwischen 1 und 3000 und beim Thema Chronik mit 72% in einer Bandbreite zwischen 1001 und 3000 Likes. Nur 2%, was genau einem Artikel in der Stichprobe entspricht, werden zwischen 9001 und 10000 Mal geliked. Interessanterweise fallen diese in den Bereich Sport.

Der Chi - Quadrat Test ergibt einen Wert in Höhe von 100.747<sup>a</sup> und eine asymptotische Signifikanz von 0, was einen signifikanten Zusammenhang zwischen den beiden Variablen bedeutet.

**Thema \* Likes (Gesamt) Kreuztabelle**

Anzahl

		Likes (Gesamt)									Gesamt
		1-500	501-1000	1001-2000	2001-3000	3001-4000	4001-5000	5001-6000	6001-7000	9001-10000	
Thema	Politik	1	4	4	3	1	3	1	3	0	20
	Finanzen	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
	Bildung	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
	Kultur	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
	Sport	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
	Film und Medien	0	0	1	0	2	0	0	0	0	3
	Chronik	0	0	8	8	1	3	1	1	0	22
	Wissenschaft	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Gesamt		1	5	15	11	4	4	5	4	1	50

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotisch e Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	100.747 <sup>a</sup>	56	.000
Likelihood-Quotient	47.183	56	.793
Zusammenhang linear-mit-linear	.234	1	.629
Anzahl der gültigen Fälle	50		

a. 70 Zellen (97,2%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,02.

*Tabelle 22: Thema - Anzahl der Likes gesamt (Tagespresse)*

Beim deutschen Postillon wird wiederum das Thema Chronik am häufigsten geliked. Dahinter folgen wie auch bei der Analyse der Anzahl der Shares die Themen Politik und Film und Medien. 60% aller Artikel werden mehr als 10001 Mal geliked. Beiträge zum Thema Chronik fallen mit 45% und politische Artikel mit 100% in diesen Bereich. Auch die restlichen Satirebeiträge zu anderen Themen bekommen überwiegend mehr als 10001 Likes. Nur ein Artikel wird weniger als 1001 Mal geliked, er fällt in den Bereich Chronik.

**Thema \* Likes (Gesamt) Kreuztabelle**

Anzahl

		Likes (Gesamt)										Gesamt
		501-1000	2001-3000	3001-4000	4001-5000	5001-6000	6001-7000	7001-8000	8001-9000	9001-10000	=>10001	
Thema	Politik	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7	7
	Wirtschaft	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2
	Sport	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2
	Film und Medien	0	0	1	0	0	0	0	1	0	3	5
	Chronik	1	2	1	1	2	3	2	4	1	14	31
	Wissenschaft	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2
	Umwelt	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Gesamt		1	2	2	1	2	3	2	5	2	30	50

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotisch e Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	28.387 <sup>a</sup>	54	.998
Likelihood-Quotient	25.292	54	1.000
Zusammenhang linear-mit-linear	3.456	1	.063
Anzahl der gültigen Fälle	50		

a. 69 Zellen (98,6%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist ,02.

*Tabelle 23: Thema - Anzahl der Likes gesamt (Postillon)*

Der Chi - Quadrat Test liefert ein Ergebnis von 28.387<sup>a</sup> und einen p - Wert von 0.998, was keinen signifikanten Zusammenhang zwischen dem Thema und der Anzahl der Likes (gesamt) signalisiert.

Die Kreuztabelle in Tabelle 24 zeigt die Ergebnisse des Schweizer Enthüllers. Im Gegensatz zur Analyse der Anzahl an Shares wird jedes Thema mindestens einmal geliked. Grundsätzlich entfallen 50% aller Beiträge, die geliked werden, auf das Thema Chronik, 16% auf das Thema Politik und 14% auf das Thema Film und Medien. Weitere 12% betreffen das Thema Religion und 4% das Thema Umwelt. Die restlichen 4% entfallen mit je 2% auf die Themen Wissenschaft und Technologie. Die Anzahl der Likes fällt zu 100% in einen Bereich zwischen 1 und 500 Mal. Damit liegen die Ergebnisse deutlich unter jenen des deutschen und österreichischen Formats.

**Thema \* Likes (Gesamt) Kreuztabelle**

Anzahl

		Likes (Gesamt) 1-500	Gesamt
Thema	Politik	8	8
	Film und Medien	7	7
	Chronik	25	25
	Wissenschaft	1	1
	Religion	6	6
	Technologie	1	1
	Umwelt	2	2
	<b>Gesamt</b>	<b>50</b>	<b>50</b>

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert
Chi-Quadrat nach Pearson	. <sup>a</sup>
Anzahl der gültigen Fälle	50

a. Es werden keine Statistiken berechnet, da Likes (Gesamt) eine Konstante ist

*Tabelle 24: Thema - Anzahl der Likes gesamt (Enthüller)*

Da alle Werte in dieselbe Bandbreite zwischen 1 und 500 fallen, kann der Chi - Quadrat Test hier keine Ergebnisse liefern.

Der Vergleich der drei Länder ergibt somit nur einen signifikanten Zusammenhang zwischen dem Thema und der Anzahl der Likes (gesamt) bei der österreichischen Tagespresse. Die Themen Chronik und Politik werden bei allen drei Formaten am

häufigsten geliked. Die Anzahl der Likes (gesamt) ist jedoch beim deutschen Format mit Abstand am größten, gefolgt von der Tagespresse.

Bei der Betrachtung der Anzahl der negativen Like - Varianten je Thema ergeben sich ebenfalls sehr interessante Auswertungsergebnisse. Da sowohl der „Sad“ - als auch der „Angry“ - Like nur beim österreichischen und deutschen Satireformat vorkommen, wird für den Schweizer Enthüller keine Kreuztabelle erstellt. Im ersten Schritt wird die Anzahl der „Sad“ - Likes analysiert.

Tabelle 25 zeigt die Ergebnisse der Tagespresse. Es wird deutlich, dass nicht jeder Artikel mit einem traurigen Smile bewertet wird. Bei nur 80% der Satirebeiträge wird der „Sad“ - Button gedrückt. Hierbei entfallen je 45% auf die beiden Themen Chronik und Politik. Je weitere 2,5% betreffen die Themen Finanzen, Bildung, Sport und Wissenschaft. Die Themen Kultur und Film und Medien werden damit nicht negativ bewertet.

**Thema \* Sad Likes Kreuztabelle**

Anzahl

		Sad Likes			Gesamt
		0	1-50	51-100	
Thema	Politik	2	17	1	20
	Finanzen	0	1	0	1
	Bildung	0	1	0	1
	Kultur	1	0	0	1
	Sport	0	1	0	1
	Film und Medien	3	0	0	3
	Chronik	4	16	2	22
	Wissenschaft	0	1	0	1
	Gesamt	10	37	3	50

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	19.157 <sup>a</sup>	14	.159
Likelihood-Quotient	17.203	14	.245
Zusammenhang linear-mit-linear	.578	1	.447
Anzahl der gültigen Fälle	50		

a. 22 Zellen (91.7%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist .06.

Tabelle 25: Thema - Anzahl der "Sad" - Likes (Tagespresse)

Der Qui - Quadrat Test nach Pearson führt mit einem Wert von 19.157<sup>a</sup> und einer asymptotischen Signifikanz von 0.159 zu keinem signifikanten Zusammenhang.

Die Analyse des deutschen Postillon führt hingegen zu etwas anderen Ergebnissen. Der „Sad“ - Button wird hier bei 94% der Artikel gedrückt. 60% davon entfallen dabei auf das Thema Chronik. Mit knapp 15% folgt das Thema Politik und mit weiteren 11% das Thema Film und Medien. Je 4% entfallen auf die Themen Wirtschaft, Sport und Wissenschaft. Die verbleibenden 2% betreffen das Thema Umwelt. Damit wird jedes Thema auch negativ mit dem „Sad“ - Button bewertet.

**Thema \* Sad Likes Kreuztabelle**

Anzahl		Sad Likes								Gesamt
		0	1-50	51-100	101-200	201-300	701-800	801-900	901-1000	
Thema	Politik	0	6	1	0	0	0	0	0	7
	Wirtschaft	0	2	0	0	0	0	0	0	2
	Sport	0	1	1	0	0	0	0	0	2
	Film und Medien	0	3	1	0	0	1	0	0	5
	Chronik	3	22	2	0	2	1	0	1	31
	Wissenschaft	0	1	0	1	0	0	0	0	2
	Umwelt	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Gesamt		3	35	5	1	2	2	1	1	50

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	86.711 <sup>a</sup>	42	.000
Likelihood-Quotient	28.543	42	.944
Zusammenhang linear-mit-linear	2.715	1	.099
Anzahl der gültigen Fälle	50		

a. 55 Zellen (98.2%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist .02.

*Tabelle 26: Thema - Anzahl der "Sad" - Likes (Postillon)*

Interessanterweise führt der Chi-Quadrat Test nach Pearson mit einem p - Wert in Höhe von 0 zu einer asymptotischen Signifikanz zwischen den beiden Variablen.

Die folgenden beiden Tabellen zeigen die Analyseergebnisse der „Angry“ - Likes.

Beim österreichischen Satireformat wird in 37 von 50 Artikel der „Angry“ - Like zwischen 1 und 50 Mal betätigt. Dies bedeutet, dass 74% aller Beiträge der österreichischen Tagespresse auch negative Reaktionen enthalten. Der Großteil davon entfällt wieder auf die beiden Themenbereiche Chronik (45%) und Politik (38%). Der „Angry“ - Button wird bei allen vorkommenden Themen, mit einer einzigen Ausnahme, nämlich dem Thema Bildung, zumindest einmal gedrückt.

### Thema \* Angry Likes Kreuztabelle

Anzahl		Angry Likes		Gesamt
		0	1-50	
Thema	Politik	6	14	20
	Finanzen	0	1	1
	Bildung	1	0	1
	Kultur	0	1	1
	Sport	0	1	1
	Film und Medien	1	2	3
	Chronik	5	17	22
	Wissenschaft	0	1	1
Gesamt		13	37	50

### Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	4.624 <sup>a</sup>	7	.706
Likelihood-Quotient	5.470	7	.603
Zusammenhang linear mit-linear	.383	1	.536
Anzahl der gültigen Fälle	50		

a. 12 Zellen (75.0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist .26.

Tabelle 27: Thema – Anzahl der „Angry“ – Likes (Tagespresse)

Der Chi - Quadrat nach Pearson ergibt einen Wert von 4.624<sup>a</sup> und eine asymptotische Signifikanz von 0.706, was keinen signifikanten Zusammenhang zwischen den Variablen bedeutet.

Beim deutschen Postillon wird der „Angry“ - Button noch deutlich häufiger gewählt als beim österreichischen Satireformat. Wie in Tabelle 28 ersichtlich, wird diese Likeart nur bei drei Artikel überhaupt nicht verwendet. Damit werden, wie auch bei der Analyse der „Sad“ - Likes, 94% aller Beiträge negativ bewertet. Bei 45 Satireartikel wird der „Angry“ - Like zwischen 1 und 50 Mal und bei zwei Beiträgen sogar zwischen 101 und 200 Mal gedrückt. Die Aufteilung auf die Themen ist dieselbe wie bei den „Sad“ - Likes. Rund 60% der „Angry“ - Likes entfallen auf das Thema Chronik. Dahinter folgen die Themen Politik mit 15% und Film und Medien mit 11%. Jeweils weitere 4% betreffen die Themen Wirtschaft, Sport und Wissenschaft und 2% das Thema Umwelt.

Der Qui - Quadrat Test liefert auch hier keinen signifikanten Zusammenhang zwischen dem Thema und der Anzahl der „Angry“ - Likes, da der Wert bei 5.5885<sup>a</sup> liegt.

**Thema \* Angry Likes Kreuztabelle**

Anzahl		Angry Likes			Gesamt
		0	1-50	101-200	
Thema	Politik	0	7	0	7
	Wirtschaft	0	2	0	2
	Sport	0	2	0	2
	Film und Medien	0	4	1	5
	Chronik	3	27	1	31
	Wissenschaft	0	2	0	2
	Umwelt	0	1	0	1
Gesamt		3	45	2	50

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	5.885 <sup>a</sup>	12	.922
Likelihood-Quotient	5.894	12	.921
Zusammenhang linear mit-linear	.006	1	.936
Anzahl der gültigen Fälle	50		

a. 19 Zellen (90.5%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist .04.

Tabelle 28: Thema - Anzahl der "Angry" - Likes (Postillon)

Im folgenden Analyseschritt wird der Zusammenhang zwischen dem Thema und der Anzahl der Kommentare untersucht.

**Thema \* Kommentare Kreuztabelle**

Anzahl		Kommentare									Gesamt
		1-100	101-200	201-300	301-400	401-500	501-600	701-800	901-1000	=>1001	
Thema	Politik	8	4	4	2	1	1	0	0	0	20
	Finanzen	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
	Bildung	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
	Kultur	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
	Sport	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
	Film und Medien	1	0	0	2	0	0	0	0	0	3
	Chronik	4	8	2	1	2	1	2	1	1	22
	Wissenschaft	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Gesamt		13	12	8	5	3	3	2	2	2	50

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	95.205 <sup>a</sup>	56	.001
Likelihood-Quotient	45.259	56	.847
Zusammenhang linear mit-linear	4.564	1	.033
Anzahl der gültigen Fälle	50		

a. 69 Zellen (95.8%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist .04.

Tabelle 29: Thema - Anzahl der Kommentare (Tagespresse)

In Tabelle 29 sind die Ergebnisse der Tagespresse zu sehen. Die Beiträge zu den Themen Chronik (44%) und Politik (40%) werden am häufigsten kommentiert. Im Vergleich zu den Shares und Likes ist die Anzahl der Kommentare beim österreichischen Satireformat jedoch deutlich niedriger. 90% der Anzahl der Kommentare zum Thema Politik entfällt auf einen Bereich zwischen 1 und 400. Beim Thema Chronik liegen etwa 68% der Kommentare in derselben Bandbreite. Nur 4% der Beiträge werden über 1001 Mal kommentiert, wobei diese die Themenbereiche Chronik und Sport betreffen.

Der Chi - Quadrat Test ergibt einen Wert von 95.205<sup>a</sup>. Es besteht somit ein signifikanter Zusammenhang zwischen den beiden Variablen, da der p - Wert bei 0.001 liegt.

Die Beiträge des deutschen Postillon werden wie in Tabelle 30 ersichtlich, wiederum deutlich häufiger als bei den Konkurrenzformaten kommentiert.

**Thema \* Kommentare Kreuztabelle**

Anzahl		Kommentare											Gesamt	
		1-100	101-200	201-300	301-400	401-500	501-600	601-700	701-800	801-900	901-1000	=>1001		
Thema	Politik	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	6	7
	Wirtschaft	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	2
	Sport	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	2
	Film und Medien	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	3	5
	Chronik	1	1	2	1	3	2	2	2	2	2	13	31	
	Wissenschaft	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	2
	Umwelt	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Gesamt		1	1	3	3	3	3	4	2	3	2	25	50	

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	40.122 <sup>a</sup>	60	.977
Likelihood-Quotient	34.111	60	.997
Zusammenhang linear-linear	.230	1	.631
Anzahl der gültigen Fälle	50		

a. 76 Zellen (98.7%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist .02.

*Tabelle 30: Thema - Anzahl der Kommentare (Postillon)*

Die Hälfte aller Artikel beinhaltet über 1001 Kommentare, wobei davon 52% auf das Thema Chronik und 24% auf das Thema Politik entfallen. Nur ein Artikel hat zwischen 1 und 100 Kommentaren. Dieser betrifft wiederum das Thema Chronik.

Der Chi - Quadrat Test zeigt keinen signifikanten Zusammenhang, da die asymptotische Signifikanz einen Wert von 0.977 ergibt.

Beim Schweizer Satireformat hingegen wird die Hälfte aller Beiträge überhaupt nicht kommentiert. Die restlichen 50% beinhalten zwischen 1 und 100 Kommentare.

### Thema \* Kommentare Kreuztabelle

Anzahl		Kommentare		Gesamt
		0	1-100	
Thema	Politik	5	3	8
	Film und Medien	5	2	7
	Chronik	11	14	25
	Wissenschaft	0	1	1
	Religion	2	4	6
	Technologie	0	1	1
	Umwelt	2	0	2
	Gesamt	25	25	50

### Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	6.812 <sup>a</sup>	6	.339
Likelihood-Quotient	8.419	6	.209
Zusammenhang linear mit-linear	.652	1	.420
Anzahl der gültigen Fälle	50		

a. 12 Zellen (85.7%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist .50.

Tabelle 31: Thema - Anzahl der Kommentare (Enthüller)

Davon entfallen 56% auf das Thema Chronik, 16% auf das Thema Religion und 12% auf das Thema Politik. Weitere 8% betreffen das Thema Film und Medien und jeweils 4% entfallen auf die Themen Wissenschaft und Technologie. Nur das Thema Umwelt wird damit weder geteilt noch kommentiert.

Der Chi - Quadrat Test weist mit einem Ergebnis in Höhe von 6.812<sup>a</sup> und einem p - Wert von 0.339, ähnlich wie beim deutschen Postillon und im Gegensatz zur österreichischen Tagespresse, keinen signifikanten Zusammenhang auf.

### 9.3 Beantwortung der Forschungsfrage 3

Die dritte Forschungsfrage beschäftigt sich mit dem Zusammenhang der Humorart eines Artikels und der Reaktion der User. Die Humorart stellt die unabhängige Variable und die Reaktion der User die abhängige Variable dar. Die Reaktion der Leser wird wieder mittels der Anzahl der Shares, Likes und Kommentare bewertet. Jeder Beitrag kann bei der Codierung grundsätzlich mehr als eine Humorart inkludieren. Es handelt sich somit um eine Variable mit Mehrfachantworten. Die Häufigkeit der einzelnen Humorarten wurde bereits in Punkt 9.1 näher ausgeführt. Bei dieser Analyse werden nun die unterschiedlichen Kombinationen von Humorarten je Satireartikel mit der jeweiligen

Anzahl von Shares, Likes und Kommentaren verglichen. Darüber hinaus wird wiederum der Chi - Quadrat Test durchgeführt, um einen möglichen signifikanten Zusammenhang zwischen den beiden Variablen aufzuzeigen.

Im ersten Schritt wird die Reaktion der Leser mittels Anzahl der Shares betrachtet.

**Humorarten \* Shares Kreuztabelle**

Anzahl

		Shares										Gesamt
		1-100	101-200	201-300	301-400	401-500	501-600	601-700	701-800	801-900	=>1001	
Humorarten	Absurdity, Exaggeration, Ridicule	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
	Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire	5	9	2	5	2	1	1	1	2	1	29
	Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire, Stereotype	0	0	3	0	1	2	0	0	1	0	7
	Absurdity, Exaggeration, Sarcasm, Satire	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	Absurdity, Exaggeration, Irreverent Behaviour, Ridicule, Sarcasm, Satire	0	1	1	1	1	0	1	0	0	0	5
	Absurdity, Exaggeration, Irreverent Behaviour, Ridicule, Sarcasm, Satire, Sexual Allusion, Stereotype	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
	Absurdity, Exaggeration, Irreverent Behaviour, Ridicule, Sarcasm, Satire, Stereotype	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	5
	Absurdity, Exaggeration, Malicious Pleasure, Ridicule, Sarcasm, Satire, Sexual Allusion	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
	<b>Gesamt</b>	<b>7</b>	<b>11</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>50</b>

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	56.604 <sup>a</sup>	63	.702
Likelihood-Quotient	46.057	63	.946
Anzahl der gültigen Fälle	50		

a. 79 Zellen (98.8%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist .02.

*Tabelle 32: Humorkombinationen - Anzahl der Shares (Tagespresse)*

Tabelle 33 stellt die Ergebnisse der österreichischen Tagespresse dar. Die Analyse ergibt, dass in 58% der Fälle die Humorkombination „Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire“ mit Abstand am häufigsten geteilt wird. Hierbei befindet sich die Anzahl der Shares mit über 55% in einem Bereich zwischen 1 und 300. Weitere 24% befinden sich in einer Bandbreite zwischen 301 und 500. Nur ein Artikel mit dieser Humorkombination wird über 1001 Mal geteilt. Dahinter folgt mit 14% die Kombination „Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire, Stereotype“. Bei dieser Kombination liegen 43% der Shares zwischen 201 und 300. Je 10% fallen auf die

Humorkombinationen „Absurdity, Exaggeration, Irreverent Behaviour, Ridicule, Sarcasm, Satire“ und „Absurdity, Exaggeration, Irreverent Behaviour, Ridicule, Sarcasm, Satire, Stereotype“. Weitere 2% entfallen je auf die Kombinationen „Absurdity, Exaggeration, Ridicule“, „Absurdity, Exaggeration, Sarcasm, Satire“, „Absurdity, Exaggeration, Irreverent Behaviour, Ridicule, Sarcasm, Satire, Sexual Allusion, Stereotype“ und „Absurdity, Exaggeration, Malicious Pleasure, Ridicule, Sarcasm, Satire, Sexual Allusion“.

Der Qui - Quadrat Test nach Pearson führt zu keinem signifikanten Zusammenhang, da die asymptotische Signifikanz bei 0.702 liegt.

Die Analyse der deutschen Satireseite zeigt, dass beim Postillon deutlich weniger Humorkombinationen vorhanden sind. Ganze 92% der geteilten Artikel beinhalten die Humorarten „Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire“, wobei hier die Anzahl der Shares bei 72% der Fälle bei über 1001 Mal liegt. Nur ein Satireartikel mit dieser Humorkombination wird weniger als 101 Mal geteilt. Die Kombinationen „Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire, Stereotype“ und „Absurdity, Exaggeration, Irreverent Behaviour, Ridicule, Sarcasm, Satire“ folgen mit je 4%. Auch hier liegt der Großteil der Shares in einem Bereich über 1001.

**Humorarten \* Shares Kreuztabelle**

Anzahl		Shares									Gesamt
		1-100	201-300	301-400	401-500	501-600	701-800	801-900	901-1000	=>1001	
Humorarten	Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire	1	2	2	2	1	1	3	1	33	46
	Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire, Stereotype	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2
	Absurdity, Exaggeration, Irreverent Behaviour, Ridicule, Sarcasm, Satire	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2
Gesamt		1	2	2	2	1	1	3	2	36	50

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	12.440 <sup>a</sup>	16	.713
Likelihood-Quotient	6.178	16	.986
Anzahl der gültigen Fälle	50		

a. 26 Zellen (96.3%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist .04.

*Tabelle 33: Humorkombinationen - Anzahl der Shares (Postillon)*

Da der p - Wert des Chi - Quadrat Tests 0.713 beträgt, besteht auch hier kein signifikanter Zusammenhang zwischen den beiden Variablen.

Beim Schweizer Enthüller gibt es ähnlich wie bei der österreichischen Tagespresse wieder deutlich mehr unterschiedliche Humorkombinationen. Wie in Tabelle 34 ersichtlich, ergibt die Analyse, dass die Kombination „Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire, Stereotype“ beim Schweizer Format mit 44% am häufigsten geteilt wird. Knapp dahinter mit 38% folgt die Humorkombination „Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire“.

**Humorarten \* Shares Kreuztabelle**

Anzahl		Shares		Gesamt
		0	1-100	
Humorarten	Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire	7	13	20
	Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire, Sexual Allusion	0	1	1
	Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire, Sexual Allusion, Stereotype	1	1	2
	Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire, Stereotype	5	15	20
	Absurdity, Exaggeration, Irreverent Behaviour, Ridicule, Sarcasm, Satire	1	0	1
	Absurdity, Exaggeration, Irreverent Behaviour, Ridicule, Sarcasm, Satire, Sexual Allusion, Stereotype	0	1	1
	Absurdity, Exaggeration, Irreverent Behaviour, Ridicule, Sarcasm, Satire, Stereotype	2	3	5
Gesamt		16	34	50

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	4.044 <sup>a</sup>	6	.671
Likelihood-Quotient	4.793	6	.571
Anzahl der gültigen Fälle	50		

a. 10 Zellen (71.4%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist .32.

*Tabelle 34: Humorkombinationen - Anzahl der Shares (Enthüller)*

Mit etwa 9% liegt die Kombination „Absurdity, Exaggeration, Irreverent Behaviour, Ridicule, Sarcasm, Satire, Stereotype“ auf dem dritten Platz. Weitere 3% entfallen je auf die Humorkombinationen „Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire, Sexual Allusion“, „Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire, Sexual Allusion, Stereotype“ und „Absurdity, Exaggeration, Irreverent Behaviour, Ridicule, Sarcasm,

Satire, Sexual Allusion, Stereotype“. Interessanterweise weist die Kombination „Absurdity, Exaggeration, Irreverent Behaviour, Ridicule, Sarcasm, Satire“ überhaupt keine Shares auf.

Der Chi - Quadrat Test nach Pearson ergibt einen Wert in Höhe von 4.044<sup>a</sup> und eine asymptotische Signifikanz von 0.671. Somit existiert auch hier kein signifikanter Zusammenhang.

Die drei Länder liefern damit recht ähnliche Ergebnisse. Sowohl in Deutschland als auch in Österreich wird die Humorkombination „Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire“ am häufigsten geteilt. Diese liegt beim Schweizer Format auf dem zweiten Platz. Beim Enthüller wiederum gibt es die größte Anzahl von Shares bei den Artikeln mit den Humorarten „Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire, Stereotype“. Diese werden sowohl beim österreichischen, als auch beim deutschen Format am zweithäufigsten gewählt. Alle Ergebnisse liefern keinen signifikanten Zusammenhang zwischen den beiden Variablen.

Als nächstes wird das Verhältnis zwischen den Humorkombinationen und der Anzahl der Likes untersucht. Im ersten Schritt wird dabei wiederum die Gesamtanzahl aller Likes, die sich aus allen sechs Like - Arten zusammensetzt, analysiert. Um auch den Einfluss der negativen Like - Varianten zu untersuchen, wird im Anschluss die Anzahl der „Sad“- und „Angry“- Likes im Verhältnis zu den Humorarten näher betrachtet.

**Humorarten \* Likes (Gesamt) Kreuztabelle**

Anzahl		Likes (Gesamt)									Gesamt
		1-500	501-1000	1001-2000	2001-3000	3001-4000	4001-5000	5001-6000	6001-7000	9001-10000	
Humorarten	Absurdity, Exaggeration, Ridicule	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
	Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire	0	4	9	7	1	2	2	4	0	29
	Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire, Stereotype	0	0	0	3	1	0	2	0	1	7
	Absurdity, Exaggeration, Sarcasm, Satire	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
	Absurdity, Exaggeration, Irreverent Behaviour, Ridicule, Sarcasm, Satire	0	0	3	0	1	1	0	0	0	5
	Absurdity, Exaggeration, Irreverent Behaviour, Ridicule, Sarcasm, Satire, Sexual Allusion, Stereotype	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
	Absurdity, Exaggeration, Irreverent Behaviour, Ridicule, Sarcasm, Satire, Stereotype	1	0	3	0	0	0	1	0	0	5
	Absurdity, Exaggeration, Malicious Pleasure, Ridicule, Sarcasm, Satire, Sexual Allusion	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
	<b>Gesamt</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>15</b>	<b>11</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>50</b>

### Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	71.971 <sup>a</sup>	56	.074
Likelihood-Quotient	54.079	56	.548
Anzahl der gültigen Fälle	50		

a. 70 Zellen (97.2%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist .02.

Tabelle 35: Humorkombinationen - Anzahl der Likes gesamt (Tagespresse)

Bei der Analyse der Tagespresse ergibt sich bei der Betrachtung der Likes (gesamt) ein ähnliches Ergebnis wie bei den Shares. Mit 58% wird wiederum die Humorkombination „Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire“ am häufigsten geliked. Die Anzahl der Likes (gesamt) ist jedoch deutlich höher als im Vergleich zur Anzahl der Shares. Fast 69% der Likes dieser Humorkombination fallen in einen Bereich zwischen 501 und 3000. Die restlichen 31% liegen in einer Bandbreite zwischen 3001 und 7000 Likes. Die zweithäufigste Kombination mit 14% ist auch hier „Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire, Stereotype“, wobei 57% der Artikel zwischen 2001 und 4000 Likes bekommen. Ein Artikel dieser Humorkombination wird sogar zwischen 9001 und 10000 Mal geliked. Und auch die beiden dritten Plätze mit je 10% betreffen die Humorkombinationen „Absurdity, Exaggeration, Irreverent Behaviour, Ridicule, Sarcasm, Satire“ und Absurdity, Exaggeration, Irreverent Behaviour, Ridicule, Sarcasm, Satire, Stereotype“.

Der Chi - Quadrat Test ergibt einen Wert von 71.971<sup>a</sup> und eine asymptotische Signifikanz in Höhe von 0.074, was somit knapp zu keinem signifikanten Zusammenhang führt.

In Tabelle 36 sind die Ergebnisse des deutschen Postillon zu sehen. Auch hier ergibt sich analog zur Analyse der Shares ein ähnliches Bild. Die Satireartikel mit den Humorarten „Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire“ werden mit 92% am häufigsten geliked. Die Anzahl der Likes (gesamt) liegt dabei in 58% der Fälle bei über 10001. Weitere 24% liegen in einem Bereich zwischen 6001 und 10000 Likes. Mit je weiteren 4% teilen sich die Humorkombinationen „Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire, Stereotype“ und „Absurdity, Exaggeration, Irreverent Behaviour, Ridicule, Sarcasm, Satire“ den zweiten Platz. Auch hier befindet sich der Großteil der Likes (gesamt) bei über 10001.

**Humorarten \* Likes (Gesamt) Kreuztabelle**

Anzahl

		Likes (Gesamt)										Gesamt
		501-1000	2001-3000	3001-4000	4001-5000	5001-6000	6001-7000	7001-8000	8001-9000	9001-10000	= > 10001	
Humorarten	Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire	1	2	2	1	2	2	2	5	2	27	46
	Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire, Stereotype	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2
	Absurdity, Exaggeration, Irreverent Behaviour, Ridicule, Sarcasm, Satire	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	2
Gesamt		1	2	2	1	2	3	2	5	2	30	50

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	8.841 <sup>a</sup>	18	.963
Likelihood-Quotient	6.279	18	.995
Anzahl der gültigen Fälle	50		

a. 29 Zellen (96.7%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist .04.

*Tabelle 36: Humorkombinationen - Anzahl der Likes gesamt (Postillon)*

Der Chi - Quadrat Test nach Pearson ergibt einen p - Wert von 0.963. Damit gibt es keinen signifikanten Zusammenhang zwischen den beiden Variablen.

**Humorarten \* Likes (Gesamt) Kreuztabelle**

Anzahl

		Likes (Gesamt)	Gesamt
		1-500	
Humorarten	Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire	20	20
	Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire, Sexual Allusion	1	1
	Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire, Sexual Allusion, Stereotype	2	2
	Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire, Stereotype	20	20
	Absurdity, Exaggeration, Irreverent Behaviour, Ridicule, Sarcasm, Satire	1	1
	Absurdity, Exaggeration, Irreverent Behaviour, Ridicule, Sarcasm, Satire, Sexual Allusion, Stereotype	1	1
	Absurdity, Exaggeration, Irreverent Behaviour, Ridicule, Sarcasm, Satire, Stereotype	5	5
	Gesamt	50	50

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert
Chi-Quadrat nach Pearson	. <sup>a</sup>
Anzahl der gültigen Fälle	50

a. Es werden keine Statistiken berechnet, da Likes (Gesamt) eine Konstante ist

*Tabelle 37: Humorkombinationen - Anzahl der Likes gesamt (Enthüller)*

Die Analyse des Schweizer Enthüllers zeigt, dass jede Humorkombination mindestens einmal geliked wird. Damit unterscheiden sich die Ergebnisse der Likes (gesamt) von den Ergebnissen der Shares. Mit je 40% werden die Humorarten „Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire“ und „Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire, Stereotype“ mit Abstand am häufigsten geliked. Weitere 10% entfallen auf die Humorkombination „Absurdity, Exaggeration, Irreverent Behaviour, Ridicule, Sarcasm, Satire, Stereotype“.

Da die Anzahl der Likes (gesamt) bei allen Humorkombinationen zwischen 1 und 500 liegt, führt der Chi - Quadrat Test zu keinem Ergebnis.

Damit gibt es auch hier wieder sehr starke Ähnlichkeiten zwischen den Ländern bei den gewählten Humorkombinationen. Ein signifikanter Zusammenhang zwischen den Humorarten und der Anzahl der Likes besteht jedoch bei keinem der drei Satireformate.

Die Analyse der „Sad“ - und „Angry“ - Likes liefert ebenfalls interessante Ergebnisse.

Wie in Tabelle 38 ersichtlich ist, wird der „Sad“- Button bei der Humorkombination „Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire“ in 55% der Fälle gedrückt.

**Humorarten \* Sad Likes Kreuztabelle**

Anzahl

Humorarten	Anzahl	Sad Likes			Gesamt
		0	1-50	51-100	
Absurdity, Exaggeration, Ridicule	0	0	1	0	1
Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire	7	7	21	1	29
Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire, Stereotype	0	0	7	0	7
Absurdity, Exaggeration, Sarcasm, Satire	0	0	1	0	1
Absurdity, Exaggeration, Irreverent Behaviour, Ridicule, Sarcasm, Satire	2	2	3	0	5
Absurdity, Exaggeration, Irreverent Behaviour, Ridicule, Sarcasm, Satire, Sexual Allusion, Stereotype	1	1	0	0	1
Absurdity, Exaggeration, Irreverent Behaviour, Ridicule, Sarcasm, Satire, Stereotype	0	0	3	2	5
Absurdity, Exaggeration, Malicious Pleasure, Ridicule, Sarcasm, Satire, Sexual Allusion	0	0	1	0	1
<b>Gesamt</b>		<b>10</b>	<b>37</b>	<b>3</b>	<b>50</b>

### Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	20.285 <sup>a</sup>	14	.121
Likelihood-Quotient	17.700	14	.221
Anzahl der gültigen Fälle	50		

a. 21 Zellen (87.5%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist .06.

Tabelle 38: Humorkombinationen - Anzahl der "Sad"- Likes (Tagespresse)

18% entfallen auf die Kombination „Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire, Stereotype“ und weitere 13% auf die Humorkombination „Absurdity, Exaggeration, Irreverent behaviour, Ridicule, Sarcasm, Satire, Stereotype“. Mit Ausnahme der Humorkombination „Absurdity, Exaggeration, Irreverent behaviour, Ridicule, Sarcasm, Satire, Sexual Allusion, Stereotype“ wird jede Kombination mindestens einmal mit dem „Sad“ - Button bewertet.

Der Chi - Quadrat Test nach Pearson führt mit einem Wert in Höhe von 20.285<sup>a</sup> und einer asymptotischen Signifikanz von 0.121 zu keinem signifikanten Zusammenhang zwischen den Variablen.

Beim deutschen Postillon hingegen wird jede Humorkombination auch mindestens einmal mit dem „Sad“ - Like bewertet.

### Humorarten \* Sad Likes Kreuztabelle

Anzahl		Sad Likes								Gesamt
		0	1-50	51-100	101-200	201-300	701-800	801-900	901-1000	
Humorarten	Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire	3	32	4	1	2	2	1	1	46
	Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire, Stereotype	0	1	1	0	0	0	0	0	2
	Absurdity, Exaggeration, Irreverent Behaviour, Ridicule, Sarcasm, Satire	0	2	0	0	0	0	0	0	2
Gesamt		3	35	5	1	2	2	1	1	50

### Chi-Quadrat-Tests

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	4.720 <sup>a</sup>	14	.989
Likelihood-Quotient	4.123	14	.995
Anzahl der gültigen Fälle	50		

a. 23 Zellen (95.8%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist .04.

Tabelle 39: Humorkombinationen - Anzahl der "Sad"-Likes (Postillon)

92% davon entfallen auf die Kombination „Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire“. Je weitere 4% betreffen die Humorkombinationen „Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire, Stereotype“ und „Absurdity, Exaggeration, Irreverent Behaviour, Ridicule, Sarcasm, Satire“. Der „Sad“ - Button wird jedoch deutlich häufiger als beim österreichischen Satireformat gedrückt.

Der Chi - Quadrat Test führt auch beim deutschen Format zu keinem signifikanten Zusammenhang.

Die Analyse der Anzahl der „Angry“ - Likes im Verhältnis zu den unterschiedlichen Humorkombinationen liefert folgende Ergebnisse.

**Humorarten \* Angry Likes Kreuztabelle**

Anzahl		Angry Likes		Gesamt
		0	1-50	
Humorarten	Absurdity, Exaggeration, Ridicule	0	1	1
	Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire	11	18	29
	Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire, Stereotype	1	6	7
	Absurdity, Exaggeration, Sarcasm, Satire	1	0	1
	Absurdity, Exaggeration, Irreverent Behaviour, Ridicule, Sarcasm, Satire	0	5	5
	Absurdity, Exaggeration, Irreverent Behaviour, Ridicule, Sarcasm, Satire, Sexual Allusion, Stereotype	0	1	1
	Absurdity, Exaggeration, Irreverent Behaviour, Ridicule, Sarcasm, Satire, Stereotype	0	5	5
	Absurdity, Exaggeration, Malicious Pleasure, Ridicule, Sarcasm, Satire, Sexual Allusion	0	1	1
	<b>Gesamt</b>	<b>13</b>	<b>37</b>	<b>50</b>

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	10.059 <sup>a</sup>	7	.185
Likelihood-Quotient	13.068	7	.070
Anzahl der gültigen Fälle	50		

a. 13 Zellen (81.3%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist .26.

*Tabelle 40: Humorkombinationen - Anzahl der "Angry" - Likes (Tagespresse)*

Wie Tabelle 40 zeigt, wird die Humorkombination „Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire“ mit 48% am häufigsten oft negativ mit dem „Angry“ - Button bewertet. Mit etwa 16% folgt die Kombination „Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire, Stereotype“. Je weitere 14% entfallen auf die Humorkombinationen „Absurdity, Exaggeration, Irreverent Behaviour, Ridicule, Sarcasm, Satire“ und „Absurdity, Exaggeration, Irreverent Behaviour, Ridicule, Sarcasm, Satire, Stereotype“. Nur bei der Humorkombination „Absurdity, Exaggeration, Sarcasm, Satire“ gibt es überhaupt keine „Angry“ - Likes.

Der Chi - Quadrat Test nach Pearson ergibt einen Wert in Höhe von 10.059<sup>a</sup> und eine asymptotische Signifikanz von 0.185. Es liegt somit kein signifikanter Zusammenhang vor.

Beim deutschen Satireformat enthält hingegen jede mögliche Humorkombination auch negative Bewertungen. Der Großteil der Anzahl der „Angry“ - Likes entfällt mit 91% jedoch auf die Kombination „Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire“.

**Humorarten \* Angry Likes Kreuztabelle**

Anzahl		Angry Likes			Gesamt
		0	1-50	101-200	
Humorarten	Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire	3	41	2	46
	Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire, Stereotype	0	2	0	2
	Absurdity, Exaggeration, Irreverent Behaviour, Ridicule, Sarcasm, Satire	0	2	0	2
Gesamt		3	45	2	50

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	.483 <sup>a</sup>	4	.975
Likelihood-Quotient	.881	4	.927
Anzahl der gültigen Fälle	50		

a. 8 Zellen (88.9%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist .08.

Tabelle 41: Humorkombinationen - Anzahl der "Angry" - Likes (Postillon)

Bei dieser Humorkombination liegen 95% der „Angry“ - Likes in einem Bereich zwischen 1 und 50 und 5% zwischen 101 und 200. Auf die beiden weiteren Humorkombinationen „Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire, Stereotype“

und „Absurdity, Exaggeration, Irreverent Behaviour, Ridicule, Sarcasm, Satire“ entfallen je knapp 4,5% aller „Angry“ - Likes, wobei diese alle in einer Bandbreite zwischen 1 und 50 liegen.

Das Chi - Quadrat nach Pearson liefert einen Wert von 0.483<sup>a</sup> und führt mit einem p-Wert von 0.975 zu keinem signifikanten Zusammenhang.

Die Auswertung der Anzahl an „Sad“- und „Angry“ - Likes im Verhältnis zu den verschiedenen Humorkombinationen ergibt somit, dass sowohl beim österreichischen, als auch beim deutschen Satireformat Artikel mit der Humorkombination „Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire“ mit Abstand am häufigsten oft negativ bewertet werden.

Im dritten und letzten Analyseschritt wird noch das Verhältnis der Humorkombinationen zu den Kommentaren näher betrachtet.

**Humorarten \* Kommentare Kreuztabelle**

Anzahl Humorarten		Kommentare									Gesamt
		1-100	101-200	201-300	301-400	401-500	501-600	701-800	901-1000	=>1001	
Absurdity, Exaggeration, Ridicule		0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire		11	8	6	2	0	1	1	0	0	29
Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire, Stereotype		1	1	0	0	0	1	1	2	1	7
Absurdity, Exaggeration, Sarcasm, Satire		0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Absurdity, Exaggeration, Irreverent Behaviour, Ridicule, Sarcasm, Satire		0	2	1	1	1	0	0	0	0	5
Absurdity, Exaggeration, Irreverent Behaviour, Ridicule, Sarcasm, Satire, Sexual Allusion, Stereotype		0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Absurdity, Exaggeration, Irreverent Behaviour, Ridicule, Sarcasm, Satire, Stereotype		1	1	1	1	1	0	0	0	0	5
Absurdity, Exaggeration, Malicious Pleasure, Ridicule, Sarcasm, Satire, Sexual Allusion		0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
<b>Gesamt</b>		<b>13</b>	<b>12</b>	<b>8</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>50</b>

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	97.208 <sup>a</sup>	56	.001
Likelihood-Quotient	55.118	56	.508
Anzahl der gültigen Fälle	50		

a. 70 Zellen (97.2%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist .04.

*Tabelle 42: Humorkombinationen - Anzahl der Kommentare (Tagespresse)*

Bei der österreichischen Tagespresse entfallen 58% der Gesamtkommentare auf die Humorkombination „Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire“. Die Anzahl der Kommentare verteilt sich dabei zu 93% auf einen Bereich zwischen 1 und 400. Damit liegt die Anzahl der Kommentare deutlich unter jenen der Shares und Likes (gesamt). Bei der zweithäufigsten Kombination „Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire, Stereotype“, welche 14% der gesamten Kommentare betreffen, werden jedoch im Vergleich zur Aufteilung der Anzahl der Shares mehr Kommentare als Shares vergeben. 71% der Kommentare bei dieser Humorkombination liegen nämlich in einem Bereich von über 501. Bei weiteren 20% der Kommentare, die sich je gleichmäßig auf die Kombinationen „Absurdity, Exaggeration, Irreverent Behaviour, Ridicule, Sarcasm, Satire“ und „Absurdity, Exaggeration, Irreverent Behaviour, Ridicule, Sarcasm, Satire, Stereotype“ aufteilen, liegt die Anzahl der Kommentare mit unter 500, wieder unter der Anzahl der Shares.

Interessanterweise ergab der Chi - Quadrat Test einen Wert von 97.208a und einen p - Wert von 0.001. Damit liegt ein stark signifikanter Zusammenhang zwischen den Humorkombinationen und der Anzahl der Kommentare vor.

Tabelle 43 zeigt die Analyseergebnisse des deutschen Postillon. Bei 92% der gesamten Kommentare, welche die Kombination „Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire“ betreffen, fallen etwa 48% in einem Bereich von über 1001 Kommentaren.

**Humorarten \* Kommentare Kreuztabelle**

Anzahl		Kommentare											Gesamt
		1-100	101-200	201-300	301-400	401-500	501-600	601-700	701-800	801-900	901-1000	=>1001	
Humorarten	Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire	1	1	3	3	3	3	4	2	3	1	22	46
	Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire, Stereotype	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2
	Absurdity, Exaggeration, Irreverent Behaviour, Ridicule, Sarcasm, Satire	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2
Gesamt		1	1	3	3	3	3	4	2	3	2	25	50

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	14.087 <sup>a</sup>	20	.826
Likelihood-Quotient	8.484	20	.988
Anzahl der gültigen Fälle	50		

a. 32 Zellen (97.0%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist .04.

*Tabelle 43: Humorkombinationen - Anzahl der Kommentare (Postillon)*

Damit liegt auch dieses Verhältnis unter dem der Anzahl der Shares. Bei der Gesamtbetrachtung aller Humorkombinationen befindet sich die Anzahl der Kommentare

in 60% bei über 800 Kommentaren je Artikel. Im Vergleich dazu liegt das Verhältnis der Anzahl der Shares für diesen Bereich bei stolzen 82%.

Der Chi - Quadrat führt im Vergleich zum österreichischen Format jedoch zu keinem signifikanten Zusammenhang, da die asymptotische Signifikanz bei 0.826 liegt.

Auch bei der Analyse des Schweizer Satireformats zeigt sich, dass die Leser den Sharebutton deutlich öfter verwenden, als Kommentare zu verfassen.

**Humorarten \* Kommentare Kreuztabelle**

Anzahl		Kommentare		Gesamt
		0	1-100	
Humorarten	Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire	11	9	20
	Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire, Sexual Allusion	1	0	1
	Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire, Sexual Allusion, Stereotype	1	1	2
	Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire, Stereotype	7	13	20
	Absurdity, Exaggeration, Irreverent Behaviour, Ridicule, Sarcasm, Satire	1	0	1
	Absurdity, Exaggeration, Irreverent Behaviour, Ridicule, Sarcasm, Satire, Sexual Allusion, Stereotype	1	0	1
	Absurdity, Exaggeration, Irreverent Behaviour, Ridicule, Sarcasm, Satire, Stereotype	3	2	5
<b>Gesamt</b>		25	25	50

**Chi-Quadrat-Tests**

	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (zweiseitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	5.200 <sup>a</sup>	6	.518
Likelihood-Quotient	6.389	6	.381
Anzahl der gültigen Fälle	50		

a. 10 Zellen (71.4%) haben eine erwartete Häufigkeit kleiner 5. Die minimale erwartete Häufigkeit ist .50.

*Tabelle 44: Humorkombinationen - Anzahl der Kommentare (Enthüller)*

50% der Satireartikel beinhalten nämlich überhaupt keine Kommentare. Die restlichen 50% liegen in einem Bereich zwischen 1 und 100 Kommentaren. Bei der Analyse der Shares liegt die Anzahl für diesen Bereich bei 68%. Am häufigsten werden die beiden Humorkombinationen „Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire“ mit 36% und „Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire, Stereotype“ mit 52% kommentiert.

Der Chi - Quadrat Test liegt bei 5.200<sup>a</sup> und der p - Wert bei 0.518. Damit besteht kein signifikanter Zusammenhang zwischen den beiden Variablen.

Die Analyse der Anzahl der Kommentare im Verhältnis zu den unterschiedlichen Humorkombinationen ergibt nur bei der österreichischen Tagespresse einen signifikanten Zusammenhang. Interessanterweise stellt sich jedoch heraus, dass die Anzahl der Shares bei allen drei Formaten über der Anzahl der Kommentare liegt.

#### **9.4 Beantwortung der Forschungsfrage 4**

In der vierten und letzten Forschungsfrage geht es um den Vergleich zwischen den theoretischen Grundlagen und den empirischen Forschungsergebnissen.

##### **9.4.1 Die Tagespresse**

Wie sich im Zuge der Recherche der theoretischen Grundlagen zum österreichischen Humor herausstellt, ist es in Österreich üblich, sich gerne über andere lustig zu machen. Der Humor geht dabei auf Kosten anderer und beinhaltet oftmals ein bösesartiges, wenn nicht sogar verletzendes Element. Satire, Sarkasmus und Ironie werden dabei als bevorzugte Humorarten genannt.

Auch im Zuge der Analyse der Satireplattform Tagespresse haben sich diese Annahmen größtenteils bestätigt. Bis auf Ironie, also die indirekte Form des Spotts, kommen alle genannten Humorformen vor. Es werden somit überwiegend Humorarten, welche offensichtlichen Spott und Hohn ausdrücken, verwendet. 49 der 50 analysierten Artikel beinhalten die Humorarten Satire, Sarcasm und Ridicule. Diese genannten Formen bestätigen, dass in Österreich tatsächlich gerne verletzender Humor eingesetzt wird. Auch Irreverent behaviour als Humorart, welche in 11 Beiträgen vorkommt, verdeutlicht diese Tatsache.

Grundsätzlich darf man in Österreich über alles und jeden Spaß machen, mit der winzigen Ausnahme der Themen, Nationalsozialismus und Religion. Diese beiden Bereiche werden laut Literatur mitunter noch als Tabuthemen gesehen. Überraschenderweise gibt es im Zuge der Analyse der Tagespresse ganze drei Artikel, welche das Thema Nationalsozialismus beinhalten. Dies entspricht einer Quote von 6%. Allerdings ist hier interessant zu erwähnen, dass einer dieser drei Artikel, jener mit den wenigsten Likes, Shares und Kommentaren ist. Zum Thema Religion gibt es hingegen keine Beiträge.

Laut den theoretischen Grundlagen werden bevorzugt politische und gesellschaftliche Themen humorvoll verpackt. Dies spiegelt sich auch in der empirischen Forschung wieder. Chronik (44%) und Politik (40%) sind die mit Abstand am häufigsten vorkommenden Themen beim österreichischen Satireformat.

#### **9.4.2 Der Postillon**

Die Literaturrecherche ergibt, ähnlich wie in Österreich, auch im deutschen Nachbarland überwiegend böartigen Humor. Dabei wird sogar betont, dass dieser oftmals über die gesellschaftlichen Konventionen hinausgeht und zu diversen Tabubrüchen führen kann. Viele humorvolle Beiträge werden als sinnlos und ohne jeglichen intellektuellen Anspruch bezeichnet. Als beliebte Humorarten werden Satire und Slapstick genannt. Darüber hinaus besagt die Theorie, dass Humor gerne in übertriebener, provokanter Weise ausgedrückt und als Mittel, um gesellschaftliche Missstände aufzuzeigen, verwendet wird.

Die Forschungsergebnisse der deutschen Satireseite Postillon spiegeln diese genannten theoretischen Grundlagen wieder. In allen 50 analysierten Artikeln kommen die Humorarten Satire, Sarcasm und Ridicule vor. Damit wird sowohl das böartige, als auch das gesellschaftskritische Element von deutschem Humor bestätigt. Auch der Übertreibungsfaktor zeigt sich durch die beiden Humorarten Absurdity und Exaggeration, welche ebenfalls alle Satirebeiträge beinhalten. Die Humorart Slapstick kommt in keinem Satireartikel vor. Dies ist jedoch auch nicht verwunderlich, da es sich hierbei um eine non - verbale Form des Humors handelt und diese im geschriebenen Beitrag nur schwer zu messen ist.

Im Unterschied zu den erfolgreichen deutschen Comedy - Formaten, welche vorwiegend aktuelle und nicht - fiktive Themen bringen, findet man auf der Satireseite eher gegenteilige Beiträge. 68% der Akteure sind nicht real und ganze 56% der Themen nicht aktuell.

Die Theorie besagt, dass auch in Deutschland überwiegend die Themen Politik und Gesellschaft als Grundlage für humoristische Beiträge dienen. Die Analyse des deutschen Postillon führt zu denselben Ergebnissen. Jedoch liegen hier gesellschaftliche Themen mit 62% aller codierten Artikel klar auf dem ersten Platz. Deutlich dahinter mit nur 14% folgen Beiträge zu politischen Themen.

### **9.4.3 Der Enthüller**

Im Gegensatz zu Österreich und Deutschland herrschen in der Schweiz ganz andere Regeln zum Thema Humor. Laut Theorie ist der typische Schweizer Humor keinesfalls bösartig. Ganz im Gegenteil soll dieser deutlich subtiler als in den beiden Nachbarländern sein und darf darüber hinaus kein verletzendes Element beinhalten. Nichtsdestotrotz darf Humor aber absurd sein.

Durch die Analyse der Satireseite Enthüller können diese Thesen nur sehr eingeschränkt bestätigt werden. Die erwähnte Absurdität des Schweizer Humors hat sich als einzige Humorart auch in allen 50 analysierten Satirebeiträgen wiedergespiegelt. Die Tatsache, dass Humor weder böse noch verletzend sein darf, bestätigt sich jedoch nicht. In allen Artikeln kommen die Humorarten Satire, Sarcasm und Ridicule vor, welche Spott ausdrücken und in der Regel darauf abzielen, Personen oder Dinge lächerlich zu machen. Weitere 14% der Satirebeiträge beinhalten die Humorart Irreverent behaviour. Darüber hinaus ist die Humorart Stereotype in 56% der Fälle vertreten. Letztere wiederum spiegeln auch nicht die theoretischen Grundlagen wieder, da diese besagen, dass Schweizer Humor nicht auf Kosten anderer, wie beispielsweise Frauen oder Minderheiten, gehen darf.

Laut Literatur sind die Schweizer jedoch ein sehr selbstironisches Volk und können gut über sich selbst Witze machen. Die Analyseergebnisse bestätigen dies, da die Herkunft der Akteure in den Satirebeiträgen zu 78% die Schweiz betrifft.

Ein weiterer interessanter Aspekt, welcher in der Theorie erwähnt wird, ist die Annahme, dass grundsätzlich über fast alles humorvoll berichtet werden darf. Eine entscheidende Ausnahme stellen jedoch politische Themen dar. Hierzu zählen auch die Schweizer Armee und der Nationalheld Wilhelm Tell. Diese sollen in der Regel nicht Grundlage von Humor sein. Obwohl im überwiegenden Teil, genauer gesagt in 50% der Satireartikel des Enthüllers gesellschaftliche Themen verarbeitet werden, folgen bereits mit 16% politische Themen. Das Thema Politik liegt damit auf Platz zwei. Weder das Thema Armee noch Wilhelm Tell werden als Grundlage für die Schweizer Satireartikel verwendet.

## **10. Interpretation der Ergebnisse**

Die Humorforschung im deutschsprachigen Raum anhand von Online - Satireformaten stellt ein äußerst junges und gerade deshalb auch sehr spannendes Untersuchungsfeld dar.

Die quantitative Inhaltsanalyse hat sich als probates Mittel zur Beantwortung der definierten Forschungsfragen bewährt. Die empirische Analyse hat gezeigt, dass es sowohl länderspezifische Unterschiede wie auch Gemeinsamkeiten beim Thema Humor gibt.

Die erste Forschungsfrage „*Was sind die Gemeinsamkeiten und/ oder Unterschiede der Online - Satireformate in den Ländern Deutschland, Österreich und der Schweiz?*“, kann aufgrund der Ergebnisse der quantitativen Inhaltsanalyse beantwortet werden.

Die Auswertung zeigt, dass die größten Gemeinsamkeiten der drei Facebook - Seiten in den Humorarten, den Themen und in der Art und Herkunft der Akteure liegen. Die Themen Chronik und Politik kommen bei allen drei Formaten am häufigsten vor. Ebenso verhält es sich mit der Art der Akteure. Hierbei gibt es ebenfalls überwiegend gesellschaftliche und politische Akteure. Dieses Ergebnis deckt sich beim österreichischen und deutschen Format mit den theoretischen Grundlagen und stellt somit keine Überraschung dar.

In der Schweiz sieht dies jedoch anders aus. Laut Literatur ist Humor über politische Themen nämlich ein Tabu. Hier führen die theoretischen Grundlagen und empirischen Forschungsergebnisse somit zu unterschiedlichen Ergebnissen.

Bei den Humorarten gibt es ebenfalls Überraschungen. Die am häufigsten verwendeten Arten von Humor sind „Absurdity“, „Exaggeration“, „Ridicule“, „Satire“ und Sarcasm“. Beim deutschen und österreichischen Satireformat decken sich diese Ergebnisse wiederum mit der Literatur. Diese besagt, dass in Österreich und Deutschland ein bösariger und verletzender Humor vorherrscht, der meist die Elemente Spott und Hohn beinhaltet. Letzteres findet sich besonders in den Humorarten Satire und Sarkasmus wieder. Beim Schweizer Format stimmen die Humorarten hingegen nicht mit der Literatur überein. Laut Theorie ist bösariger Humor in der Schweiz nämlich sehr verpönt. Humor darf dort jedoch übertrieben und absurd sein, was sich auch in den Ergebnissen der empirischen Analyse wiederfindet.

Eine weitere Gemeinsamkeit der drei Facebook - Seiten stellt die Herkunft der Akteure dar, da diese überwiegend alle aus demselben Land stammen wie das jeweilige Satireformat. Da sich diese Tatsache auch in der Literatur wiederfindet, war dieses Ergebnis zu erwarten.

Die Analyse zeigt jedoch auch sehr deutlich, dass es einige signifikante Unterschiede zwischen den drei Satireformaten gibt. Diese liegen in der Anzahl der Likes, Shares und

Kommentare. Beim deutschen Postillon werden mit Abstand am meisten Likes, Shares und Kommentare hinterlassen. Eine etwas geringere Anzahl hat die österreichische Tagespresse. Deutlich dahinter jedoch folgt die Schweizer Satireseite mit einer wesentlich geringeren Anzahl aller drei Reaktionsarten. Diese Ergebnisse lassen sich allerdings mit der Anzahl der Facebook - Follower der einzelnen Seiten erklären. Während das deutsche Format etwa 2,8 Millionen Follower hat, sind es bei der Tagespresse rund 350.000 Follower und beim Enthüller nur rund 3000 Follower.

Ein weiterer interessanter Unterschied liegt in der Art der verwendeten Likes. Beim deutschen und österreichischen Format werden alle sechs Like - Buttons betätigt. Es gibt damit sowohl positive, als auch negative Reaktionen auf die Satireartikel. Beim Schweizer Enthüller hingegen werden „Sad“ - und „Angry“ Likes kein einziges Mal gedrückt, womit es laut dieser Analyse nur Zustimmung von den Lesern zu den Beiträgen gibt. Diese Tatsache überrascht jedoch, da wie bereits erwähnt, auch Themen bzw. Humorarten, die laut Literatur nicht erwünscht sind, beim Schweizer Format vorkommen. Natürlich ist es auch möglich, dass Leser, die dem Artikel nicht zustimmen, statt der „Sad“ - und „Angry“ - Likes lieber überhaupt keinen Like - Button drücken. Diese Überlegung lässt sich jedoch mithilfe der quantitativen Inhaltsanalyse leider nicht herausfinden.

Die zweite Forschungsfrage *„Welcher Zusammenhang besteht zwischen dem Thema des Satireartikels und der Reaktion der User und inwieweit stimmt dieser in den Ländern Deutschland, Österreich und der Schweiz überein?“* kann ebenfalls mit der quantitativen Inhaltsanalyse beantwortet werden.

Die Ergebnisse zeigen, dass es bei der österreichischen Tagespresse einen signifikanten Zusammenhang zwischen dem Thema des Artikels und der Anzahl der Likes (gesamt) bzw. Kommentare gibt. Es werden somit beim österreichischen Format bestimmte Themen tendenziell positiver bewertet als andere. Diese Ergebnisse decken sich mit den theoretischen Grundlagen, da laut Literatur besonders in Österreich gerne politische und gesellschaftliche Themen humorvoll verpackt werden. Interessant und unerwartet ist jedoch, dass es bei der österreichischen Tagespresse keinen signifikanten Zusammenhang zwischen Themen und Anzahl der Shares gibt. Der fehlende signifikante Zusammenhang zwischen Themen und den negativen „Sad“- und „Angry“ - Likes spiegelt damit ebenfalls die Ergebnisse der Literaturrecherche wieder.

Die Analyse der deutschen Satireplattform führt hingegen überraschenderweise zu einem signifikanten Zusammenhang zwischen den Themen und der Anzahl der „Sad“ - Likes. Bei allen weiteren Analysen liegt jedoch kein signifikanter Zusammenhang zwischen den Variablen vor. Die Ergebnisse beim deutschen Satireformat sind sehr unerwartet. Da die Artikel wie auch beim österreichischen Format überwiegend politische und gesellschaftliche Themen beinhalten und diese laut Literatur auch in Deutschland besonders beliebt sind, wäre auch hier ein signifikanter Zusammenhang zwischen Thema und positiver Reaktion der User denkbar gewesen. Der signifikante Zusammenhang zwischen den Themen und der negativen Reaktion („Sad“ - Likes) steht damit im Widerspruch zu den theoretischen Grundlagen.

Beim Schweizer Format liegt wiederum überhaupt kein signifikanter Zusammenhang zwischen den Variablen vor. Da auch beim Schweizer Enthüller viele Artikel politische Themen beinhalten und diese laut theoretischen Grundlagen ein Tabuthema darstellen, verwundert der fehlende signifikante Zusammenhang zwischen den Variablen somit nicht. Hier wäre jedoch ein signifikanter Zusammenhang zwischen den Themen und der Anzahl der negativen Like -Arten denkbar gewesen.

Die quantitative Inhaltsanalyse liefert für die dritte Forschungsfrage *„Welcher Zusammenhang besteht zwischen der Art des Humors und der Reaktion der User und inwieweit stimmt dieser in den Ländern Deutschland, Österreich und der Schweiz überein?“* ebenfalls äußerst interessante Ergebnisse. Obwohl beim deutschen Postillon mit Abstand am wenigsten unterschiedliche Humorkombinationen vorkommen, sind die beiden am häufigsten gewählten Kombinationen bei allen drei Satireseiten dieselben. Es handelt sich dabei um die beiden Humorkombinationen „Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire“ und „Absurdity, Exaggeration, Ridicule, Sarcasm, Satire, Stereotype“. Es liegen somit große Gemeinsamkeiten bei den gewählten Humorkombinationen der Artikel vor. Ebenso verhält es sich mit dem Zusammenhang zwischen den Humorkombinationen und der Reaktion der User. Nur bei der Tagespresse gibt es einen signifikanten Zusammenhang zwischen den Humorkombinationen und der Anzahl der Kommentare. Dies bedeutet, dass bestimmte Humorkombinationen beim österreichischen Format öfter kommentiert werden als andere. Alle weiteren Analysen in Bezug auf die Anzahl der Shares, Likes und Kommentare zeigen keine signifikanten Zusammenhänge zwischen den Variablen.

Beim Schweizer Format ist dies nicht weiter überraschend, da es sich Großteils um böartigen und verletzenden Humor handelt und dies bei den Schweizern laut Literatur nicht gut ankommt. Obwohl die Humorarten Absurdität und Übertreibung zwar auch in allen Humorkombinationen vorkommen, überwiegen diese jedoch offensichtlich nicht die gemeinen bzw. spottartigen Humorarten. Beim deutschen und österreichischen Satireformat wären hingegen deutlich mehr signifikante Zusammenhänge denkbar gewesen, da die Artikel genau die Humorkombinationen beinhalten, welche laut theoretischen Grundlagen in den Ländern üblich sind. Immerhin der fehlende Zusammenhang zwischen den Humorkombinationen und den negativen „Sad“- bzw. „Angry“-Likes bestätigt die Ergebnisse der Literaturrecherche.

Die vierte Forschungsfrage lautet: *„Welche Gemeinsamkeiten und/oder Unterschiede gibt es zwischen den Ergebnissen der empirischen Untersuchung und den theoretischen Grundlagen?“*. Der Vergleich der Literatur mit den empirischen Forschungsergebnissen zeigt, dass es hier ebenfalls sowohl Unterschiede wie auch Gemeinsamkeiten gibt. Zwischen Österreich und Deutschland gibt es deutlich mehr Ähnlichkeiten, als im Vergleich mit der Schweiz.

Laut Literatur ist der typische Humor in Österreich und Deutschland überwiegend böartig und verletzend. Darüber hinaus ist Humor meist mit Spott und Hohn verbunden. Humor in Österreich und Deutschland wird gerne auf Kosten anderer Menschen vollzogen und führt oftmals zu diversen Tabubrüchen. Darüber hinaus darf man in den beiden Ländern über fast alles humorvolle Bemerkungen machen. Besondere Ausnahmen in Österreich stellen die Themen Nationalsozialismus und Religion dar. Der Schweizer Humor ist hingegen deutlich zurückhaltender und subtiler. Humor darf im Gegensatz zu den beiden Nachbarländern auf gar keinen Fall böse oder gar verletzend sein. Es gibt strikte Regeln, wonach etwa „Minderheiten“ oder das Thema „Politik“ Tabubereiche darstellen. In der Schweiz darf Humor allerdings absurd und witzig sein. Außerdem sind die Schweizer ein äußerst selbstironisches Volk, was bedeutet, dass sie gut über sich selbst lachen können.

Die empirische Untersuchung der Online - Satireplattformen hat die Ergebnisse der Literaturrecherche für die Länder Österreich und Deutschland mit nur einer wesentlichen Ausnahme bestätigt. Interessanterweise gibt es bei den gewählten Themen einen erwähnenswerten Unterschied. Obwohl das Thema Nationalsozialismus in Österreich nach wie vor ein sehr sensibles ist und laut Theorie nicht als Basis für humorvolle

Bemerkungen dienen darf, kommt dieses mehrmals in den Satirebeiträgen der Tagespresse vor.

In der Schweiz hingegen hat sich der überwiegende Teil der theoretischen Grundlagen nicht bewahrt. Ähnlich wie bei den österreichischen und deutschsprachigen Konkurrenzformaten gibt es auch auf der Schweizer Satireseite spottartigen und verhöhnenden Humor, der gerne auf Kosten anderer geht. Darüber hinaus werden vielfach politische Themen in den Artikeln bearbeitet. Diese Tatsachen könnten natürlich auch Gründe dafür sein, dass der Enthüller eine deutlich geringere Anzahl an Followern und damit verbunden wesentlich weniger Likes, Shares und Kommentare hat, als die beiden anderen Satireformate.

Die Ergebnisse dieser Arbeit zeigen somit, dass sowohl Unterschiede als auch Gemeinsamkeiten zwischen der vorherrschenden Literatur und den empirischen Resultaten bestehen. Die Analyseergebnisse der drei deutschsprachigen Satireformate können damit als Grundlage für zukünftige Forschungen dienen. Es wäre empfehlenswert noch weiter in die Materie der Online - Humorforschung einzutauchen und beispielsweise auch die zugehörigen Facebook - Kommentare zu den jeweiligen Artikeln näher zu betrachten. Dies war mittels der gewählten quantitativen Inhaltsanalyse und dem dazu erstellten Codierbuch nicht möglich. Es wäre ratsam hierfür ein anderes Verfahren, wie etwa das der qualitativen Inhaltsanalyse, zu wählen. Eine tiefere Analyse der Kommentare könnte weitere Aufschlüsse über die Reaktion der Leser auf die verschiedenen Satirebeiträge liefern.

Ein weiterer interessanter Aspekt, stellt die Tatsache dar, dass auf dem Schweizer Satireformat das „Sad“ – und „Angry“ – Like überhaupt nicht benutzt wird, obwohl die Satireartikel beim Enthüller viele Themen und Humorarten beinhalten, welche laut Theorie in der Schweiz Tabubereiche darstellen. Hier wäre es denkbar gewesen, dass die Schweizer Leser ihre Abneigung gegenüber den Artikeln auch in Form der beiden genannten negativen Like – Arten ausdrücken. Dies ist jedoch nicht der Fall. Zukünftige Forschungen könnten sich somit auch mit der Frage beschäftigen, warum negative Like – Button in der Schweiz nicht Teil der Meinungsäußerung beim Enthüller sind.

## 11. Resümee

Unser gesellschaftliches Zusammenleben ist geprägt von humorvollen Begegnungen. Egal wo auf der Welt man sich befindet, Humor ist ein entscheidender Bestandteil unseres privaten und auch beruflichen Alltags. Obwohl es länderspezifische Unterschiede beim Thema Humor gibt, hat Humor einen wesentlichen Einfluss auf unser Miteinander. Humor kann Menschen einerseits miteinander verbinden und andererseits auch Spannungen und Distanz erzeugen. Was der einzelne Mensch als humorvoll betrachtet, ist völlig subjektiv und kann je nach Charakter stark variieren. Die Humoreinstellung einer Person hängt von verschiedenen Faktoren wie beispielsweise dem Lebensalter, dem Geschlecht, den sozialen Lebensbedingungen oder dem Bildungsniveau ab.

Die Forschung beschäftigt sich bereits seit geraumer Zeit mit dem Thema Humor. Die Anfänge reichen bis ins 16. Jahrhundert zurück und der Ursprung liegt in der „Lehre der Körpersäfte“. Zahlreiche bekannte Persönlichkeiten wie Immanuel Kant, Viktor Frankl oder Sigmund Freud haben sich der Humorforschung gewidmet.

Es ist deshalb nicht verwunderlich, dass die Literatur bereits eine Vielzahl von Definitionen zum Thema Humor bereithält. Nichtsdestotrotz gibt es bis heute keine allgemeingültige Begriffserklärung. Ähnlich verhält es sich auch mit den Humorthorien. Laut Forschung gibt es fünf grundlegende Theorien, die versuchen zu erklären, warum ein Mensch humorvoll agiert und welche Auswirkungen Humor hat. Es handelt sich dabei um die Überlegenheits- und Aggressionstheorien, die Psychophysiologischen bzw. Kathartischen Theorien, die Inkongruenz- bzw. Diskrepanztheorie, die Spieltheorie und die sozialen Humorthorien.

Humor kann darüber hinaus unterschiedliche Funktionen übernehmen. Hierzu zählen etwa die kommunikative Funktion, die soziale Funktion, die psychologische Funktion und die physiologische Funktion.

Humor äußert sich auf unterschiedliche Art und Weise. Berger hat hierfür 30 verschiedene Humortechniken definiert. Diese wurden von Buijzen und Valkenburg auf insgesamt 41 Kategorien erweitert. Zu den wichtigsten Humorarten für diese Arbeit zählen unter anderem Satire, Sarkasmus, Absurdität, Ironie und Übertreibung.

Die Literatur zeigt, dass es eine Vielzahl von Sichtweisen und Annahmen zum Thema Humor gibt. Auch im deutschsprachigen Raum gibt es neben einer Reihe von Gemeinsamkeiten auch Unterschiede, was in den einzelnen Ländern als humorvoll betrachtet wird und was nicht. Laut Theorie ist der typische Humor in Österreich und Deutschland etwa zerstörerisch, bössartig und verletzend. Humor wird gerne auf Kosten

von anderen gemacht und oftmals kommt es dabei sogar zu diversen Tabubrüchen. Laut literarischen Grundlagen darf man über fast alles Spaß machen. Besonders beliebt sind in Österreich und Deutschland jedoch gesellschaftliche und politische Themen. In der Schweiz sieht dies etwas anders aus. Die Literatur besagt, dass der typische Schweizer Humor viel subtiler ist und auf gar keinen Fall ein bösesartiges oder gar verletzendes Element beinhalten darf. Humor kann in der Schweiz jedoch übertrieben und absurd sein. Ganz im Gegensatz zu den beiden Nachbarländern ist das Thema Politik in der Schweiz ein Tabu und sollte nicht Grundlage von humorvollen Bemerkungen sein. Darüber hinaus ist Humor in der Schweiz eher etwas für die eigenen vier Wände. Dies ist in Österreich und Deutschland nicht der Fall.

Die empirische Untersuchung der drei Online Satireformate hat die theoretischen Grundlagen der beiden Länder Österreich und Deutschland überwiegend bestätigt. Speziell das dunkle und bösesartige Element von Humor, welcher oft mit Spott und Hohn verbunden ist und gerne auf Kosten von anderen erfolgt, hat sich im Zuge der Auswertung vollkommen bestätigt. Nur beim Thema Nationalsozialismus, das laut Literatur vor allem in Österreich noch immer ein Tabuthema darstellt, gibt es Unterschiede zu den Ergebnissen der quantitativen Inhaltsanalyse. Dieses war nämlich Bestandteil mehrerer Satireartikel bei der Tagespresse. Interessanterweise gab es jedoch nur beim österreichischen Format signifikante Zusammenhänge zwischen den Themen bzw. Humorarten und der Reaktion der User.

Die literarischen Grundlagen der Schweiz haben sich im Zuge der Auswertung der Ergebnisse des Schweizer Satireformats hingegen kaum bestätigt. Auch hier findet sich bei allen analysierten Artikeln ähnlich wie bei den beiden Facebook - Seiten der deutschen Nachbarländer dunkler Humor in Form von beispielsweise Satire und Sarkasmus. Dies spiegelt somit nicht die Theorie wieder. Nur das absurde und übertreibende Element konnte durch die empirische Forschung bestätigt werden. Darüber hinaus gibt es beim Schweizer Enthüller viele Artikel zum Thema Politik, was sich ebenfalls nicht mit den theoretischen Grundlagen deckt. Interessanterweise jedoch fällt die Reaktion der Leser viel zurückhaltender aus, als bei den anderen beiden Satireformaten. Auch die negativen „Sad“ - und „Angry“ - Likes werden beim Schweizer Format nicht gewählt. Der fehlende signifikante Zusammenhang zwischen den Themen bzw. Humorarten und der Reaktion der User überrascht damit nicht.

Zusammenfassend kann man also sagen, dass in der Tat gewisse länderspezifische Unterschiede, aber auch Gemeinsamkeiten zwischen den drei Ländern Österreich, Deutschland und der Schweiz vorhanden sind.

## 12. Literaturverzeichnis

Ansorg, A. (2008): ABC des Glaubens, Münster.

Attardo, S. (2014): Encyclopedia of Humor Studies, Los Angeles.

Bachmaier, H. (2012): Lachen macht stark: Humorstrategien, Göttingen.

Berelson, B. (1952): Content Analysis in Communication Research, Glencoe.

Berger, A.A. (1976): Anatomy of the joke, In: Journal of Communication, 26(3), 113-115.

Berger, A.A. (1993): An anatomy of humor, New Brunswick.

Berger, D. (2010): Wissenschaftliches Arbeiten in den Wirtschafts – und Sozialwissenschaften: Hilfreiche Tipps und praktische Beispiele, Wiesbaden.

Berger, P. L. (2014): Erlösendes Lachen: Das Komische in der menschlichen Erfahrung, Berlin.

Berger, M., Chalupsky, J. & Hartmann, F. (2008): Change Management: (Über-) Leben in Organisationen, Gießen.

Bekermann, O. (2007): „Wunder gibt es immer wieder“: Eine Untersuchung zur gegenseitigen Abhängigkeit von Alltagskommunikation und Deutschem Schlager, Norderstedt.

Best, O. F (1993): Volk ohne Witz: Über ein deutsches Defizit, Frankfurt.

Bewes, D. (2012): Der Schweizverstehrer: Ein Engländer unter Eidgenossen, München.

Bilton, P. (2018): So sind sie, die Schweizer: Die Fremdenverstehrer von Reise Know-How, Bielefeld.

Bischofberger, I. (2008): Das kann ja heiter werden: Humor und Lachen in der Pflege, Bern.

Bissegger, P. (2010): Grosse Schweizer Kleinkunst, Zürich.

Bobi, E. (2014): Die Schattenstadt: Was 7.000 Agenten über Wien aussagen, Salzburg.

Bönisch – Kauke, M. (2003): *Psychologie des Kinderhumors: Schulkinder unter sich*, Opladen.

Bott, A. A. (2014): *Lachen macht Schule! Humor in Therapie, Beratung, Erziehung und Unterricht*, Hamburg.

Bremmer, J. & Roodenburg, H. (1999): *Kulturgeschichte des Humors: Von der Antike bis heute*, Darmstadt.

Brosius, H.B. (2003): *Methoden der empirischen Kommunikationsforschung: Eine Einführung*, Wiesbaden.

Buijzen, M. & Valkenburg, P.M. (2004): *Developing a Typology of Humor in Audiovisual Media*, In: *Media Psychology*, 6, 147-167.

Çetin, S. (2007): "Ohne Spaß gibt's nichts zu lachen": *Humor in Erich Kästners Kinderliteratur*, Marburg.

Chambers, H. (2007): *Humor and Irony in Nineteenth-Century German Women's Writing: Studies in Prose Fiction, 1840-1900*, Rochester.

Colston, H. L. (1997): *Salting a wound or sugaring a pill: The pragmatic functions of ironic criticism*, In: *Discourse Processes*, 23(1), 25–45.

Cousins, N. (1981): *Der Arzt in uns selbst: Anatomie einer Krankheit aus der Sicht des Betroffenen*, Reinbek.

Czerwick, E. (2013): *Politische Kommunikation in der repräsentativen Demokratie der Bundesrepublik Deutschland*, Wiesbaden.

Danesi, M. (2018): *Empirical Research on Semiotics and Visual Rhetoric*, Kanada.

Dober, M. (2017): *Religion und Humor*, Göttingen.

Dörner, A., Vogt, L., Bandtel, M. & Porzelt, B. (2015): *Riskante Bühnen: Inszenierung und Kontingenz – Politikerauftritte in deutschen Personality – Talkshows*, Wiesbaden.

Dornaus, C. (2016): *Humor als Förderfaktor für Innovationen: Analyse eines Innovationscoachings und Entwicklung eines theoretischen Modells*, Bamberg.

- Fiene, O. (1974): Das humoristisch-ironische Spiel des Erzählens bei Wieland und Thomas Mann: Studien zur fiktiven Erzähl-Leser Beziehung, Basel.
- Fischer, K. (2017): Immanuel Kant und seine Lehre: Zweiter Teil, Zypern.
- Fleischer, M. (1989): Eine Theorie des Kabarett, Bochum.
- Freud, S. (2018): Der Witz und seine Beziehung zum Unbewußten, Grafrath.
- Frittum, M. (2009): Die soziale Arbeit und ihr Verhältnis zu Humor. Möglichkeiten humorvoller Intervention im Beratungsgespräch, Wiesbaden.
- Früh, W. (2007): Inhaltsanalyse: Theorie und Praxis, Konstanz.
- Gerhards, M. & Klinger, W. (2003): Humorangebote in den elektronischen Medien heute und das Publikum, In: Humor in den Medien, 2003, 93-113.
- Gibbs, R. W. (2000): Irony in talk among friends, In: Metaphor & Symbol, 15(1-2), 5-27.
- Gläser, J. & Laudel, G. (2010): Experteninterviews und qualitative Interviews: Als Instrumente rekonstruierender Untersuchungen, Wiesbaden.
- Goeth, M. (2016): Musik und Humor: Strategien, Universalien, Grenzen, Hildesheim.
- Helitzer, M. & Shatz, M. (2005): Comedy Writing Secrets, Kanada.
- Henningsen, J. (1967): Theorie des Kabarett, Ratingen.
- Hoffmann, T., Lercher, M. C., Middeke, A. & Tittel, K. (2008): Humor: grenzüberschreitende Spielarten eines kulturellen Phänomens, Göttingen.
- Holbert, R.L. (2015): Entertainment Media and Politics: Advances in Effects-Based Research, United Kingdom.
- Hösch, R. (1969): Kabarett von gestern nach zeitgenössischen Berichten, Kritiken und Erinnerungen. Bd. I: 1900-1933, Berlin.

Hübenthal, C. (2015): Die Bewertung humorvoll vergleichender und herabsetzender Werbung: Entwicklung eines interdisziplinären Testschemas zur Erhöhung der Rechtssicherheit, Wiesbaden.

Hugl, U. (1995): Qualitative Inhaltsanalyse und Mind-Mapping: Ein neuer Ansatz für Datenauswertung und Organisationsdiagnose, Wiesbaden.

Jabbarian, A. (2008): Ängste und ihre positiven Botschaften im Kontext der positiven Psychotherapie: Von der symbolischen Sprache des Unbewussten, Göttingen.

Jewell, D. & Jones, C. (2013): How to Use Facebook and Other Social Networking Sites to Sell Your Ebook in a Day, United Kingdom.

Johann, T. & Möller, T. (2013): Positive Psychologie im Beruf: Freude an Leistung entwickeln, fördern und umsetzen, Wiesbaden.

Kant, I. (2015): Die drei Kritiken: Kritik der reinen Vernunft. Kritik der praktischen Vernunft. Kritik der Urteilskraft, Köln.

Keimes, C. (2014): Lesen: Lesekompetenz in gewerblich - technischen Ausbildungsberufen, Marburg.

Klein, M. (2003): Not to worry: Jewish Wisdom and Folklore, Philadelphia.

Knop, K. (2005): Comedy in Serie: Medienwissenschaftliche Perspektiven auf ein TV-Format, Bielefeld.

Konopka, I. (2013): Von Einer, die am Stock geht, Frankfurt.

Korp, H. A. (2014): Am Ende ist nicht Schluss mit lustig: Humor angesichts von Sterben und Tod, München.

Küng, T. (2011): Gebrauchsanweisung für die Schweiz, München.

Lambernd, J. (1998): Scherz ist Trumpf: Humor im Fernsehen. Eine empirische Analyse am Beispiel der Comedy - Show RTL Samstag Nacht, Aachen.

Lauer, W. (1974): Humor als Ethos: Eine moralpsychologische Untersuchung, Bern.

LeBoeuf, M. (2007): The Power of Ridicule: An Analysis of Satire, In: Senior Honors Projects, Paper 63.

Linden, M. & Weig, W. (2009): Salutotherapie in Prävention und Rehabilitation, Köln.

Lippert – Burmester, W. & Lippert, H. (2008): Medizinische Fachsprache leicht gemacht: Lehr – und Arbeitsbuch, Stuttgart.

Lipps, T. (2017): Komik und Humor: Psychologische-Ästhetische Untersuchung, Hamburg.

Lotze, E. (2018): Humor und Führung: Gesundheitsförderndes Potenzial in Organisationen?, Frankfurt am Main.

Luzar, K. (2004): Inhaltsanalyse von webbasierten Informationsangeboten: Framework für die inhaltliche und strukturelle Analyse, Norderstedt.

März, F. (1976): Humor in der Erziehung: Bemerkungen über eine pädagogische Rarität, München.

Maiwald, J. (2013): „Humor ist, wenn man trotzdem lacht“: Zur Bedeutung des Humors in der sozialen Arbeit, Hamburg.

Marneros, A. (2017): Homers Odyssee psychologisch erzählt: Der Seele erste Irrfahrt, Wiesbaden.

Maruhn, M. (2015): Humor als kommunikatives Medium: Voraussetzungen für eine gelingende Kommunikation in der Sozialen Arbeit, Hamburg.

Mauser, W. & Pfeiffer, J. (2006): Lachen, Würzburg.

Mayring, P. (2015): Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken, Wiesbaden.

McGhee, P. (1979): Humor: Its Origin and Development, San Francisco.

Moody, R. (1979): Lachen und Leiden: Über die heilende Kraft des Humors, Hamburg.

Münstedt, K. (2012): Ratgeber komplementäre und alternative Krebstherapien, Landsberg/Lech.

Nebe, A. F. (2016): Humor und erfolgreiche Kinderfilme: Strukturen und Relevanz eines filmischen Mittels, Wiesbaden.

Neissl, J., Siegert, G. & Renger, R. (2001): Cash und Content: populärer Journalismus und mediale Selbstthematization als Phänomen eines ökonomisierten Mediensystems, München.

Neubeck, K. (2012): Die Intelligenz der Regeln: Wie die Sprache das Denken verändert, München.

Ostwald, H. (2014): Vergnügte Tiere, Altenmünster.

Purtschert, P., Lüthi, B. & Falk, F. (2013): Postkoloniale Schweiz: Formen und Folgen eines Kolonialismus ohne Kolonien, Bielefeld.

Rishel, M.A. (2002): Writing Humor: Creativity and the Comic Mind, Detroit.

Robinson, V. M. (2002): Praxishandbuch therapeutischer Humor. Grundlagen und Anwendungen für Gesundheits- und Pflegeberufe, Bern.

Rogall-Adam, R., Josuks, H., Adam, G. & Schleinitz, G. (2005): Professionelle Kommunikation in Pflege und Management: ein praxisnaher Leitfaden, Hannover.

Rohrlack, C. (2009): Reverse Technology Transfer in multinationalen Unternehmen: Bedingungen und Gestaltungsmöglichkeiten, Wiesbaden.

Rösler, W. (1993): Gehn ma halt a bisserl unter: Kabarett in Wien von den Anfängen bis heute, Berlin.

Rösner, M. (2007): Humor trotz(t) Demenz: Humor in der Altenpflege. Köln.

Schneider, D. J. (2005): The Psychology of Stereotyping, New York.

Schreiner, K. (2015): Ein Paar - zwei Kulturen: So gelingt Liebe in einer globalisierten Welt, Munderfing.

Schreiner, J. (2003): Humor bei Kindern und Jugendlichen: Eine Reise durch die Welt des kindlichen Humors unter Berücksichtigung entwicklungspsychologischer, pädagogischer, psychotherapeutischer und diagnostischer Aspekte, Berlin.

Siegel, S. A. (2005): Darf Pflege(n) Spaß machen? Humor in Pflege- und Gesundheitswesen: Bedeutung, Möglichkeiten und Grenzen eines außergewöhnlichen Phänomens, Hannover.

Sindermann, T. (2009): Über praktischen Humor: oder eine Tugend epistemischer Selbstdistanz, Würzburg.

Specht, T. (2011): Transkultureller Humor in der türkisch – deutschen Literatur, Würzburg.

Strasser, H. & Graf, A. (2000): Schmidteinander ins 21. Jahrhundert. Auf dem Weg in die Spaß- und Spottgesellschaft?, In: Politik und Zeitgeschichte, Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament, B 12/2000, 7-16.

Szeliga, R. F. (2011): Erst der Spaß, dann das Vergnügen: Mit einem Lachen zum Erfolg, München.

Teymourian-Pesch, A. (2006): Amerikaner in der Fremde: Humor als Überwindungsstrategie, Berlin.

The University of Chicago (1989): Encyclopaedia Britannica, Chicago.

Thorhauer, Y. & Kexel, C.A. (2017): Face-to-Interface: Werte und ethisches Bewusstsein im Internet, Bad Homburg.

Titze, M. & Eschenröder, C. T. (2007): Therapeutischer Humor: Grundlagen und Anwendungen, Frankfurt.

Tsakona, V. & Chovanec, J. (2018): The Dynamics of Interactional Humor: Creating and negotiating humor in everyday encounters, Philadelphia.

Uhl, G. & Uhl – Vetter, E. (2007): Business-Etikette in Europa: Stilsicher auftreten, Umgangsformen beherrschen, Wiesbaden.

Von Peschke, H. P. (2012): Die Schweiz ist anders: Kleines Land ganz groß – ein farbiges Mosaik von Macht und Millionen, von Alltag und Ängsten der Eidgenossen., Berlin.

Wagner, S. (1999): Comedy-Lexikon: Das Nachschlagewerk zu Comedy, Kabarett, Komik, Kleinkunst, Slapstick & Satire, Berlin.

Walker, M. & Jonas, A. (2014): Die Schweiz für die Hosentasche: Was Reiseführer verschweigen, Frankfurt am Main.

Wendt, H. U. (2009): Frauen lachen anders, München.

Wild, B. (2012): Humor in Psychiatrie und Psychotherapie: Neurobiologie – Methoden – Praxis, Stuttgart.

Zimmer, C. M. (2013): Lachen: 3x täglich - Humor in Gesundheitsberufen, Berlin.

### **Internetquellen:**

<https://futurezone.at/digital-life/guardian-zitierte-tagespresse-zu-oevp-chef-kurz/264.435.177> (abgerufen am 01.05.2019)

[https://www.duden.de/rechtschreibung/Humor\\_Stimmung\\_Frohsinn](https://www.duden.de/rechtschreibung/Humor_Stimmung_Frohsinn) (abgerufen am 01.05.2019)

<https://educalingo.com/de/dic-de/verlegenheit> (abgerufen am 01.05.2019)

<http://de.thefreedictionary.com/Ironie> (abgerufen am 01.05.2019)

<https://de.wikipedia.org/wiki/Anspielung> (abgerufen am 01.05.2019)

<https://newsroom-ch.austria.info/files/2014/01/Die-österreichische-Mentalität.pdf> (abgerufen am 01.05.2019)

[https://www.welt.de/newsticker/dpa\\_nt/infoline\\_nt/boulevard\\_nt/article136168579/Was-darf-Satire-Ist-Religion-tabu.html](https://www.welt.de/newsticker/dpa_nt/infoline_nt/boulevard_nt/article136168579/Was-darf-Satire-Ist-Religion-tabu.html) (abgerufen am 01.05.2019)

<https://de-de.facebook.com/DieTagespresse> (abgerufen am 01.05.2019)

<http://wien.orf.at/news/stories/2593590/> (abgerufen am 01.05.2019)

<https://www.tagesspiegel.de/berlin/zwei-tage-im-vollen-olympiastadion-mario-barth-schafft-neuen-weltrekord/10005036.html> (abgerufen am 01.05.2019)

[http://www.ard-werbung.de/fileadmin/user\\_upload/media-perspektiven/pdf/2000/12-2000\\_Schumacher.pdf](http://www.ard-werbung.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2000/12-2000_Schumacher.pdf) (abgerufen am 01.05.2019)

<https://www.der-postillon.com/p/faq.html> (abgerufen am 01.05.2019)

<https://www.facebook.com/DerPostillon> (abgerufen am 01.05.2019)

<https://www.migrosmagazin.ch/archiv/streifzug-durch-den-schweizer-humor> (abgerufen am 01.05.2019)

<http://www.wilhelmtell.org/die-figur-wilhelm-tell/> (abgerufen am 01.05.2019)

<http://www.tagesanzeiger.ch/kultur/theater/Schweizer-Humor-ist-subtiler/story/31155289> (abgerufen am 01.05.2019)

<https://www.facebook.com/derenthueller/> (abgerufen am 01.05.2019)

<https://www.humorfestival.ch/> (abgerufen am 01.05.2019)

<https://de.wikipedia.org/wiki/Deutschland> (abgerufen am 01.05.2019)

<https://de.wikipedia.org/wiki/Schweiz> (abgerufen am 01.05.2019)

<https://de.wikipedia.org/wiki/%C3%96sterreich> (abgerufen am 01.05.2019)

<https://www.swissinfo.ch/ger/politik/armeekritiker-zielen-auf-politisches-tabu/31886330> (abgerufen am 01.05.2019)

<https://www.zeit.de/2017/17/schusswaffen-schweiz-waffenrecht-sturmgewehr> (abgerufen am 01.05.2019)

## Abbildungsverzeichnis

Tabelle 1: Wortanzahl.....	34
Tabelle 2: Thema des Artikels .....	34
Tabelle 3: Art der Akteure .....	35
Tabelle 4: Herkunft der Akteure .....	36
Tabelle 5: Reale Person .....	36
Tabelle 6: Bekanntheitsgrad der Akteure .....	37
Tabelle 7: Humorarten .....	38
Tabelle 8: Aktualität des Themas .....	38
Tabelle 9: Photoshop.....	39
Tabelle 10: Anzahl der Kommentare .....	40
Tabelle 11: Anzahl der Shares .....	40
Tabelle 12: Anzahl der Likes (Gesamt) .....	41
Tabelle 13: Anzahl der "Like" - Likes .....	42
Tabelle 14: Anzahl der "Haha" - Likes.....	43
Tabelle 15: Anzahl der "Love" - Likes .....	44
Tabelle 16: Anzahl der "Wow" - Likes.....	45
Tabelle 17: Anzahl der "Sad" - Likes .....	46
Tabelle 18: Anzahl der "Angry" - Likes .....	46
Tabelle 19: Thema - Anzahl der Shares (Tagespresse) .....	47
Tabelle 20: Thema - Anzahl der Shares (Postillon).....	48
Tabelle 21: Thema - Anzahl der Shares (Enthüller) .....	49
Tabelle 22: Thema - Anzahl der Likes gesamt (Tagespresse).....	51
Tabelle 23: Thema - Anzahl der Likes gesamt (Postillon) .....	51
Tabelle 24: Thema - Anzahl der Likes gesamt (Enthüller).....	52
Tabelle 25: Thema - Anzahl der "Sad" - Likes (Tagespresse).....	53
Tabelle 26: Thema - Anzahl der "Sad" - Likes (Postillon) .....	54
Tabelle 27:Thema – Anzahl der „Angry“ – Likes (Tagespresse).....	55
Tabelle 28: Thema - Anzahl der "Angry" - Likes (Postillon).....	56
Tabelle 29: Thema - Anzahl der Kommentare (Tagespresse) .....	56
Tabelle 30: Thema - Anzahl der Kommentare (Postillon).....	57
Tabelle 31: Thema - Anzahl der Kommentare (Enthüller) .....	58
Tabelle 32: Humorkombinationen - Anzahl der Shares (Tagespresse) .....	59
Tabelle 33: Humorkombinationen - Anzahl der Shares (Postillon).....	60

Tabelle 34: Humorkombinationen - Anzahl der Shares (Enthüller).....	61
Tabelle 35: Humorkombinationen - Anzahl der Likes gesamt (Tagespresse).....	63
Tabelle 36: Humorkombinationen - Anzahl der Likes gesamt (Postillon).....	64
Tabelle 37: Humorkombinationen - Anzahl der Likes gesamt (Enthüller).....	64
Tabelle 38: Humorkombinationen - Anzahl der "Sad"- Likes (Tagespresse).....	66
Tabelle 39: Humorkombinationen - Anzahl der "Sad"-Likes (Postillon).....	66
Tabelle 40: Humorkombinationen - Anzahl der "Angry" - Likes (Tagespresse).....	67
Tabelle 41: Humorkombinationen - Anzahl der "Angry" - Likes (Postillon).....	68
Tabelle 42: Humorkombinationen - Anzahl der Kommentare (Tagespresse).....	69
Tabelle 43: Humorkombinationen - Anzahl der Kommentare (Postillon).....	70
Tabelle 44: Humorkombinationen - Anzahl der Kommentare (Enthüller).....	71

# Anhang

## **Codebuch**

Dieses Codebuch beinhaltet alle relevanten Codierregeln, welche der quantitative Inhaltsanalyse zugrunde liegen.

### **1. Definition des Untersuchungsgegenstandes**

Gegenstand der Untersuchung sind die folgenden drei Facebook – Satireseiten:

- "Die Tagespresse" (Österreich)
- „Der Postillon“ (Deutschland)
- „Der Enthüller“ (Schweiz)

### **2. Umfang der Stichprobe**

Der Umfang der Stichprobe beträgt 50 Artikel pro Satireseite.

### **3. Codieranweisung**

Für den Prozess des Codierens gelten folgende allgemeine Anweisungen:

Jeder zu analysierende Satireartikel muss mittels Screenshot und genauer Angabe von Datum und Internetpfad dokumentiert werden. Zu Beginn der Codierung muss der Artikel auf der Pinnwand der Facebook – Seite genau gelesen werden. Danach können die unterschiedlichen Variablen codiert werden. Der Prozess wird für alle 150 Satirebeiträge wiederholt.

## **Kategoriensystem**

### **Formale Kategorien**

#### **1. Erscheinungsdatum**

Hier wird das Erscheinungsdatum des Artikels auf der Facebook - Seite erfasst.

DD.MM.YYYY

#### **2. Titel**

Die Information wird direkt aus der Online-Version des jeweiligen Artikels übernommen. Es wird nur der Titel, ohne mögliche Untertitel, des Artikel dokumentiert.

#### **3. Link**

Die Information wird direkt aus der Adresszeile des jeweiligen Artikels übernommen.

Beispiel: <https://dietagespresse.com/stellt-rechtsstaat-infrage-behoerden-fahnden-nach-diesem-staatsverweigerer/?fbclid=IwAR0qIcGFPTxeYTQk--4TgsfkLhTvZ3H-cw5kZLl56lgaLeen1SHNIAU8roh>

## **Inhaltliche und wertende Kategorien**

### **4. Wortanzahl**

Diese Variabel gibt die Anzahl der Worte eines Artikels an. Es kann nur eine Ausprägung gewählt werden.

1 = 1 – 50

2 = 51 – 100

3 = 101 – 150

4 = 151 – 200

5 = 201 – 250

6 = 251 – 300

7 = 301 – 350

8 = 351 – 400

9 = 401 – 450

10 = 451 – 500

11 = 501 – 550

12 = 551 – 600

13 = 601 – 650

14 = 651 – 700

15 = >701

### **5. Humorarten**

Die Variabel gibt an, welche Humorarten im Artikel vorkommen. Es können eine oder mehrere Ausprägungen gewählt werden.

1 = Absurdity: etwas Widersinniges bzw. Unsinniges; ein außergewöhnliches, der Logik widersprechendes Vorkommnis, welches für den Einzelnen keinen Sinn ergeben mag.

2 = Conceptual surprise: Erleben unvorhergesehener Situationen, Gefühle und Begegnungen; unerwartete Worte, Geschenke, etc.

3 = Disappointment: Nichterfüllung einer Hoffnung oder Erwartung, welche in Folge unzufrieden stimmt.

4 = Embarrassment: Gemütsstimmung, die mit Befangenheit und Unsicherheit einhergeht und in der Regel aus einer fehlenden Handlungskompetenz oder einem Eingriff in die Intimsphäre resultiert; Schamgefühl und Peinlichkeit; (z.B. durch Beschimpfung, Bloßstellung, Fauxpas in Gesellschaft).

5 = Exaggeration/Übertreibung: übertriebene Darstellung des Glaubwürdigen.

6 = Irony: Sprechende drückt etwas aus, wobei er genau das Gegenteil vom Ausgedrückten meint. Publikum muss allerdings erkennen, dass die Äußerung ironisch war bzw. Sprecher das Gegenteil meint, von dem was er sagt.

7 = Irreverent behavior: unpassendes, pietätloses Verhalten.

8 = Malicious pleasure: Schadenfreude; boshafte Freude über das Missgeschick oder Unglück eines anderen.

9 = Misunderstanding: falsche Deutung, Auslegung einer Aussage oder Handlung

10 = Ridicule: bewusstes Lächerlichmachen bzw. Verspottens eines Menschen, einer bestimmten Gruppe bzw. derer Werte; Demütigung; oftmals schmerzhafter als eine äußerliche (körperliche) Verletzung empfunden.

11 = Rigidity: starres Festhalten an früheren Einstellungen, Gewohnheiten, Meinungen , etc; Unnachgiebigkeit.

12 = Sarcasm: beißenden, bitteren Spott bzw. Hohn; oftmals Form der Kritik an gesellschaftlichen Gegebenheiten.

13 = Satire: Spottdichtung, die mangelnde Tugend oder gesellschaftliche Misstände beklagt.

14 = Sexual allusion: sexuelle Anspielung; deutet einen Sachverhalt an, welcher nicht in eindeutiger Wortwahl ausgesagt werden soll.

15 = Stereotype: Vorurteil über sich oder andere Menschen bzw. eine Sache; festes, klischeehaftes Denken/ Bild.

16 = Sonstiges

## **6. Anzahl der Shares**

Diese Variabel gibt an, wie oft ein Beitrag geteilt wurde. Es kann nur eine Ausprägung gewählt werden.

0 = 0

1 = 1 - 100

2 = 101 - 200

3 = 201 - 300

$$4 = 301 - 400$$

$$5 = 401 - 500$$

$$6 = 501 - 600$$

$$7 = 601 - 700$$

$$8 = 701 - 800$$

$$9 = 801 - 900$$

$$10 = 901 - 1000$$

$$11 = > 1001$$

### **7. Anzahl der Likes (Gesamt)**

Diese Variabel gibt die Anzahl aller Likes zusammen an. Die Gesamtanzahl umfasst alle Kategorien von Likes (Like, Haha, Wow, Love, Angry und Sad). Es kann nur eine Ausprägung gewählt werden.

$$0 = 0$$

$$1 = 1 - 500$$

$$2 = 501 - 1000$$

$$3 = 1001 - 2000$$

$$4 = 2001 - 3000$$

$$5 = 3001 - 4000$$

$$6 = 4001 - 5000$$

$$7 = 5001 - 6000$$

$$8 = 6001 - 7000$$

$$9 = 7001 - 8000$$

$$10 = 8001 - 9000$$

$$11 = 9001 - 10000$$

$$12 = > 10001$$

### **8. Anzahl der „Like“ – Likes**

Diese Variabel gibt die Anzahl der „Like“ – Likes an. Es kann nur eine Ausprägung gewählt werden.

$$0 = 0$$

$$1 = 1 - 500$$

$$2 = 501 - 1000$$

- 3 = 1001 - 2000
- 4 = 2001 - 3000
- 5 = 3001 - 4000
- 6 = 4001 - 5000
- 7 = 5001 - 6000
- 8 = 6001 - 7000
- 9 = 7001 - 8000
- 10 = 8001 - 9000
- 11 = 9001 - 10000
- 12 = > 10001

### **9. Anzahl der „Haha“ – Likes**

Diese Variabel gibt die Anzahl der „Haha“ – Likes an. Es kann nur eine Ausprägung gewählt werden.

- 0 = 0
- 1 = 1 - 500
- 2 = 501 - 1000
- 3 = 1001 - 2000
- 4 = 2001 - 3000
- 5 = 3001 - 4000
- 6 = 4001 - 5000
- 7 = 5001 - 6000
- 8 = 6001 - 7000
- 9 = 7001 - 8000
- 10 = 8001 - 9000
- 11 = 9001 - 10000
- 12 = > 10001

### **10. Anzahl der „Love“ – Likes**

Diese Variabel gibt die Anzahl der „Love“ – Likes an. Es kann nur eine Ausprägung gewählt werden.

- 0 = 0
- 1 = 1 - 50

- 2 = 51 - 100
- 3 = 101 - 200
- 4 = 201 - 300
- 5 = 301 - 400
- 6 = 401 - 500
- 7 = 501 - 600
- 8 = 601 - 700
- 9 = 701 - 800
- 10 = 801 - 900
- 11 = 901 - 1000
- 12 = > 1001

### **11. Anzahl der „Wow“ – Likes**

Diese Variabel gibt die Anzahl der „Wow“ – Likes an. Es kann nur eine Ausprägung gewählt werden.

- 0 = 0
- 1 = 1 - 50
- 2 = 51 - 100
- 3 = 101 - 200
- 4 = 201 - 300
- 5 = 301 - 400
- 6 = 401 - 500
- 7 = 501 - 600
- 8 = 601 - 700
- 9 = 701 - 800
- 10 = 801 - 900
- 11 = 901 - 1000
- 12 = > 1001

### **12. Anzahl der „Sad“ – Likes**

Diese Variabel gibt die Anzahl der „Sad“ – Likes an. Es kann nur eine Ausprägung gewählt werden.

- 0 = 0

- 1 = 1 - 50
- 2 = 51 - 100
- 3 = 101 - 200
- 4 = 201 - 300
- 5 = 301 - 400
- 6 = 401 - 500
- 7 = 501 - 600
- 8 = 601 - 700
- 9 = 701 - 800
- 10 = 801 - 900
- 11 = 901 - 1000
- 12 = > 1001

### **13. Anzahl der „Angry“ – Likes**

Diese Variabel gibt die Anzahl der „Angry“ – Likes an. Es kann nur eine Ausprägung gewählt werden.

- 0 = 0
- 1 = 1 - 50
- 2 = 51 - 100
- 3 = 101 - 200
- 4 = 201 - 300
- 5 = 301 - 400
- 6 = 401 - 500
- 7 = 501 - 600
- 8 = 601 - 700
- 9 = 701 - 800
- 10 = 801 - 900
- 11 = 901 - 1000
- 12 = > 1001

### **14. Thema**

Diese Variabel gibt das Thema an. Es kann nur eine Ausprägung gewählt werden.

- 1 = Politik

- 2 = Wirtschaft
- 3 = Finanzen
- 4 = Bildung
- 5 = Kultur
- 6 = Sport
- 7 = Film und Medien
- 8 = Chronik
- 9 = Wissenschaft
- 10 = Religion
- 11 = Technologie
- 12 = Umwelt
- 13 = Sonstiges

### **15. Allgemein Akteure**

Diese Variabel gibt an, um welche Art von Akteuren es sich handelt. Es kann nur eine Ausprägung gewählt werden.

- 0 = keine
- 1 = politische Akteure
- 2 = wirtschaftliche Akteure
- 3 = kulturelle Akteure
- 4 = gesellschaftliche Akteure
- 5 = sportliche Akteure
- 6 = religiöse Akteure
- 7 = wissenschaftliche Akteure
- 8 = sonstige Akteure

### **16. Herkunft der Akteure**

Diese Variabel gibt die Herkunft des Akteurs an. Es kann nur eine Ausprägung gewählt werden.

- 0 = keine Angabe
- 1 = österreichische Akteure
- 2 = deutsche Akteure
- 3 = schweizer Akteure

4 = europäische Akteure

5 = internationale Akteure

### **17. Reale (öffentliche) Person**

Diese Variabel gibt an, ob es sich beim Akteur um eine reale Person handelt. Ein Akteur wird grundsätzlich als real eingestuft, sofern die Person regelmäßig in der Öffentlichkeit steht (beispielsweise Politiker oder Sportler) bzw. einem Großteil der Menschen bekannt ist. Phantasiefiguren (beispielsweise Mickey Mouse), welche zwar grundsätzlich vielen Menschen bekannt sind, wurden hingegen nicht als reale Person eingestuft.

1 = Ja

2 = Nein

### **18. Anzahl der Kommentare**

Diese Variabel gibt die Anzahl der Kommentare an. Es kann nur eine Ausprägung gewählt werden.

0 = 0

1 = 1 - 100

2 = 101 - 200

3 = 201 - 300

4 = 301 - 400

5 = 401 - 500

6 = 501 - 600

7 = 601 - 700

8 = 701 - 800

9 = 801 - 900

10 = 901 - 1000

11 = > 1001

### **20. Aktualität des Themas**

Diese Variabel gibt die Aktualität des Themas an. Sie wird anhand der Präsenz des Themas in anderen Medien (beispielsweise TV, Zeitungen) gemessen. Als aktuell werden Themen eingestuft, welche in den letzten Wochen auch in anderen Medien präsent waren (beispielsweise Wahlen). Als Dauerbrenner hingegen werden jene Themen klassifiziert, welche zwar nicht in den letzten Wochen Teil der weiteren Medienlandschaft waren,

jedoch wiederkehrend vertreten sind (beispielsweise Klimaerwärmung). Alle anderen Themen, welche nicht in anderen Medienformaten präsent waren, werden als nichtaktuell eingestuft. Es kann nur eine Ausprägung gewählt werden.

1 = Aktuell

2 = Dauerbrenner

3 = Nichtaktuell

### **21. Bekanntheitsgrad des Akteurs**

Diese Variabel gibt den Bekanntheitsgrad des Akteurs an. Dieser wird anhand der Medienpräsenz der letzten Zeit und anhand des Allgemeinwissens (beispielsweise Jesus) gemessen. Es kann nur eine Ausprägung gewählt werden.

1 = unbekannt

2 = bekannt

### **22. Foto vorhanden**

Diese Variabel gibt an, ob ein Foto vorhanden ist. Es kann nur eine Ausprägung gewählt werden.

1 = Ja

2 = Nein

### **23. Photoshop**

Diese Variabel gibt an, ob das Foto mit Photoshop nachbearbeitet wurde. Es kann nur eine Ausprägung gewählt werden.

1 = Ja

2 = Nein

## Codierte Artikel

### Die Tagespresse:

Artikelnummer	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>Erscheinungsdatum</b>	31.01.2019	30.01.2019	29.01.2019	29.01.2019	28.01.2019	28.01.2019	27.01.2019	25.01.2019	25.01.2019	25.01.2019
<b>Titel</b>	Kulturhauptstadt 2024: Die Bewerbungsmappe von St. Pölten	Zu viele Impfgegner: Graz von schlimmster Pest-Epidemie seit Mittelalter betroffen	Verschwindene Polizeikatzekickl lässt tatverdächtigen Ausländer verhaften	Test: Schaffst du die neue Mathematura?	Offenbar nur gewinkt: Hitler hat nie einen Hitlergruß gemacht	SPÖ-Fairnessabkommen: Kein Dirty Campaigning zwischen Schieder, Rendi und Doskozil	Gefährlicher Modetrend: Bereits 500 Hipster-Füße abgefroren	Persönlichkeitstest: Wie viel Burschenschaft steckt in dir?	Stellt Rechtsstaat infrage: Behörden fahnden nach diesem Staatsverweigerer	Vorbild Marie Kondo: ORF startet neue Serie „Aufräumen mit Estibaliz C.“
<b>Link</b>	<a href="https://dieta.gespresse.com/kulturhauptstadt-2024-die-bewerbungsmappe-von-st-poelten/?fbclid=IwAR3iollQWXfHaUvXwv5zEyimng9Jm0PwVdpmTIGo13BH7ggJ5bCH5bF42Hc">https://dieta.gespresse.com/kulturhauptstadt-2024-die-bewerbungsmappe-von-st-poelten/?fbclid=IwAR3iollQWXfHaUvXwv5zEyimng9Jm0PwVdpmTIGo13BH7ggJ5bCH5bF42Hc</a>	<a href="https://dieta.gespresse.com/zu-viele-impfgegner-graz-von-schlimmster-pest-epidemie-seit-mittelalter-betroffen/?fbclid=IwAR11p-x2qazv5VYQlhHk2yB0gbZnx2cNr3s4s0mqbi_KrBhCvx8atQdjZg">https://dieta.gespresse.com/zu-viele-impfgegner-graz-von-schlimmster-pest-epidemie-seit-mittelalter-betroffen/?fbclid=IwAR11p-x2qazv5VYQlhHk2yB0gbZnx2cNr3s4s0mqbi_KrBhCvx8atQdjZg</a>	<a href="https://dieta.gespresse.com/verschwindene-polizeikatzekickl-laesst-tatverdachtigen-auslaender-verhaften/?fbclid=IwAR3f7oYMLv3WXXKi5LOUvaokcyRcYOtVJco0oROnEM3h6kGxy7Vq5ios">https://dieta.gespresse.com/verschwindene-polizeikatzekickl-laesst-tatverdachtigen-auslaender-verhaften/?fbclid=IwAR3f7oYMLv3WXXKi5LOUvaokcyRcYOtVJco0oROnEM3h6kGxy7Vq5ios</a>	<a href="https://dieta.gespresse.com/test-schaffst-du-die-neue-mathematura/?fbclid=IwAR1QIlnN4NNGhLZFs2AKSNCOVlupelChgmDLA5OPEe0IPFxm">https://dieta.gespresse.com/test-schaffst-du-die-neue-mathematura/?fbclid=IwAR1QIlnN4NNGhLZFs2AKSNCOVlupelChgmDLA5OPEe0IPFxm</a>	<a href="https://dieta.gespresse.com/offenbar-nur-gewinkt-hitler-hat-nie-einen-hitlergruss-gemacht/?fbclid=IwAR1L3RrjUK3bts5xvex3icURvAKi5cv_5ZJ8zq3CCQokUVBvKE8Xzk1jY">https://dieta.gespresse.com/offenbar-nur-gewinkt-hitler-hat-nie-einen-hitlergruss-gemacht/?fbclid=IwAR1L3RrjUK3bts5xvex3icURvAKi5cv_5ZJ8zq3CCQokUVBvKE8Xzk1jY</a>	<a href="https://dieta.gespresse.com/spo-fairnessabkommen-kein-dirty-campaigning-zwischen-schieder-rendi-und-doskozil/?fbclid=IwAR2ORSXxczm87SMm0sygADcQDFSGeMx121FzblWTYyYraXQhRkxwm2jN3Orl">https://dieta.gespresse.com/spo-fairnessabkommen-kein-dirty-campaigning-zwischen-schieder-rendi-und-doskozil/?fbclid=IwAR2ORSXxczm87SMm0sygADcQDFSGeMx121FzblWTYyYraXQhRkxwm2jN3Orl</a>	<a href="https://dieta.gespresse.com/gefahrlicher-modetrend-bereits-500-hipster-fuesse-abgefroren/?fbclid=IwAR0asTegXpxr4SPQm2lBaei5_ROR9R7yqyaVF6rjBvoKNCaWZM8axK7Ze77VA">https://dieta.gespresse.com/gefahrlicher-modetrend-bereits-500-hipster-fuesse-abgefroren/?fbclid=IwAR0asTegXpxr4SPQm2lBaei5_ROR9R7yqyaVF6rjBvoKNCaWZM8axK7Ze77VA</a>	<a href="https://dieta.gespresse.com/persoentlichteits-test-wie-viel-burschenschaft-steckt-in-dir/?fbclid=IwAR0asTegXpxr4SPQm2lBaei5_ROR9R7yqyaVF6rjBvoKNCaWZM8axK7Ze77VA">https://dieta.gespresse.com/persoentlichteits-test-wie-viel-burschenschaft-steckt-in-dir/?fbclid=IwAR0asTegXpxr4SPQm2lBaei5_ROR9R7yqyaVF6rjBvoKNCaWZM8axK7Ze77VA</a>	<a href="https://dieta.gespresse.com/stellt-rechtsstaat-infrage-behoerden-fahnden-nach-diesem-staatsverweigerer/?fbclid=IwAR0qIcGFPTxeYTQk--4TgsfkLhTvZ3H-cw5KZL156lgaLeen1SHNIAU8ro">https://dieta.gespresse.com/stellt-rechtsstaat-infrage-behoerden-fahnden-nach-diesem-staatsverweigerer/?fbclid=IwAR0qIcGFPTxeYTQk--4TgsfkLhTvZ3H-cw5KZL156lgaLeen1SHNIAU8ro</a>	<a href="https://dieta.gespresse.com/vorbild-marie-kondo-orf-startet-neue-serie-aufraeumen-mit-estibaliz-c/?fbclid=IwAR2PdeLSM0tbjQRU4k3AmjRjvCImMERvnGD-InPmx5dnHFAymZjhVwer5m4">https://dieta.gespresse.com/vorbild-marie-kondo-orf-startet-neue-serie-aufraeumen-mit-estibaliz-c/?fbclid=IwAR2PdeLSM0tbjQRU4k3AmjRjvCImMERvnGD-InPmx5dnHFAymZjhVwer5m4</a>
<b>Wortanzahl</b>	9	6	4	7	4	5	5	5	6	6
<b>Humorarten</b>	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 7 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 7 & 10 & 12 & 13 & 15	1 & 5 & 12 & 13	1 & 5 & 10	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 8 & 10 & 12 & 13 & 14	1 & 5 & 7 & 10 & 12 & 13 & 15	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 7 & 10 & 12 & 13
<b>Anzahl der Shares</b>	2	4	11	1	6	1	4	2	8	2
<b>Anzahl der Likes (Gesamt)</b>	3	3	7	2	6	2	4	3	6	3
<b>Anzahl der "Like" - Likes</b>	2	3	4	2	4	1	3	2	4	2
<b>Anzahl der "Haha" - Likes</b>	2	2	4	1	3	1	3	2	3	2
<b>Anzahl der "Love" - Likes</b>	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1
<b>Anzahl der "Wow" - Likes</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>Anzahl der "Sad" - Likes</b>	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0
<b>Anzahl der "Angry" - Likes</b>	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1
<b>Thema</b>	5	8	8	4	1	1	8	8	1	8
<b>Allgemein Akteur</b>	1	4	1	1	1	1	4	4	1	4
<b>Herkunft Akteur</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>Reale Person</b>	2	2	1	2	1	2	2	2	1	1
<b>Anzahl der Kommentare</b>	3	3	4	6	5	1	11	5	2	2
<b>Aktualität des Themas</b>	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3
<b>Bekanntheitsgrad des Akteurs</b>	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2
<b>Foto vorhanden</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>Photoshop</b>	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1

Artikelnummer	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
<b>Erscheinungsdatum</b>	24.01.2019	23.01.2019	22.01.2019	22.01.2019	21.01.2019	20.01.2019	18.01.2019	17.01.2019	16.01.2019	16.01.2019
<b>Titel</b>	Peinlich: Steirer bleibt in Schule des Lebens sitzen	Um Österreichern auch in guter Erinnerung zu bleiben: Kickl beginnt mit Bau einer Autobahn	„Nicht mit meinem Gewissen vereinbar“: Dr. Gruselglatz will nicht für ÖVP kandidieren	Kickls Verhaltenstipps: So schützen sich Frauen vor Gewalt	Millennial Burnout? Wiener (32) bleibt bis Mittag im Bett	Durchbruch bei Gentechnik: US-Forscher züchten ersten Deutschen mit Humor	„Lässt mich wie ein Trottel dastehen“: Strache klagt sich selbst wegen Rufschädigung	May verzweifelt: „Austritt aus EU fast so schwierig wie Austritt aus A1-Handyvertrag“	Die WhatsApps zwischen Großbritannien und der EU	Für Fleischesser: Supermarkt bringt Obst- und Gemüseersatz aus Fleisch in die Regale
<b>Link</b>	<a href="https://dieta.gespresse.com/peinlich-steirer-bleibt-in-schule-des-lebens-sitzen/?fbclid=IwAR03-ENwuu1Qlhh_j0ccLuLVK1iVA9gUq1TW19inOJtjMpsKXDTaOak7hkg">https://dieta.gespresse.com/peinlich-steirer-bleibt-in-schule-des-lebens-sitzen/?fbclid=IwAR03-ENwuu1Qlhh_j0ccLuLVK1iVA9gUq1TW19inOJtjMpsKXDTaOak7hkg</a>	<a href="https://dieta.gespresse.com/um-oesterreichern-auch-in-guter-erinnerung-zu-bleiben-kickl-beginnt-mit-bau-einer-autobahn/?fbclid=IwAR13-r5ySMfwDasSZWl0x6MFlyZrZkY1O_YKRjuwDuMic6RESaeY5E3zQ">https://dieta.gespresse.com/um-oesterreichern-auch-in-guter-erinnerung-zu-bleiben-kickl-beginnt-mit-bau-einer-autobahn/?fbclid=IwAR13-r5ySMfwDasSZWl0x6MFlyZrZkY1O_YKRjuwDuMic6RESaeY5E3zQ</a>	<a href="https://dieta.gespresse.com/nicht-mit-meinem-gewissen-vereinbar-dr-gruselglatz-will-nicht-fuer-oevp-kandidieren/?fbclid=IwAR3tR2pCE15u48J5R-1Dx8OXj7y9inHc8f5kolyfNoSuB-P5kPFB9pBLKY9oA">https://dieta.gespresse.com/nicht-mit-meinem-gewissen-vereinbar-dr-gruselglatz-will-nicht-fuer-oevp-kandidieren/?fbclid=IwAR3tR2pCE15u48J5R-1Dx8OXj7y9inHc8f5kolyfNoSuB-P5kPFB9pBLKY9oA</a>	<a href="https://dieta.gespresse.com/kickls-verhaltenstipps-so-schuetzen-sich-frauen-vor-gewalt/?fbclid=IwAR3tYXw99CgX1rPWZRDcvv26CZUHXVD5fDIGUMHbGjBrr9Y543Ks">https://dieta.gespresse.com/kickls-verhaltenstipps-so-schuetzen-sich-frauen-vor-gewalt/?fbclid=IwAR3tYXw99CgX1rPWZRDcvv26CZUHXVD5fDIGUMHbGjBrr9Y543Ks</a>	<a href="https://dieta.gespresse.com/millennial-burnout-wiener-32-bleibt-bis-mittag-im-bett/?fbclid=IwARILB02iuhVFZBCa9XAHrok4f0zajbQ16i0QImHFQXQBP_aXi9bdRmPnn8M">https://dieta.gespresse.com/millennial-burnout-wiener-32-bleibt-bis-mittag-im-bett/?fbclid=IwARILB02iuhVFZBCa9XAHrok4f0zajbQ16i0QImHFQXQBP_aXi9bdRmPnn8M</a>	<a href="https://dieta.gespresse.com/durchbruch-bei-gentechnik-us-forscher-zuechten-ersten-deutschen-mit-humor/?fbclid=IwAR3GFAB74MUFj1_U0c5FzwGdlPz7uHBo9-17nBV9Awzh1JSXNJZHbzA-M">https://dieta.gespresse.com/durchbruch-bei-gentechnik-us-forscher-zuechten-ersten-deutschen-mit-humor/?fbclid=IwAR3GFAB74MUFj1_U0c5FzwGdlPz7uHBo9-17nBV9Awzh1JSXNJZHbzA-M</a>	<a href="https://dieta.gespresse.com/laesst-mich-wie-ein-trottel-dastehen-strache-klagt-sich-selbst-wegen-rufschaedigung/?fbclid=IwAR0gX_ZDGJ9mruSfBrxg7HmP-2yrc2bDwN2QxX581Ye10hsKK-TLvDSx4djs">https://dieta.gespresse.com/laesst-mich-wie-ein-trottel-dastehen-strache-klagt-sich-selbst-wegen-rufschaedigung/?fbclid=IwAR0gX_ZDGJ9mruSfBrxg7HmP-2yrc2bDwN2QxX581Ye10hsKK-TLvDSx4djs</a>	<a href="https://dieta.gespresse.com/may-verzweifelt-austritt-aus-eu-fast-so-schwierig-wie-austritt-aus-a1-handyvertrag/?fbclid=IwAR2V99DGJ9mruSfBrxg7HmP-2yrc2bDwN2QxX581Ye10hsKK-TLvDSx4djs">https://dieta.gespresse.com/may-verzweifelt-austritt-aus-eu-fast-so-schwierig-wie-austritt-aus-a1-handyvertrag/?fbclid=IwAR2V99DGJ9mruSfBrxg7HmP-2yrc2bDwN2QxX581Ye10hsKK-TLvDSx4djs</a>	<a href="https://dieta.gespresse.com/die-whatsapps-zwischen-großbritannien-und-der-eu/?fbclid=IwAR2Ljd1dF4chMGm1e5XVrtQaF6lcbZKfWrOY908rZZjzu1i5YcUzsmuhTlLHgPZU4iZxjkw">https://dieta.gespresse.com/die-whatsapps-zwischen-großbritannien-und-der-eu/?fbclid=IwAR2Ljd1dF4chMGm1e5XVrtQaF6lcbZKfWrOY908rZZjzu1i5YcUzsmuhTlLHgPZU4iZxjkw</a>	<a href="https://dieta.gespresse.com/fuer-fleischesser-supermarkt-bringt-obst-und-gemueseersatz-aus-fleisch-in-die-regale/?fbclid=IwAR15kN_veutwwobnv6-gb1r7-KQXea7VxfGGqo_3CTm25JzRDBspZheJSds">https://dieta.gespresse.com/fuer-fleischesser-supermarkt-bringt-obst-und-gemueseersatz-aus-fleisch-in-die-regale/?fbclid=IwAR15kN_veutwwobnv6-gb1r7-KQXea7VxfGGqo_3CTm25JzRDBspZheJSds</a>
<b>Wortanzahl</b>	5	6	5	8	6	6	6	5	1	6
<b>Humorarten</b>	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 7 & 10 & 12 & 13 & 15	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13 & 15	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13 & 15
<b>Anzahl der Shares</b>	1	4	2	4	3	6	7	5	6	6
<b>Anzahl der Likes (Gesamt)</b>	3	5	3	3	4	7	7	8	4	4
<b>Anzahl der "Like" - Likes</b>	2	4	3	2	3	5	4	5	3	3
<b>Anzahl der "Haha" - Likes</b>	1	3	2	1	2	4	3	4	3	3
<b>Anzahl der "Love" - Likes</b>	1	1	1	1	1	1	3	2	2	3
<b>Anzahl der "Wow" - Likes</b>	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>Anzahl der "Sad" - Likes</b>	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
<b>Anzahl der "Angry" - Likes</b>	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1
<b>Thema</b>	8	1	1	1	1	9	1	1	1	8
<b>Allgemein Akteur</b>	4	1	4	1	1	4	1	1	1	4
<b>Herkunft Akteur</b>	1	1	1	1	1	2	1	4	4	1
<b>Reale Person</b>	2	1	2	1	1	2	1	1	2	2
<b>Anzahl der Kommentare</b>	1	3	2	3	2	10	2	6	3	6
<b>Aktualität des Themas</b>	3	1	1	1	1	3	1	2	2	2
<b>Bekanntheitsgrad des Akteurs</b>	1	2	2	2	2	1	2	2	2	1
<b>Foto vorhanden</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>Photoshop</b>	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1

Artikelnummer	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
<b>Erscheinungsdatum</b>	15.01.2019	14.01.2019	12.01.2019	11.01.2019	10.01.2019	09.01.2019	08.01.2019	07.01.2019	06.01.2019	04.01.2019
<b>Titel</b>	Essverbot: Wiener dürfen nachmittags nicht mehr in U-Bahn frühstücken	Kurz lädt Othmar Karas auf Schneeschuhwanderung auf verschneiten Steilhang ein	Wegen Lawinengefahr: Deutsches Touristenpaar verschiebt Flip-Flop Wanderung auf morgen	Damit kein Wiener mehr bis Mittag schläft: Kurz aktiviert um 7 Uhr früh Zivilschutz-Alarm	Verpflichtend e Geräusche: Wiener E-Autos müssen bei jeder Ampel „Schleich dich!“ schreien	60-Jahr-Jubiläum: Asterix & Obelix besuchen Österreich	Wien: Schneemann von Schneekampfhund gebissen	Schneechaos: Bevölkerung muss marodes Bundesheer aus Kasernen befreien	Seltenes Naturschauspiel: BWL-Studenten ziehen wegen Kälte umgebundene Pullover an	Gegen Vermögensteuern: Kurz kann sich vorstellen, Rendi-Wagner zu wählen
<b>Link</b>	<a href="https://dieta.gespresse.com/essverbot-wiener-duerfen-nachmittags-nicht-mehr-in-u-bahn-fruehstuecken/?fbclid=IwAR2NLh9R3JrDfQQMJah4NometSHsOJYrZHbIx99vfzVHqjeqXPCaiyGo17o">https://dieta.gespresse.com/essverbot-wiener-duerfen-nachmittags-nicht-mehr-in-u-bahn-fruehstuecken/?fbclid=IwAR2NLh9R3JrDfQQMJah4NometSHsOJYrZHbIx99vfzVHqjeqXPCaiyGo17o</a>	<a href="https://dieta.gespresse.com/kurz-laedt-othmar-karas-auf-schneeschuhwanderung-auf-verschneiten-steilhang-ein/?fbclid=IwAR2Et9MX6nnl5aCMzL3izV61mJzRrjGHNS2-wqwSBD00m7HEgCx7LiO3NM">https://dieta.gespresse.com/kurz-laedt-othmar-karas-auf-schneeschuhwanderung-auf-verschneiten-steilhang-ein/?fbclid=IwAR2Et9MX6nnl5aCMzL3izV61mJzRrjGHNS2-wqwSBD00m7HEgCx7LiO3NM</a>	<a href="https://dieta.gespresse.com/wegen-lawinengefahr-deutsches-touristenpaar-verschiebt-flip-flop-wanderung-auf-morgen/?fbclid=IwAR0YKHlpl5H3N4qUDhVHNgmogW3Z3E6u5hnBPWufNwd4lhP45RHfnGmYU">https://dieta.gespresse.com/wegen-lawinengefahr-deutsches-touristenpaar-verschiebt-flip-flop-wanderung-auf-morgen/?fbclid=IwAR0YKHlpl5H3N4qUDhVHNgmogW3Z3E6u5hnBPWufNwd4lhP45RHfnGmYU</a>	<a href="https://dieta.gespresse.com/damit-kein-wiener-mehr-bis-mittag-schlaeft-kurz-aktiviert-um-7-uhr-frueh-zivilschutz-alarm/?fbclid=IwAR3KIDQoJyUo5UDhVHNgmogW3Z3E6u5hnBPWufNwd4lhP45RHfnGmYU">https://dieta.gespresse.com/damit-kein-wiener-mehr-bis-mittag-schlaeft-kurz-aktiviert-um-7-uhr-frueh-zivilschutz-alarm/?fbclid=IwAR3KIDQoJyUo5UDhVHNgmogW3Z3E6u5hnBPWufNwd4lhP45RHfnGmYU</a>	<a href="https://dieta.gespresse.com/verpflichtend-e-geraeusche-wiener-e-autos-muessen-bei-jeder-ampel-schleichen-dich-schreien/?fbclid=IwAR3KIDQoJyUo5UDhVHNgmogW3Z3E6u5hnBPWufNwd4lhP45RHfnGmYU">https://dieta.gespresse.com/verpflichtend-e-geraeusche-wiener-e-autos-muessen-bei-jeder-ampel-schleichen-dich-schreien/?fbclid=IwAR3KIDQoJyUo5UDhVHNgmogW3Z3E6u5hnBPWufNwd4lhP45RHfnGmYU</a>	<a href="https://dieta.gespresse.com/60-jahr-jubilaeum-asterix-obelix-besuchen-oesterreich/?fbclid=IwAR0ZtpKM5vAjOJ42Fva17rCjhH8VqY2vHsg2T5bV2NO17TWbnwBGfNjdj0WU">https://dieta.gespresse.com/60-jahr-jubilaeum-asterix-obelix-besuchen-oesterreich/?fbclid=IwAR0ZtpKM5vAjOJ42Fva17rCjhH8VqY2vHsg2T5bV2NO17TWbnwBGfNjdj0WU</a>	<a href="https://dieta.gespresse.com/wien-schneemann-von-schneekampfhund-gebissen/?fbclid=IwAR1hbSi63G3Ry5GakpRE8Rocv34g03DozZoUo4rGgwVegBdY2cn9MHpjjgn635KOj1W0">https://dieta.gespresse.com/wien-schneemann-von-schneekampfhund-gebissen/?fbclid=IwAR1hbSi63G3Ry5GakpRE8Rocv34g03DozZoUo4rGgwVegBdY2cn9MHpjjgn635KOj1W0</a>	<a href="https://dieta.gespresse.com/m/schneechaos-bevoelkerung-muss-marodes-bundesheer-aus-kasernen-befreien/?fbclid=IwAR3j5jGt96C4xKp6ly6OJB3tfyRQpJAEy01iKQbXJivSX2DjpiI2dXG9rgET48">https://dieta.gespresse.com/m/schneechaos-bevoelkerung-muss-marodes-bundesheer-aus-kasernen-befreien/?fbclid=IwAR3j5jGt96C4xKp6ly6OJB3tfyRQpJAEy01iKQbXJivSX2DjpiI2dXG9rgET48</a>	<a href="https://dieta.gespresse.com/m/seltenes-naturschauspiel-bwl-studenten-ziehen-umgebundene-pullover-an/?fbclid=IwAR3ZNXdyNWj5jGt96C4xnyPLCGf6ntzwTtnA9VZyXmOwgFBpWWUubDE_hCKz1K-9Kik">https://dieta.gespresse.com/m/seltenes-naturschauspiel-bwl-studenten-ziehen-umgebundene-pullover-an/?fbclid=IwAR3ZNXdyNWj5jGt96C4xnyPLCGf6ntzwTtnA9VZyXmOwgFBpWWUubDE_hCKz1K-9Kik</a>	<a href="https://dieta.gespresse.com/gegen-vermoegenssteuern-kurz-kann-sich-vorstellen-rendi-wagner-zu-waehlen/?fbclid=IwAR3RngDie61OmyPLCGf6ntzwTtnA9VZyXmOwgFBpWWUubDE_hCKz1K-9Kik">https://dieta.gespresse.com/gegen-vermoegenssteuern-kurz-kann-sich-vorstellen-rendi-wagner-zu-waehlen/?fbclid=IwAR3RngDie61OmyPLCGf6ntzwTtnA9VZyXmOwgFBpWWUubDE_hCKz1K-9Kik</a>
<b>Wortanzahl</b>	5	6	5	7	6	12	5	5	5	6
<b>Humorarten</b>	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13 & 15	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 7 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 7 & 10 & 12 & 13 & 15	1 & 5 & 10 & 12 & 13 & 15	1 & 5 & 10 & 12 & 13 & 15	1 & 5 & 10 & 12 & 13
<b>Anzahl der Shares</b>	3	1	3	11	9	7	3	3	3	2
<b>Anzahl der Likes (Gesamt)</b>	8	2	4	8	7	5	3	5	7	3
<b>Anzahl der "Like" - Likes</b>	5	2	3	5	5	3	2	4	5	2
<b>Anzahl der "Haha" - Likes</b>	4	1	2	4	4	3	2	3	4	2
<b>Anzahl der "Love" - Likes</b>	3	1	1	2	3	2	1	1	1	1
<b>Anzahl der "Wow" - Likes</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
<b>Anzahl der "Sad" - Likes</b>	2	1	1	1	0	0	2	1	1	1
<b>Anzahl der "Angry" - Likes</b>	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1
<b>Thema</b>	8	1	8	1	8	7	8	8	8	1
<b>Allgemein Akteur</b>	4	1	4	1	4	4	8	4	4	1
<b>Herkunft Akteur</b>	1	1	2	1	1	4	1	1	1	1
<b>Reale Person</b>	2	1	2	1	2	2	2	2	2	1
<b>Anzahl der Kommentare</b>	3	1	2	4	8	4	2	8	10	1
<b>Aktualität des Themas</b>	1	1	1	1	2	2	1	1	3	1
<b>Bekanntheitsgrad des Akteurs</b>	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2
<b>Foto vorhanden</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>Photoshop</b>	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2



Artikelnummer	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
<b>Erscheinungsdatum</b>	24.12.2018	23.12.2018	21.12.2018	20.12.2018	19.12.2018	18.12.2018	17.12.2018	17.12.2018	16.12.2018	14.12.2018
<b>Titel</b>	„Da wollte jemand Armen helfen!“: Hartinger-Klein legt „Licht ins Dunkel“ Telefon entsetzt auf	100.000 Euro Gewinn: Wiener Linien gratulieren 1-Millionstem Schwarzfahrer	„Lebensretter 2018“ mit Sebastian Kurz: Die schönsten Highlights der ORF-Show	Alles frei erfunden: „Spiegel“ ab sofort gratis in Wiener U-Bahnen erhältlich	Zustimmung zur Datenverarbeitung fehlt: Christkind muss alle Wunschbriefe vernichten	„Sonst wird mir fad“: Hirscher liest während Rennen „Herr der Ringe“	Schneeballwurf vor Volksschule: Polizei kesselt 1,9 Millionen Wiener ein	Genug von linken Medien: Gabalier präsentiert eigene Zeitung	Schiff mit 400 österreichischen Steuerflüchtlingen vor Bahamas in Seenot	„Sonderbehandlung“: Waldhäusl sperrt Flüchtlinge in seine Briefkastenfirma
<b>Link</b>	<a href="https://dieta.espresso.com/100-000-jemand-armen-helfen-hartinger-klein-legt-licht-ins-dunkel-telefon-entsetzt-auf/?fbclid=IwAR1qD_XOTu8zjaiU9sN6KjcEtdEOAnoc7YjqNfVXY-y8Q10zefzuV DdLjfm">https://dieta.espresso.com/100-000-jemand-armen-helfen-hartinger-klein-legt-licht-ins-dunkel-telefon-entsetzt-auf/?fbclid=IwAR1qD_XOTu8zjaiU9sN6KjcEtdEOAnoc7YjqNfVXY-y8Q10zefzuV DdLjfm</a>	<a href="https://dieta.espresso.com/100-000-euro-gewinn-wiener-linien-gratulieren-1-millionstem-schwarzfahrer/?fbclid=IwAR1IS_OscwnY2M9JZFXA6WB63T0769KKHFn4STW8595lkunvGblfQNGSgAY">https://dieta.espresso.com/100-000-euro-gewinn-wiener-linien-gratulieren-1-millionstem-schwarzfahrer/?fbclid=IwAR1IS_OscwnY2M9JZFXA6WB63T0769KKHFn4STW8595lkunvGblfQNGSgAY</a>	<a href="https://dieta.espresso.com/lebensretter-2018-mit-sebastian-kurz-die-schoensten-highlights-der-orf-show/?fbclid=IwAR0zFK6u3zHX1czZhQ831QR25cRT1r21K6J6dUwvf6uZT_2_h178OPKeWB0">https://dieta.espresso.com/lebensretter-2018-mit-sebastian-kurz-die-schoensten-highlights-der-orf-show/?fbclid=IwAR0zFK6u3zHX1czZhQ831QR25cRT1r21K6J6dUwvf6uZT_2_h178OPKeWB0</a>	<a href="https://dieta.espresso.com/alles-frei-erfunden-spiegel-ab-sofort-gratis-in-wiener-u-bahnen-erhaeltlich/?fbclid=IwAR2Ma0bsOiZT9NzDYXnuFm3XajIJ1Y0DX_OAXfM36qUbgTT09w5796P7ur4NdfhOeAObjf32Bg">https://dieta.espresso.com/alles-frei-erfunden-spiegel-ab-sofort-gratis-in-wiener-u-bahnen-erhaeltlich/?fbclid=IwAR2Ma0bsOiZT9NzDYXnuFm3XajIJ1Y0DX_OAXfM36qUbgTT09w5796P7ur4NdfhOeAObjf32Bg</a>	<a href="https://dieta.espresso.com/zustimmung-zur-datenverarbeitung-fehlt-christkind-muss-alle-wunschbriefe-vernichten/?fbclid=IwAR1oe39yo0J1cK1weH4HcYWhBTdOEWXfM36qUbgTT09w5796P7ur4NdfhOeAObjf32Bg">https://dieta.espresso.com/zustimmung-zur-datenverarbeitung-fehlt-christkind-muss-alle-wunschbriefe-vernichten/?fbclid=IwAR1oe39yo0J1cK1weH4HcYWhBTdOEWXfM36qUbgTT09w5796P7ur4NdfhOeAObjf32Bg</a>	<a href="https://dieta.espresso.com/sonst-wird-mir-fad-hirscher-liest-waehrend-rennen-herr-der-wiener-wunschbriefe-vernichten/?fbclid=IwAR3RycK1weH4HcYWhBTdOEWXfM36qUbgTT09w5796P7ur4NdfhOeAObjf32Bg">https://dieta.espresso.com/sonst-wird-mir-fad-hirscher-liest-waehrend-rennen-herr-der-wiener-wunschbriefe-vernichten/?fbclid=IwAR3RycK1weH4HcYWhBTdOEWXfM36qUbgTT09w5796P7ur4NdfhOeAObjf32Bg</a>	<a href="https://dieta.espresso.com/schneeballwurf-vor-volksschule-polizei-kesselt-19-millionen-wiener-ein/?fbclid=IwAR14jHwXgCGxyuqG6_JUREbX5W1rr3k219PvTm4L85uCWU1HNYZFPXbKs">https://dieta.espresso.com/schneeballwurf-vor-volksschule-polizei-kesselt-19-millionen-wiener-ein/?fbclid=IwAR14jHwXgCGxyuqG6_JUREbX5W1rr3k219PvTm4L85uCWU1HNYZFPXbKs</a>	<a href="https://dieta.espresso.com/genug-von-linken-medien-gabalier-praesentiert-eigene-zeitung/?fbclid=IwAR3NKLfqcP77vxyalQAHO0V9wCul1cVz661YYV5dVQds6Bf_Krj5LhSncE">https://dieta.espresso.com/genug-von-linken-medien-gabalier-praesentiert-eigene-zeitung/?fbclid=IwAR3NKLfqcP77vxyalQAHO0V9wCul1cVz661YYV5dVQds6Bf_Krj5LhSncE</a>	<a href="https://dieta.espresso.com/humanitaere-tragoedie-schiff-mit-400-oesterreichischen-steuerfluechtlingen-vor-bahamas-seenot/?fbclid=IwAR1y9ipFoKA1uD8PCXKQZnlcji coyMJX6N2 h78QNFRbQxjbV7ctRb5dKrk">https://dieta.espresso.com/humanitaere-tragoedie-schiff-mit-400-oesterreichischen-steuerfluechtlingen-vor-bahamas-seenot/?fbclid=IwAR1y9ipFoKA1uD8PCXKQZnlcji coyMJX6N2 h78QNFRbQxjbV7ctRb5dKrk</a>	<a href="https://dieta.espresso.com/sonderbehandlung-waldhaeusl-fluechtlinge-in-seine-briefkastenfirma/?fbclid=IwAR1k8UQzZXwbJ5GsS0C2VM3qVSGA4jarEkkHakiV9hwn7uc_Cj18DZah4">https://dieta.espresso.com/sonderbehandlung-waldhaeusl-fluechtlinge-in-seine-briefkastenfirma/?fbclid=IwAR1k8UQzZXwbJ5GsS0C2VM3qVSGA4jarEkkHakiV9hwn7uc_Cj18DZah4</a>
<b>Wortanzahl</b>	5	6	7	6	4	5	5	8	8	5
<b>Humorarten</b>	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13 & 15	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 7 & 10 & 12 & 13 & 14 & 15	1 & 5 & 10 & 12 & 13 & 15	1 & 5 & 7 & 10 & 12 & 13 & 15
<b>Anzahl der Shares</b>	4	2	2	2	5	9	4	6	5	1
<b>Anzahl der Likes (Gesamt)</b>	4	3	3	3	4	11	4	5	4	1
<b>Anzahl der "Like" - Likes</b>	3	3	2	2	3	8	3	4	3	1
<b>Anzahl der "Haha" - Likes</b>	2	2	2	1	2	5	2	3	2	1
<b>Anzahl der "Love" - Likes</b>	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1
<b>Anzahl der "Wow" - Likes</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>Anzahl der "Sad" - Likes</b>	1	0	0	0	1	1	1	0	1	1
<b>Anzahl der "Angry" - Likes</b>	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
<b>Thema</b>	1	8	1	7	8	6	8	7	8	1
<b>Allgemein Akteur</b>	1	4	1	4	4	5	4	4	4	1
<b>Herkunft Akteur</b>	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
<b>Reale Person</b>	2	2	1	1	2	1	1	1	2	1
<b>Anzahl der Kommentare</b>	1	1	1	1	1	11	2	4	1	1
<b>Aktualität des Themas</b>	1	3	1	3	2	2	1	3	3	2
<b>Bekanntheitsgrad des Akteurs</b>	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2
<b>Foto vorhanden</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>Photoshop</b>	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1

## Der Postillon:

Artikelnummer	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>Erscheinungsdatum</b>	31.01.2019	31.01.2019	31.01.2019	31.01.2019	30.01.2019	30.01.2019	30.01.2019	30.01.2019	29.01.2019	29.01.2019
<b>Titel</b>	Wird hauptsächlich von Männern gewählt: AfD passt Parteilogo an	Kältewelle: Trump fordert US-Bürger auf, Heizung voll aufzudrehen und Fenster zu öffnen	Transferfenster schließt: 1. FC Nürnberg hat noch 5 Stunden Zeit, sich Neymar verpflichtet zu überlegen	"Wie geil ist das denn!": Teenager entdeckt im Supermarkt Gemüse, das aussieht wie ein Emoji	Unterstützen Sie seriösen Journalismus! Jetzt ein Postillon-Minus-Abonnement und exklusive Nachteile genießen!	Regierungsflieger kaputt: Steinmeier nutzt Schlepper, um nach Deutschland zu kommen	Zapfsäulen erhalten Schamwände, um Diesel-Kunden vor abfälligen Blicken zu schützen	Newsticker (1304)	Mann mit Skimaske und Pistole erstaunt, wie viele Leute ihm spontan Geld schenken	107 Doktorfische legen Gutachten vor: Mikroplastik im Meer doch nicht so schädlich
<b>Link</b>	<a href="https://www.derpostillon.com/2016/01/groteilder-wahler-sind-manner-afd.html?fbclid=IwAR1-6BXUteGdg4049R-CsY39Q-CTw0WqHgMyOmaFZK8lF9lpIROP LAPn xg">https://www.derpostillon.com/2016/01/groteilder-wahler-sind-manner-afd.html?fbclid=IwAR1-6BXUteGdg4049R-CsY39Q-CTw0WqHgMyOmaFZK8lF9lpIROP LAPn xg</a>	<a href="https://www.derpostillon.com/2019/01/make-america-warm-again.html?fbclid=IwAR0Ssw5WNpBsfDWGjSqUlfdobEIpvSz3zXRmpTTprT9GQJBY-wMFLV-xE">https://www.derpostillon.com/2019/01/make-america-warm-again.html?fbclid=IwAR0Ssw5WNpBsfDWGjSqUlfdobEIpvSz3zXRmpTTprT9GQJBY-wMFLV-xE</a>	<a href="https://www.derpostillon.com/2019/01/fc-nyemar.html?fbclid=IwAR38SLULaviFWtX_u-IcJxFCQretVffxY-9SQBYG3nrSgqSlw5_Numxos">https://www.derpostillon.com/2019/01/fc-nyemar.html?fbclid=IwAR38SLULaviFWtX_u-IcJxFCQretVffxY-9SQBYG3nrSgqSlw5_Numxos</a>	<a href="https://www.derpostillon.com/2018/02/aubergin-emoji.html?fbclid=IwAR0tS1G1aaqEWYVWDoxFu3VfmPRJmXWfYIxfhF_u0pEtOQIuiTlrsW7zQdRe">https://www.derpostillon.com/2018/02/aubergin-emoji.html?fbclid=IwAR0tS1G1aaqEWYVWDoxFu3VfmPRJmXWfYIxfhF_u0pEtOQIuiTlrsW7zQdRe</a>	<a href="https://www.derpostillon.com/2019/01/unterstuetzen-sie-serioesen-journalismus.html?fbclid=IwAR1G4lc0ss4r90JdQmW6hHoIH1pFkWm14nGfmiRLR1628a8KeCVfTGisVOE">https://www.derpostillon.com/2019/01/unterstuetzen-sie-serioesen-journalismus.html?fbclid=IwAR1G4lc0ss4r90JdQmW6hHoIH1pFkWm14nGfmiRLR1628a8KeCVfTGisVOE</a>	<a href="https://www.derpostillon.com/2019/01/schlepper.html?fbclid=IwAR1BfvMMkBLKMKxMVvi9MuGairRTPCaaVqg8DRrXF9VG18lBpQ7u6Lkor8">https://www.derpostillon.com/2019/01/schlepper.html?fbclid=IwAR1BfvMMkBLKMKxMVvi9MuGairRTPCaaVqg8DRrXF9VG18lBpQ7u6Lkor8</a>	<a href="https://www.derpostillon.com/2019/01/schamwaende.html?fbclid=IwAR3R217Z31sQ0DxtYpi1CMjhZ_ZBe5H0tvY006ABlVRNgKEjPMENczv6mvs2w">https://www.derpostillon.com/2019/01/schamwaende.html?fbclid=IwAR3R217Z31sQ0DxtYpi1CMjhZ_ZBe5H0tvY006ABlVRNgKEjPMENczv6mvs2w</a>	<a href="https://www.derpostillon.com/2019/01/newsticker-1304.html?fbclid=IwAR217Z31sQ9cijG_VX1cReMwXlMA2g24_Uqoj2-ngZM91mS3TH">https://www.derpostillon.com/2019/01/newsticker-1304.html?fbclid=IwAR217Z31sQ9cijG_VX1cReMwXlMA2g24_Uqoj2-ngZM91mS3TH</a>	<a href="https://www.derpostillon.com/2019/01/wahre-mitmenschliche.html?fbclid=IwAR0alPNDYuuLgw6gzIA3e-ss-NSEJFDEL7C1zNPZrL4T1xat-EzqWuE8b1fw">https://www.derpostillon.com/2019/01/wahre-mitmenschliche.html?fbclid=IwAR0alPNDYuuLgw6gzIA3e-ss-NSEJFDEL7C1zNPZrL4T1xat-EzqWuE8b1fw</a>	<a href="https://www.derpostillon.com/2019/01/107-doktorfische.html?fbclid=IwAR0alPNDYuuLgw6gzIA3e-ss-NSEJFDEL7C1zNPZrL4T1xat-EzqWuE8b1fw">https://www.derpostillon.com/2019/01/107-doktorfische.html?fbclid=IwAR0alPNDYuuLgw6gzIA3e-ss-NSEJFDEL7C1zNPZrL4T1xat-EzqWuE8b1fw</a>
<b>Wortanzahl</b>	5	3	5	5	9	4	6	2	8	5
<b>Humorarten</b>	1 & 5 & 10 & 12 & 13 & 15	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 7 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13
<b>Anzahl der Shares</b>	11	11	11	4	3	11	11	1	10	11
<b>Anzahl der Likes (Gesamt)</b>	12	12	12	5	5	12	12	2	7	12
<b>Anzahl der "Like" - Likes</b>	12	12	9	4	4	12	12	1	5	12
<b>Anzahl der "Haha" - Likes</b>	11	9	4	3	3	12	12	1	4	11
<b>Anzahl der "Love" - Likes</b>	4	3	2	1	3	3	4	1	1	4
<b>Anzahl der "Wow" - Likes</b>	1	2	2	2	1	5	2	1	2	6
<b>Anzahl der "Sad" - Likes</b>	1	1	1	0	1	1	1	0	1	3
<b>Anzahl der "Angry" - Likes</b>	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1
<b>Thema</b>	1	1	6	8	7	1	8	8	8	9
<b>Allgemein Akteur</b>	1	1	5	4	4	1	4	4	4	7
<b>Herkunft Akteur</b>	2	5	5	2	2	2	2	2	2	5
<b>Reale Person</b>	1	1	1	2	2	1	2	1	2	2
<b>Anzahl der Kommentare</b>	11	11	11	3	3	11	11	1	3	11
<b>Aktualität des Themas</b>	2	1	3	3	3	2	3	3	3	2
<b>Bekanntheitsgrad des Akteurs</b>	2	2	2	1	1	2	1	2	1	1
<b>Foto vorhanden</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>Photoshop</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2

Artikelnummer	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Erscheinungsdatum	29.01.2019	28.01.2019	28.01.2019	28.01.2019	27.01.2019	27.01.2019	27.01.2019	26.01.2019	25.01.2019	25.01.2019
<b>Titel</b>	Eltern vergessen Namen ihres Kindes, weil sie ihn nirgends tätowiert haben	Dreiste Jugendliche klauen Stern von Berliner Mercedes-Zentrale	"Diese Amis werden es nie lernen": Deutscher lacht bei 250 km/h auf Autobahn über Waffengesetze in den USA	Glatzköpfiger mit Beule von LEGO abgemahnt	Mann unterbricht Stuhlgang, weil er Smartphone im Wohnzimmer vergessen hat	Sonntagsfrage: Was halten Sie davon, dass 100 Lungenärzte die Gefährlichkeit von Diesel-Abgasen anzweifeln?	Klimawandel: Italienische Restaurants bieten nur noch Pizza Drei Jahreszeiten an	Techno-Fan wartet ungeduldig auf minimale Veränderung der Bassline	Wunderkind entdeckt schon mit neun Jahren Sinnlosigkeit des Lebens	Frauempört: Ehemann kehrt nach zehn Minuten vom Zigarettenholen zurück
<b>Link</b>	<a href="https://www.derpostillon.com/2013/12/eltern-vergessen-namen-ihres-kindes.html?fbclid=IwAR0kebKo_5yKZYb2lfsEvYIpSTlxFUdAPjYKHc5VAb9EmUxpUQ5ThiwObY">https://www.derpostillon.com/2013/12/eltern-vergessen-namen-ihres-kindes.html?fbclid=IwAR0kebKo_5yKZYb2lfsEvYIpSTlxFUdAPjYKHc5VAb9EmUxpUQ5ThiwObY</a>	<a href="https://www.derpostillon.com/2015/11/dreiste-jugendliche-klauen-stern-von.html?fbclid=IwAR3m9Xw1aj9Vyw89E2PILw6APGUshA6al75hqWFUL84b_QjiksZv4hmjEw">https://www.derpostillon.com/2015/11/dreiste-jugendliche-klauen-stern-von.html?fbclid=IwAR3m9Xw1aj9Vyw89E2PILw6APGUshA6al75hqWFUL84b_QjiksZv4hmjEw</a>	<a href="https://www.derpostillon.com/2019/01/tempolimit.html?fbclid=IwAR1MBz3WstsRqCIKEF_QHOjCUAMY26MYTUoIgeEqBNbdSF0oT05UI">https://www.derpostillon.com/2019/01/tempolimit.html?fbclid=IwAR1MBz3WstsRqCIKEF_QHOjCUAMY26MYTUoIgeEqBNbdSF0oT05UI</a>	<a href="https://www.derpostillon.com/2019/01/glatzkopf-mit-beule.html?fbclid=IwAR1KMAFW2eqG3QmLtClc3lfiwz5C851WLftV3ePTaW3hx8-RV157t0WnpQ">https://www.derpostillon.com/2019/01/glatzkopf-mit-beule.html?fbclid=IwAR1KMAFW2eqG3QmLtClc3lfiwz5C851WLftV3ePTaW3hx8-RV157t0WnpQ</a>	<a href="https://www.derpostillon.com/2018/01/smartgang.html?fbclid=IwAR3lnbFFCu97DjkgTfHR78pKKrjXTz4BmqfXKK9xnm_29VXQkS49LmOyIY">https://www.derpostillon.com/2018/01/smartgang.html?fbclid=IwAR3lnbFFCu97DjkgTfHR78pKKrjXTz4BmqfXKK9xnm_29VXQkS49LmOyIY</a>	<a href="https://www.derpostillon.com/2019/01/sonntagsfrage-dieselaerz.html?fbclid=IwAR0u0DNXHkcZ5Z9jwWolVNyUq4_fOQRXse9C_K92YuZAKRmsC5y90oIfdC4">https://www.derpostillon.com/2019/01/sonntagsfrage-dieselaerz.html?fbclid=IwAR0u0DNXHkcZ5Z9jwWolVNyUq4_fOQRXse9C_K92YuZAKRmsC5y90oIfdC4</a>	<a href="https://www.derpostillon.com/2018/01/drei-jahreszeiten.html?fbclid=IwAR2jHv5UKKDeJOGCVXP_IDPqixdmy8f3m2zG1QruULgOr3eCiddXdj7Kk">https://www.derpostillon.com/2018/01/drei-jahreszeiten.html?fbclid=IwAR2jHv5UKKDeJOGCVXP_IDPqixdmy8f3m2zG1QruULgOr3eCiddXdj7Kk</a>	<a href="https://www.derpostillon.com/2018/01/techno.html?fbclid=IwAR2ez4EpePSPSW4k8VEX7UvbqGdn9NB_uP0diDInM5y8tGO3QyqI5T6nrkc73okVZc73uDQ9y8s7YfeyINgtgCt9BKJDeWLElef4oGkU">https://www.derpostillon.com/2018/01/techno.html?fbclid=IwAR2ez4EpePSPSW4k8VEX7UvbqGdn9NB_uP0diDInM5y8tGO3QyqI5T6nrkc73okVZc73uDQ9y8s7YfeyINgtgCt9BKJDeWLElef4oGkU</a>	<a href="https://www.derpostillon.com/2011/01/fruhreif-wunderkind-entdeckt-schonmit.html?fbclid=IwAR3QyqI5T6nrkc73okVZc73uDQ9y8s7YfeyINgtgCt9BKJDeWLElef4oGkU">https://www.derpostillon.com/2011/01/fruhreif-wunderkind-entdeckt-schonmit.html?fbclid=IwAR3QyqI5T6nrkc73okVZc73uDQ9y8s7YfeyINgtgCt9BKJDeWLElef4oGkU</a>	<a href="https://www.derpostillon.com/2019/01/zigaretten-holen.html?fbclid=IwAR2lTlTWtXy1S6m6xAG--7W7PwCdNZ56BaOWJyC7plgwc4C5cNzcsG_lGtCfU">https://www.derpostillon.com/2019/01/zigaretten-holen.html?fbclid=IwAR2lTlTWtXy1S6m6xAG--7W7PwCdNZ56BaOWJyC7plgwc4C5cNzcsG_lGtCfU</a>
<b>Wortanzahl</b>	6	6	7	5	4	3	4	4	5	7
<b>Humorarten</b>	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13 & 15	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13
<b>Anzahl der Shares</b>	11	8	11	11	11	3	11	11	9	11
<b>Anzahl der Likes (Gesamt)</b>	12	10	12	10	12	4	12	12	9	12
<b>Anzahl der "Like" - Likes</b>	12	7	12	6	10	3	12	12	7	9
<b>Anzahl der "Haha" - Likes</b>	12	5	7	5	9	2	12	8	3	9
<b>Anzahl der "Love" - Likes</b>	2	2	6	1	2	1	3	5	3	1
<b>Anzahl der "Wow" - Likes</b>	7	3	1	2	4	1	6	2	2	6
<b>Anzahl der "Sad" - Likes</b>	4	1	2	1	2	1	10	1	4	1
<b>Anzahl der "Angry" - Likes</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>Thema</b>	8	8	8	8	8	8	12	8	8	8
<b>Allgemein Akteur</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>Herkunft Akteur</b>	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
<b>Reale Person</b>	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
<b>Anzahl der Kommentare</b>	11	10	10	9	11	7	11	11	5	8
<b>Aktualität des Themas</b>	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3
<b>Bekanntheitsgrad des Akteurs</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>Foto vorhanden</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>Photoshop</b>	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2

Artikelnummer	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
Erscheinungsdatum	25.01.2019	24.01.2019	24.01.2019	24.01.2019	24.01.2019	23.01.2019	23.01.2019	22.01.2019	22.01.2019	22.01.2019
<b>Titel</b>	"Ich habe Ähnliches erlebt, als ich beim Musikantenstadt ausstieg": Florian Silbereisen weiß genau, was Bushido gerade durchmacht	Wilde Bergstämme in deutsch-italienischen Grenzgebiet entdeckt	BER soll ab nächstem Schuljahr Teil des Geschichtsunterrichts werden	Mann kauft Brezel beim Bäcker, um damit seine ganze Einfahrt zu streuen	Umfrage: Neun von zehn Büroangestellten finden Mobbing völlig in Ordnung	Aufräum-Expertin Marie Kondo empfiehlt, maximal drei Familienmitglieder zu behalten	37 starke Sprüche für den Moment, bevor Sie die große Wasserrutsche runtersaunen	Endlich Stimmung: TV-Sender spielt künstliche Lacher bei Bundestagsdebatten ein	Cyber-Security: IT-Experten empfehlen, Passwörter alle vier Minuten zu ändern	Bild-Chef Reichelt: "Wenn mein 2-jähriges Kind in ein 100-Meter-Loch fällt und wahrscheinlich tot ist, hätte ich auch gern, dass die gesamte Welt live daran teilnimmt"
<b>Link</b>	<a href="https://www.der-postillon.com/2019/01/silbereisen-bushido.html?fbclid=IwAR3dgKb_RLTP2JDXnBN670-WL4F9G1BXuV0IZDw8j6m4tyYYOCEX2acOIg">https://www.der-postillon.com/2019/01/silbereisen-bushido.html?fbclid=IwAR3dgKb_RLTP2JDXnBN670-WL4F9G1BXuV0IZDw8j6m4tyYYOCEX2acOIg</a>	<a href="https://www.der-postillon.com/2013/01/wildebergstamme-in-deutsch.html?fbclid=IwAR01qLsmnBR6jZiciSrBkgpQanCwtDIQTJgyWPEvhKEW3e9P6nxVFoykthc">https://www.der-postillon.com/2013/01/wildebergstamme-in-deutsch.html?fbclid=IwAR01qLsmnBR6jZiciSrBkgpQanCwtDIQTJgyWPEvhKEW3e9P6nxVFoykthc</a>	<a href="https://www.der-postillon.com/2019/01/bergeschicht.html?fbclid=IwAR2kCBDdRySx2rf4NFt194tisE7Kb6DzZCjxJMMek4w6FgniUaBWLoihaPM">https://www.der-postillon.com/2019/01/bergeschicht.html?fbclid=IwAR2kCBDdRySx2rf4NFt194tisE7Kb6DzZCjxJMMek4w6FgniUaBWLoihaPM</a>	<a href="https://www.der-postillon.com/2019/01/brezel-einfahrt.html?fbclid=IwAR1OyW7jCLn_SXMO_Iyd17m57tPAVqZOrESFia_jLW6re3xFT4pEjju">https://www.der-postillon.com/2019/01/brezel-einfahrt.html?fbclid=IwAR1OyW7jCLn_SXMO_Iyd17m57tPAVqZOrESFia_jLW6re3xFT4pEjju</a>	<a href="https://www.der-postillon.com/2011/11/umfrage-neun-von-zehn-buroangestellten.html?fbclid=IwAR3TtipbX8R3TLRemifj4s0MWe6EwCU4Kp20km09AjOt3aacrqfUQ5hmbB4">https://www.der-postillon.com/2011/11/umfrage-neun-von-zehn-buroangestellten.html?fbclid=IwAR3TtipbX8R3TLRemifj4s0MWe6EwCU4Kp20km09AjOt3aacrqfUQ5hmbB4</a>	<a href="https://www.der-postillon.com/2019/01/marie-kondo-familie.html?fbclid=IwAR3tyaQidhuKzS961dqO0DEIj2ZprSxrN5ck-Lsv6lyhXEH0w18rTfuZEoi">https://www.der-postillon.com/2019/01/marie-kondo-familie.html?fbclid=IwAR3tyaQidhuKzS961dqO0DEIj2ZprSxrN5ck-Lsv6lyhXEH0w18rTfuZEoi</a>	<a href="https://www.der-postillon.com/2019/01/starke-sprueche-wasserrutsche.html?fbclid=IwAR06refj1eUYxwqgCvbf3kFYiLGT1WjQdI7okUVndSqHJHsXGifSS0u_Zw">https://www.der-postillon.com/2019/01/starke-sprueche-wasserrutsche.html?fbclid=IwAR06refj1eUYxwqgCvbf3kFYiLGT1WjQdI7okUVndSqHJHsXGifSS0u_Zw</a>	<a href="https://www.der-postillon.com/2011/01/phoenix-spielt-kunstliche-lacher-bei.html?fbclid=IwAR11LzN_6PVvAal7kuj3myL41dsFBH1Q8vfu8N4S3ID-rVU">https://www.der-postillon.com/2011/01/phoenix-spielt-kunstliche-lacher-bei.html?fbclid=IwAR11LzN_6PVvAal7kuj3myL41dsFBH1Q8vfu8N4S3ID-rVU</a>	<a href="https://www.der-postillon.com/2019/01/alle-4-minuten.html?fbclid=IwAR21qKlR3RcKu8K2hmTkDLcF3LRmDeNF3HLUtWeCeausoZskwD7YeNo">https://www.der-postillon.com/2019/01/alle-4-minuten.html?fbclid=IwAR21qKlR3RcKu8K2hmTkDLcF3LRmDeNF3HLUtWeCeausoZskwD7YeNo</a>	<a href="https://www.der-postillon.com/2019/01/reichelt-julen.html?fbclid=IwAR3RcKu8K2hmTkDLcF3LRmDeNF3HLUtWeCeausoZskwD7YeNo">https://www.der-postillon.com/2019/01/reichelt-julen.html?fbclid=IwAR3RcKu8K2hmTkDLcF3LRmDeNF3HLUtWeCeausoZskwD7YeNo</a>
<b>Wortanzahl</b>	6	5	6	4	5	6	8	5	4	10
<b>Humorarten</b>	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 7 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13
<b>Anzahl der Shares</b>	11	11	11	9	10	11	5	11	5	9
<b>Anzahl der Likes (Gesamt)</b>	12	12	12	11	8	12	6	12	4	10
<b>Anzahl der "Like" - Likes</b>	12	8	8	7	6	12	4	8	3	9
<b>Anzahl der "Haha" - Likes</b>	10	5	6	5	4	10	3	5	2	2
<b>Anzahl der "Love" - Likes</b>	4	2	3	2	1	6	2	3	1	2
<b>Anzahl der "Wow" - Likes</b>	2	4	1	1	3	2	1	1	1	2
<b>Anzahl der "Sad" - Likes</b>	1	1	1	0	1	1	1	1	1	9
<b>Anzahl der "Angry" - Likes</b>	1	1	1	0	1	1	1	1	1	3
<b>Thema</b>	7	8	8	8	8	7	8	1	8	7
<b>Allgemein Akteur</b>	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4
<b>Herkunft Akteur</b>	2	4	2	2	2	5	0	2	2	2
<b>Reale Person</b>	1	2	2	2	2	1	2	1	2	1
<b>Anzahl der Kommentare</b>	11	11	5	9	11	11	11	4	2	6
<b>Aktualität des Themas</b>	3	3	2	1	3	2	3	3	1	1
<b>Bekanntheitsgrad des Akteurs</b>	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2
<b>Foto vorhanden</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>Photoshop</b>	1	2	1	1	2	2	2	2	1	2

Artikelnummer	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
Erscheinungsdatum	22.01.2019	21.01.2019	21.01.2019	21.01.2019	20.01.2019	20.01.2019	19.01.2019	19.01.2019	18.01.2019	18.01.2019
<b>Titel</b>	Wegen Glatteis: Streufahrzeugsfahrer macht heute lieber Homeoffice	Gehweg-Enteisung: Immer mehr Menschen setzen auf nachhaltiges Bio-Streusalz	Seltenes Phänomen: Heute Nacht ganz normaler Mond ohne jeden Schnickschnack!	26 fleißigste Menschen genauso reich wie 3,8 Milliarden faulste Menschen zusammen	Bundeskartellamt ermittelt: Illegale Preisabsprachen bei 1-Euro-Läden?	Wintereinbruch: Deutsche Bahn zieht bei allen Zügen Schneeketten auf	Deutschlands erster Fußgänger-Kreisverkehr eröffnet	Passende Gebietsstruktur: Aldi expandiert nach Nord- und Südkorea	Jugendlicher bekommt Hausarrest, weil er die ganze Zeit nur zu Hause hockt	Er wurde nur 67: Erfinder der Autokorrektur unerwartet gestohlen
<b>Link</b>	<a href="https://www.der-postillon.com/2018/01/glatteis.html?fbclid=IwAR2kBTZ21BbBMzTK7Aer4R0JkYmXW9w2tVpiE6XDGeYItCLcEa0yy6fFm3E">https://www.der-postillon.com/2018/01/glatteis.html?fbclid=IwAR2kBTZ21BbBMzTK7Aer4R0JkYmXW9w2tVpiE6XDGeYItCLcEa0yy6fFm3E</a>	<a href="https://www.der-postillon.com/2014/12/gehweg-enteisung-immer-mehr-menschen.html?fbclid=IwAR3dmgaM0D5K74IN_oVgczAN_uFYx1y62SpEWW-h0eWNYBRk4XUrD-Wlaow">https://www.der-postillon.com/2014/12/gehweg-enteisung-immer-mehr-menschen.html?fbclid=IwAR3dmgaM0D5K74IN_oVgczAN_uFYx1y62SpEWW-h0eWNYBRk4XUrD-Wlaow</a>	<a href="https://www.der-postillon.com/2019/01/mega-normalmond.html?fbclid=IwAR30sEzP8YxTdjSxKHsYNtXVIglSTM4Ae22T2tb7f7U9pZxM">https://www.der-postillon.com/2019/01/mega-normalmond.html?fbclid=IwAR30sEzP8YxTdjSxKHsYNtXVIglSTM4Ae22T2tb7f7U9pZxM</a>	<a href="https://www.der-postillon.com/2019/01/reichtum-armut.html?fbclid=IwAR346L9x1jcAbsW3Q_ohPwpJdjsKHSynTXXVIglSTM4Ae22T2tb7f7U9pZxM">https://www.der-postillon.com/2019/01/reichtum-armut.html?fbclid=IwAR346L9x1jcAbsW3Q_ohPwpJdjsKHSynTXXVIglSTM4Ae22T2tb7f7U9pZxM</a>	<a href="https://www.der-postillon.com/2015/01/bundeskartellamt-ermittelt-illegale.html?fbclid=IwAR2lp3W9XjPAuEZcgw77WWpYwkBv-McfBiAtyHWM2o03m0njsun_uAICSxE">https://www.der-postillon.com/2015/01/bundeskartellamt-ermittelt-illegale.html?fbclid=IwAR2lp3W9XjPAuEZcgw77WWpYwkBv-McfBiAtyHWM2o03m0njsun_uAICSxE</a>	<a href="https://www.der-postillon.com/2017/01/db-schneekette.html?fbclid=IwAR34XAhDoSgvFT0SAZwf_PIn1pB1-lymGh48pdzjg04VyW_1KPs3HGz7rMk">https://www.der-postillon.com/2017/01/db-schneekette.html?fbclid=IwAR34XAhDoSgvFT0SAZwf_PIn1pB1-lymGh48pdzjg04VyW_1KPs3HGz7rMk</a>	<a href="https://www.der-postillon.com/2015/01/erster-kreisverkehr-fur-fuganger.html?fbclid=IwAR1iK7oG-4MaJvQR1CPwYKw7aa1GHey7tCorkWNsMg9HixqLJ3Fk">https://www.der-postillon.com/2015/01/erster-kreisverkehr-fur-fuganger.html?fbclid=IwAR1iK7oG-4MaJvQR1CPwYKw7aa1GHey7tCorkWNsMg9HixqLJ3Fk</a>	<a href="https://www.der-postillon.com/2018/01/korealdi.html?fbclid=IwAR1ggh3sFNahr1Y_kkFluA9RKqrcWvoSokHo_e0vx7C_r_ZFE7eKD_O69YK">https://www.der-postillon.com/2018/01/korealdi.html?fbclid=IwAR1ggh3sFNahr1Y_kkFluA9RKqrcWvoSokHo_e0vx7C_r_ZFE7eKD_O69YK</a>	<a href="https://www.der-postillon.com/2018/01/hausarrest.html?fbclid=IwAR1ggh3sFNahr1Y_kkFluA9RKqrcWvoSokHo_e0vx7C_r_ZFE7eKD_O69YK">https://www.der-postillon.com/2018/01/hausarrest.html?fbclid=IwAR1ggh3sFNahr1Y_kkFluA9RKqrcWvoSokHo_e0vx7C_r_ZFE7eKD_O69YK</a>	<a href="https://www.der-postillon.com/2019/01/autokorrektur.html?fbclid=IwAR2MuUUXHiSwFetMSdzQV9raszNbNCapKq6tUGcukXzjIHC_8PRB8LcLA4">https://www.der-postillon.com/2019/01/autokorrektur.html?fbclid=IwAR2MuUUXHiSwFetMSdzQV9raszNbNCapKq6tUGcukXzjIHC_8PRB8LcLA4</a>
<b>Wortanzahl</b>	2	4	4	4	4	6	5	4	5	4
<b>Humorarten</b>	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13
<b>Anzahl der Shares</b>	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11
<b>Anzahl der Likes (Gesamt)</b>	12	10	12	12	11	12	10	12	8	12
<b>Anzahl der "Like" - Likes</b>	12	7	12	10	7	10	6	12	6	12
<b>Anzahl der "Haha" - Likes</b>	8	5	7	3	5	7	5	7	4	12
<b>Anzahl der "Love" - Likes</b>	3	2	3	3	1	2	2	3	1	3
<b>Anzahl der "Wow" - Likes</b>	1	3	11	4	5	4	3	2	2	3
<b>Anzahl der "Sad" - Likes</b>	1	1	1	11	1	1	1	1	1	9
<b>Anzahl der "Angry" - Likes</b>	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1
<b>Thema</b>	8	8	9	8	2	8	8	2	8	8
<b>Allgemein Akteur</b>	4	4	7	4	2	4	4	2	4	4
<b>Herkunft Akteur</b>	2	2	2	5	2	2	2	2	2	5
<b>Reale Person</b>	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2
<b>Anzahl der Kommentare</b>	11	6	9	6	4	11	5	7	4	11
<b>Aktualität des Themas</b>	1	1	1	2	3	1	3	3	3	3
<b>Bekanntheitsgrad des Akteurs</b>	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1
<b>Foto vorhanden</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>Photoshop</b>	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1

Artikelnummer	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
Erscheinungsdatum	18.01.2019	17.01.2019	17.01.2019	17.01.2019	17.01.2019	16.01.2019	16.01.2019	15.01.2019	15.01.2019	15.01.2019
<b>Titel</b>	USAxit: Trump kündigt an, dass USA ebenfalls aus der EU austreten	Dieser Mann hat das Geheimnis geknackt, wie man Spezi herstellen kann	Nicht schon wieder! Frau macht aus alter Gewohnheit Eselsohr in ihren E-Reader	Weil es so einfacher ist: Alle Länder außer Großbritannien treten aus EU aus und gründen neues Bündnis	Neuer Trend unter Müttern: "Dein Kind"-Witze	Bushido: "Abou-Chaker hat mich jahrelang gezwungen, grauenhafte Musik zu machen"	"So, jetzt reicht's!": Queen führt wieder absolute Monarchie ein	Pärchen tauscht auf Facebook Kommentare aus, weil zu Hause niemand sieht, wie unglaublich lustig sie sind	Stefan Kretzschmar verhaftet, weil er Meinungsfreiheit in Deutschland anzweifelte	Lastwagen beendet Überholmanöver nach 16 Jahren
<b>Link</b>	<a href="https://www.der-postillon.com/2019/01/usaxit.html?fbclid=IwAR1qKJ_fevmmlaZOiWSZB04wLzKgcUuxOZhb4NKNknehR4kZeXWw3QWwIY">https://www.der-postillon.com/2019/01/usaxit.html?fbclid=IwAR1qKJ_fevmmlaZOiWSZB04wLzKgcUuxOZhb4NKNknehR4kZeXWw3QWwIY</a>	<a href="https://www.der-postillon.com/2016/01/dieser-mann-hat-das-geheimnis-geknackt.html?fbclid=IwAR0n0mrHmoQclEsrXO9qO2UuvQ84QqsPmuBJZQXWWhY-hiT1dQ9C0XNAFc">https://www.der-postillon.com/2016/01/dieser-mann-hat-das-geheimnis-geknackt.html?fbclid=IwAR0n0mrHmoQclEsrXO9qO2UuvQ84QqsPmuBJZQXWWhY-hiT1dQ9C0XNAFc</a>	<a href="https://www.der-postillon.com/2019/01/e-selsohr.html?fbclid=IwAR3HM4hK_KWM2dSeMudObEcFhg2txiNIG4LD7Lzdd3gnsKutkm8Ywz6TIKA">https://www.der-postillon.com/2019/01/e-selsohr.html?fbclid=IwAR3HM4hK_KWM2dSeMudObEcFhg2txiNIG4LD7Lzdd3gnsKutkm8Ywz6TIKA</a>	<a href="https://www.der-postillon.com/2019/01/europaeische-allianz.html?fbclid=IwAR1Vy14yEBIxFEUZ3QC2GK m89gDsap0_7PT_mehooXqE77mgrDujtKuTFI">https://www.der-postillon.com/2019/01/europaeische-allianz.html?fbclid=IwAR1Vy14yEBIxFEUZ3QC2GK m89gDsap0_7PT_mehooXqE77mgrDujtKuTFI</a>	<a href="https://www.der-postillon.com/2018/01/dein-kind.html?fbclid=IwAR2afvABWVilftnKH9aq5c2hW6Wma4xCphue3C-leC0hOJcglzxpvtNaWg">https://www.der-postillon.com/2018/01/dein-kind.html?fbclid=IwAR2afvABWVilftnKH9aq5c2hW6Wma4xCphue3C-leC0hOJcglzxpvtNaWg</a>	<a href="https://www.der-postillon.com/2019/01/bushido.html?fbclid=IwAR3TD72rLi4uZLYDK_nfyiAqDTogNkuPmpdGN1AgOhEuy2rW6AkMZBkcQ">https://www.der-postillon.com/2019/01/bushido.html?fbclid=IwAR3TD72rLi4uZLYDK_nfyiAqDTogNkuPmpdGN1AgOhEuy2rW6AkMZBkcQ</a>	<a href="https://www.der-postillon.com/2019/01/queen-brexit.html?fbclid=IwAR0WL8_bAGjnuV42N1HLS_6NIMQ-CHDajRN5taTGN2Ae7aVslzhRL8Fi8Jg">https://www.der-postillon.com/2019/01/queen-brexit.html?fbclid=IwAR0WL8_bAGjnuV42N1HLS_6NIMQ-CHDajRN5taTGN2Ae7aVslzhRL8Fi8Jg</a>	<a href="https://www.der-postillon.com/2019/01/haha.html?fbclid=IwAR36UrydmyQYb9MZJpkalrcHngxSG8mBol-cFCn2Tf6_7gjjlb2v_vwLI">https://www.der-postillon.com/2019/01/haha.html?fbclid=IwAR36UrydmyQYb9MZJpkalrcHngxSG8mBol-cFCn2Tf6_7gjjlb2v_vwLI</a>	<a href="https://www.der-postillon.com/2019/01/kretzschmar-verhaftet.html?fbclid=IwAR2996BCY-PG7GD9Qn_j5AZLoKh236ypjEiRl_i2hZx5qK3Ay5t-Z6m0gk">https://www.der-postillon.com/2019/01/kretzschmar-verhaftet.html?fbclid=IwAR2996BCY-PG7GD9Qn_j5AZLoKh236ypjEiRl_i2hZx5qK3Ay5t-Z6m0gk</a>	<a href="https://www.der-postillon.com/2013/01/lastwagen-beendet-uberholmanover-nach.html?fbclid=IwAR24foMtb4iBlTQcmXOWPB5SvX4wn0ESs2Ci_HUz1ykrx3O4ptVRKam4R3E">https://www.der-postillon.com/2013/01/lastwagen-beendet-uberholmanover-nach.html?fbclid=IwAR24foMtb4iBlTQcmXOWPB5SvX4wn0ESs2Ci_HUz1ykrx3O4ptVRKam4R3E</a>
<b>Wortanzahl</b>	4	5	4	5	7	6	6	5	4	6
<b>Humorarten</b>	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13
<b>Anzahl der Shares</b>	11	4	11	11	11	11	11	6	11	11
<b>Anzahl der Likes (Gesamt)</b>	12	7	9	12	12	12	12	8	12	12
<b>Anzahl der "Like" - Likes</b>	12	5	5	12	12	12	12	5	10	12
<b>Anzahl der "Haha" - Likes</b>	12	3	5	12	11	12	12	4	7	8
<b>Anzahl der "Love" - Likes</b>	3	1	1	8	4	3	12	2	2	2
<b>Anzahl der "Wow" - Likes</b>	6	5	3	3	2	4	3	1	4	4
<b>Anzahl der "Sad" - Likes</b>	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1
<b>Anzahl der "Angry" - Likes</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>Thema</b>	1	8	8	1	8	7	1	8	6	8
<b>Allgemein Akteur</b>	1	4	4	1	4	4	1	4	5	4
<b>Herkunft Akteur</b>	5	2	2	4	2	2	4	2	2	2
<b>Reale Person</b>	1	2	2	1	2	1	1	2	1	2
<b>Anzahl der Kommentare</b>	11	7	8	11	11	11	11	11	7	11
<b>Aktualität des Themas</b>	2	3	3	2	3	1	2	3	1	3
<b>Bekanntheitsgrad des Akteurs</b>	2	1	1	2	1	2	2	1	2	1
<b>Foto vorhanden</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>Photoshop</b>	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1

## Der Enthüller:

Artikelnummer	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>Erscheinungsdatum</b>	14.04.2017	06.04.2017	02.03.2017	10.02.2017	30.01.2017	12.01.2017	06.01.2017	03.01.2017	26.12.2016	23.12.2016
<b>Titel</b>	Muslime provozieren Rechtspar-teien: «Ostern feiern wir nicht! »	Good News für Pendler: Schienensuizid nur noch zwischen 21 und 4 Uhr	fög bricht grausames Experiment ab: Blick-Abonnenten erhielten eine Woche lang die	Donald Trump von eigener Mutter zur Adoption freigegeben	Roger Köp-pel von „Mein Kampf“-Fortsetzung masslos enttäuscht	Wahnsinn: Frau fliegt mit 1,5 L Wasserflasche, Flugzeug explodiert nicht	Plastikscho-t in Millionen von Schweizer Brötchen entdeckt	NSA überprüft das Einhalten von Neujahrsvorsätzen	Kirchgemein-de unter Schock: Jugendlicher an Heiligabend freiwillig in Messe	Christkind mit 1,5 Kilogramm Kokain erwischt
<b>Link</b>	<a href="http://der-enthueller.ch/2014/04/15/muslime-provozieren-rechtsparteie-n-ostern-feiern-wir-nicht/?fbclid=IwAR0nm10PpVZc66qbRD666RvtmGcubxPj0QEo0WzWlhMb_38RHnNauavlls">http://der-enthueller.ch/2014/04/15/muslime-provozieren-rechtsparteie-n-ostern-feiern-wir-nicht/?fbclid=IwAR0nm10PpVZc66qbRD666RvtmGcubxPj0QEo0WzWlhMb_38RHnNauavlls</a>	<a href="http://der-enthueller.ch/2016/02/04/good-news-fuer-pendler-schienensuizid-nur-noch-zwischen-21-und-4-uh-r/?fbclid=IwAR0l7QyF2qjM2RhNliSKF7mZEGs7dSGG9enxHRDREZIXzosNb0tudXAFxMU">http://der-enthueller.ch/2016/02/04/good-news-fuer-pendler-schienensuizid-nur-noch-zwischen-21-und-4-uh-r/?fbclid=IwAR0l7QyF2qjM2RhNliSKF7mZEGs7dSGG9enxHRDREZIXzosNb0tudXAFxMU</a>	<a href="http://der-enthueller.ch/2014/11/04/foeg-bricht-grausames-experiment-ab-blick-abonnenten-erhielten-eine-woche-lang-die-nzz/?fbclid=IwAR06OC4CQLQ--7DxHut8wQ6uoF21MpoXoWNapBlurXZJhtqbrJl-gGYPHPII">http://der-enthueller.ch/2014/11/04/foeg-bricht-grausames-experiment-ab-blick-abonnenten-erhielten-eine-woche-lang-die-nzz/?fbclid=IwAR06OC4CQLQ--7DxHut8wQ6uoF21MpoXoWNapBlurXZJhtqbrJl-gGYPHPII</a>	<a href="http://der-enthueller.ch/2016/10/11/donald-trump-von-eigener-mutter-zur-adoption-freigegeben/?fbclid=IwAR1oqvSDsx2OrkwTUqx-kQgrKKrN-eNLSOPNhZZJpGvOr1bsoAQ-koRZNMl">http://der-enthueller.ch/2016/10/11/donald-trump-von-eigener-mutter-zur-adoption-freigegeben/?fbclid=IwAR1oqvSDsx2OrkwTUqx-kQgrKKrN-eNLSOPNhZZJpGvOr1bsoAQ-koRZNMl</a>	<a href="http://der-enthueller.ch/2016/01/12/roger-koep-pel-von-mein-kampf-fortsetzung-masslos-enttaeusch-t/?fbclid=IwAR1oyLxAY0Gzq05wcqw6QyuGCCqu0LNsXB-RL2C7nt6J-M-sRKWcePO8mKvk">http://der-enthueller.ch/2016/01/12/roger-koep-pel-von-mein-kampf-fortsetzung-masslos-enttaeusch-t/?fbclid=IwAR1oyLxAY0Gzq05wcqw6QyuGCCqu0LNsXB-RL2C7nt6J-M-sRKWcePO8mKvk</a>	<a href="http://der-enthueller.ch/2015/08/14/mega-glueck-frau-fliegt-mit-15-wasserflasche-flugzeug-explodiert-nicht/?fbclid=IwAR3yrS0fUx39huLc-aQvMy94EaHca2grJ5ig5AK6t3AOaqM16ptnO10iNyzk">http://der-enthueller.ch/2015/08/14/mega-glueck-frau-fliegt-mit-15-wasserflasche-flugzeug-explodiert-nicht/?fbclid=IwAR3yrS0fUx39huLc-aQvMy94EaHca2grJ5ig5AK6t3AOaqM16ptnO10iNyzk</a>	<a href="http://der-enthueller.ch/2014/01/06/plastikscho-t-in-millionen-von-schweizer-broetchen-entdeck-t/?fbclid=IwAR0jccrK4qa74H0ofK-13InUei3KGtBo_rQn6jGyNuQs98EhkrLXnE1C2_4">http://der-enthueller.ch/2014/01/06/plastikscho-t-in-millionen-von-schweizer-broetchen-entdeck-t/?fbclid=IwAR0jccrK4qa74H0ofK-13InUei3KGtBo_rQn6jGyNuQs98EhkrLXnE1C2_4</a>	<a href="http://der-enthueller.ch/2014/01/07/nsa-ueberprueft-das-einhalten-von-neujahrsvors-aetzen/?fbclid=IwAR26u6tmAHR7HUYv7Zst_J9Ve7T1kr2sX1G9v27zk9e-cXu404Mk0ydxofUk">http://der-enthueller.ch/2014/01/07/nsa-ueberprueft-das-einhalten-von-neujahrsvors-aetzen/?fbclid=IwAR26u6tmAHR7HUYv7Zst_J9Ve7T1kr2sX1G9v27zk9e-cXu404Mk0ydxofUk</a>	<a href="http://der-enthueller.ch/2014/12/25/kirchgemein-de-unter-schock-jugendlicher-an-heiligabend-freiwillig-in-messe/?fbclid=IwAR0weWNY7VtVz_gNfm97NdksKsGAHsqEP2yczRLBuiNWRbW6CPpaZKTNhwe">http://der-enthueller.ch/2014/12/25/kirchgemein-de-unter-schock-jugendlicher-an-heiligabend-freiwillig-in-messe/?fbclid=IwAR0weWNY7VtVz_gNfm97NdksKsGAHsqEP2yczRLBuiNWRbW6CPpaZKTNhwe</a>	<a href="http://der-enthueller.ch/2013/12/23/christkind-mit-15-kilogramm-kokain-erwischt/?fbclid=IwAR16sqeDjyNE5SmCRp07-jDRIHx0jmyDSj0CXAZSgEjtBCT81DUE8fl8xH0">http://der-enthueller.ch/2013/12/23/christkind-mit-15-kilogramm-kokain-erwischt/?fbclid=IwAR16sqeDjyNE5SmCRp07-jDRIHx0jmyDSj0CXAZSgEjtBCT81DUE8fl8xH0</a>
<b>Wortanzahl</b>	11	7	13	7	7	6	6	10	10	8
<b>Humorarten</b>	1 & 5 & 10 & 12 & 13 & 15	1 & 5 & 7 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13 & 15	1 & 5 & 10 & 12 & 13 & 15	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13 & 15	1 & 5 & 10 & 12 & 13 & 15	1 & 5 & 10 & 12 & 13
<b>Anzahl der Shares</b>	1	0	0	1	0	1	1	0	0	1
<b>Anzahl der Likes (Gesamt)</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>Anzahl der "Like" - Likes</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>Anzahl der "Haha" - Likes</b>	0	0	1	0	1	1	1	0	1	1
<b>Anzahl der "Love" - Likes</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
<b>Anzahl der "Wow" - Likes</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Anzahl der "Sad" - Likes</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Anzahl der "Angry" - Likes</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Thema</b>	10	8	7	1	7	8	8	8	7	8
<b>Allgemein Akteur</b>	6	4	4	1	4	4	4	4	4	4
<b>Herkunft Akteur</b>	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3
<b>Reale Person</b>	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2
<b>Anzahl der Kommentare</b>	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0
<b>Aktualität des Themas</b>	2	3	3	2	3	3	3	1	1	1
<b>Bekanntheitsgrad des Akteurs</b>	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2
<b>Foto vorhanden</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>Photoshop</b>	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2





Artikelnummer	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
<b>Erscheinungsdatum</b>	20.09.2016	17.09.2016	15.09.2016	12.09.2016	08.09.2016	05.09.2016	31.08.2016	30.08.2016	28.08.2016	22.08.2016
<b>Titel</b>	Gesundheitsg efahr: Jedes zweite Billigshirt mit Kinderschwe iss kontaminiert	Ekelhaft: Oktoberfest- Besucher erhält Heineken statt Bier	Drama in: Darkroom: Stromausfall — 22 Schwule komplett orientierungs los	Köpferollen beim IS: Kämpfer töten eigenen Kommandeu r – er entsorgte Altpapier in	Giftgas- Anschlag auf Abercrombie erweist sich als zerbrochener Parfümkanis ter	USA versprechen weitere Waffenliefer ungen nach Syrien für friedliche Zukunft	Journalistin bei Leuenberger- Interview eingeschlafa n	Wahnsinn: Mathias Harper ist Eidgenössisc her Swingerköni g	Wegen Hitzewelle: Zürichsee über Nacht komplett ausgetrockne t	SVP jubelt: Klimaerwär mung verhindert Tragen von Burkinis
<b>Link</b>	<a href="http://der-enthueller.ch/2015/01/16/gesundheitsg-efahr-jedes-zweite-billigshirt-mit-kinderschweiss-kontaminiert/?fbclid=IwAR3glWIDDuyHs76l_bmQOcFEuffS0lmCF0Qa1-whUspohdUsNQuHLXZV7x0">http://der-enthueller.ch/2015/01/16/gesundheitsg-efahr-jedes-zweite-billigshirt-mit-kinderschweiss-kontaminiert/?fbclid=IwAR3glWIDDuyHs76l_bmQOcFEuffS0lmCF0Qa1-whUspohdUsNQuHLXZV7x0</a>	<a href="http://der-enthueller.ch/2015/09/21/ekelhaft-oktoberfest-besucher-erhaelt-heineken-statt-bier/?fbclid=IwAR2f9N9lyQvMgQ-Z0gHKitWfYXzFBpFCuKDGWckE7l8b1oipkPZSOOB1Zw">http://der-enthueller.ch/2015/09/21/ekelhaft-oktoberfest-besucher-erhaelt-heineken-statt-bier/?fbclid=IwAR2f9N9lyQvMgQ-Z0gHKitWfYXzFBpFCuKDGWckE7l8b1oipkPZSOOB1Zw</a>	<a href="http://der-enthueller.ch/2015/02/16/stromausfalla-daroom-22-schwule-komplett-orientierungslos/?fbclid=IwAR32oDJcUBRjL7FFjckigzylMBnKv7tugaHkx7LTLubUqlwazaz8dgsCysQ">http://der-enthueller.ch/2015/02/16/stromausfalla-daroom-22-schwule-komplett-orientierungslos/?fbclid=IwAR32oDJcUBRjL7FFjckigzylMBnKv7tugaHkx7LTLubUqlwazaz8dgsCysQ</a>	<a href="http://der-enthueller.ch/2015/03/09/koepferollen-beim-is-kaempfer-toeten-eigenen-kommandeur-entsorgte-altpapier-in-papiertasche/?fbclid=IwAR15qLQZOigMIRq1Mwk5i9V2WFnjtOXYfuFaroZXS_js34bHPmhha_w">http://der-enthueller.ch/2015/03/09/koepferollen-beim-is-kaempfer-toeten-eigenen-kommandeur-entsorgte-altpapier-in-papiertasche/?fbclid=IwAR15qLQZOigMIRq1Mwk5i9V2WFnjtOXYfuFaroZXS_js34bHPmhha_w</a>	<a href="http://der-enthueller.ch/2015/07/20/giftgas-anschlag-auf-abercrombie-erweist-sich-als-zerbrochener-parfuemkanister/?fbclid=IwAR15qLQZOigMIRq1Mwk5i9V2WFnjtOXYfuFaroZXS_js34bHPmhha_w">http://der-enthueller.ch/2015/07/20/giftgas-anschlag-auf-abercrombie-erweist-sich-als-zerbrochener-parfuemkanister/?fbclid=IwAR15qLQZOigMIRq1Mwk5i9V2WFnjtOXYfuFaroZXS_js34bHPmhha_w</a>	<a href="http://der-enthueller.ch/2015/09/07/usa-versprechen-weitere-waffenlieferungen-nach-syrien-fuer-friedliche-zukunft/?fbclid=IwAR23yIqqAKckmXZxmpmBJju4bcqA1oX2fJqLjYyqovYM2Jb7RJEAAPyYg">http://der-enthueller.ch/2015/09/07/usa-versprechen-weitere-waffenlieferungen-nach-syrien-fuer-friedliche-zukunft/?fbclid=IwAR23yIqqAKckmXZxmpmBJju4bcqA1oX2fJqLjYyqovYM2Jb7RJEAAPyYg</a>	<a href="http://der-enthueller.ch/2016/08/31/journalistin-bei-leuenberger-interview-eingeschlafen/?fbclid=IwAR3o5cgM97uFAOLQhc4qwpisNOTh3aHQWkbQkme8gcdydfoLQWDFIUG9-xk">http://der-enthueller.ch/2016/08/31/journalistin-bei-leuenberger-interview-eingeschlafen/?fbclid=IwAR3o5cgM97uFAOLQhc4qwpisNOTh3aHQWkbQkme8gcdydfoLQWDFIUG9-xk</a>	<a href="http://der-enthueller.ch/2016/08/30/wahnsinn-mathias-harper-ist-eidgenossischer-swingerkoenig/?fbclid=IwAR28qqf3hL2i2b-PdaYZCBgCIN8V54zrwLZ3LFMUKysWT92ydNfUhtUESxhZ5xr2Y5VY">http://der-enthueller.ch/2016/08/30/wahnsinn-mathias-harper-ist-eidgenossischer-swingerkoenig/?fbclid=IwAR28qqf3hL2i2b-PdaYZCBgCIN8V54zrwLZ3LFMUKysWT92ydNfUhtUESxhZ5xr2Y5VY</a>	<a href="http://der-enthueller.ch/2015/07/03/wegen-hitzewelle-zuerichsee-ueber-nacht-komplett-ausgetrocknet/?fbclid=IwAR1rqbh8-PdaYZCBgC6iyVCCjC_Q9CAGPihVZPPKDSJhc7gE7GN2ytsJDI">http://der-enthueller.ch/2015/07/03/wegen-hitzewelle-zuerichsee-ueber-nacht-komplett-ausgetrocknet/?fbclid=IwAR1rqbh8-PdaYZCBgC6iyVCCjC_Q9CAGPihVZPPKDSJhc7gE7GN2ytsJDI</a>	<a href="http://der-enthueller.ch/2016/08/22/svp-jubelt-klimaerwaer-mung-verhindert-tragen-von-burkinis/?fbclid=IwAR1gu9AKNAix1jHbDhnbvQkE48az5uMou8vtqQseVG_cUnqAisZWnx_k6W8">http://der-enthueller.ch/2016/08/22/svp-jubelt-klimaerwaer-mung-verhindert-tragen-von-burkinis/?fbclid=IwAR1gu9AKNAix1jHbDhnbvQkE48az5uMou8vtqQseVG_cUnqAisZWnx_k6W8</a>
<b>Wortanzahl</b>	12	6	8	6	8	5	5	5	8	7
<b>Humorarten</b>	1 & 5 & 10 & 12 & 13 & 15	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 7 & 10 & 12 & 13 & 14 & 15	1 & 5 & 7 & 10 & 12 & 13 & 15	1 & 5 & 10 & 12 & 13 & 15	1 & 5 & 10 & 12 & 13 & 15	1 & 5 & 10 & 12 & 13 & 15	1 & 5 & 10 & 12 & 13 & 14	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 7 & 10 & 12 & 13 & 15
<b>Anzahl der Shares</b>	1	1	1	0	0	1	0	1	0	1
<b>Anzahl der Likes (Gesamt)</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>Anzahl der "Like" - Likes</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>Anzahl der "Haha" - Likes</b>	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1
<b>Anzahl der "Love" - Likes</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
<b>Anzahl der "Wow" - Likes</b>	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
<b>Anzahl der "Sad" - Likes</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Anzahl der "Angry" - Likes</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Thema</b>	8	8	8	10	8	1	1	8	12	10
<b>Allgemein Akteur</b>	4	4	4	6	4	1	1	4	4	1
<b>Herkunft Akteur</b>	3	3	3	5	4	5	3	3	3	3
<b>Reale Person</b>	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1
<b>Anzahl der Kommentare</b>	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1
<b>Aktualität des Themas</b>	3	1	3	2	3	2	1	3	2	2
<b>Bekanntheitsgrad des Akteurs</b>	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2
<b>Foto vorhanden</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>Photoshop</b>	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2

Artikelnummer	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
<b>Erscheinungsdatum</b>	18.08.2016	16.08.2016	12.08.2016	04.08.2016	28.07.2016	26.07.2016	25.07.2016	22.07.2016	20.07.2016	19.07.2016
<b>Titel</b>	Ferien ruiniert: Schweizer trifft im Ausland auf andere Schweizer	Schweizer Wissenschaftler enthüllen: Chemtrails in Wahrheit Engelsfürze	Frau verwechselt Star Wars mit Star Trek, Mann lässt sich scheiden	Die NZZ ist nicht genug – Blocher will sich die «Bravo» kaufen	Schweizer unentschlossen, ob sie wegen Hitze oder Kälte jammern sollen	Genialer Trick: Mann besiegt Angst vor Terror	Wegen Rolling Stones Konzert: 12 Bewohnerinnen brechen aus Altersheim	Alle getäuscht: Frau schickte jahrelang ihren Mann zur Arbeit	Pilot lässt Maschine absacken – um Pokémon zu fangen	Hitzewelle: UN erklärt klimatisierte Büros zu Menschenrecht
<b>Link</b>	<a href="http://der-enthueller.ch/2016/08/18/ferien-ruiniert-schweizer-trifft-im-ausland-auf-andere-schweizer/?fbclid=IwAR1yB_QhzIbVYaV7Jf17yauEcq8Ehp6vp8HNZBdFsbZrZH4CYxhRx9hsVY">http://der-enthueller.ch/2016/08/18/ferien-ruiniert-schweizer-trifft-im-ausland-auf-andere-schweizer/?fbclid=IwAR1yB_QhzIbVYaV7Jf17yauEcq8Ehp6vp8HNZBdFsbZrZH4CYxhRx9hsVY</a>	<a href="http://der-enthueller.ch/2016/08/16/schweizer-wissenschaftler-enthuellen-chemtrails-in-wahrheit-engelsfuerze/?fbclid=IwAR2iz2K37DVn6FaFzn7E7KPvrvEJSVW3MenklrmUyc8SHK784dgZdsI8Y">http://der-enthueller.ch/2016/08/16/schweizer-wissenschaftler-enthuellen-chemtrails-in-wahrheit-engelsfuerze/?fbclid=IwAR2iz2K37DVn6FaFzn7E7KPvrvEJSVW3MenklrmUyc8SHK784dgZdsI8Y</a>	<a href="http://der-enthueller.ch/2015/12/17/frau-verwechselt-star-wars-mit-star-trek-mann-laesst-sich-scheiden/?fbclid=IwAR0zN8Qm9qW930sn6_pTktf80Uo94AaBMJIvJ4GDWO6T56e9rZBdk6gDvc">http://der-enthueller.ch/2015/12/17/frau-verwechselt-star-wars-mit-star-trek-mann-laesst-sich-scheiden/?fbclid=IwAR0zN8Qm9qW930sn6_pTktf80Uo94AaBMJIvJ4GDWO6T56e9rZBdk6gDvc</a>	<a href="http://der-enthueller.ch/2014/12/17/die-nzz-ist-nicht-genug-blocher-will-sich-die-bravo-kaufen/?fbclid=IwARIT-NHsm2uVYXvY109ZDm34BWB7j6QILvcuoP_8stjNkkmUzYYKkQnCgDM">http://der-enthueller.ch/2014/12/17/die-nzz-ist-nicht-genug-blocher-will-sich-die-bravo-kaufen/?fbclid=IwARIT-NHsm2uVYXvY109ZDm34BWB7j6QILvcuoP_8stjNkkmUzYYKkQnCgDM</a>	<a href="http://der-enthueller.ch/2015/07/10/schweizer-unentschlossen-ob-sie-wegen-hitze-oder-kaelte-jammern-sollen/?fbclid=IwAR2VRcyoubGQgYUB7jbG8teLW5ZytSPfXYH-KBVwsQgoYQ3ZRGqFyhFGZ-c">http://der-enthueller.ch/2015/07/10/schweizer-unentschlossen-ob-sie-wegen-hitze-oder-kaelte-jammern-sollen/?fbclid=IwAR2VRcyoubGQgYUB7jbG8teLW5ZytSPfXYH-KBVwsQgoYQ3ZRGqFyhFGZ-c</a>	<a href="http://der-enthueller.ch/2016/07/26/genialer-trick-mann-besiegt-angst-vor-terror/?fbclid=IwAR3ZkqAqndTpGb8eCmOGDwWYisz-hg7pTGt75scPbtrN-8d5FbmbhlyECSL0">http://der-enthueller.ch/2016/07/26/genialer-trick-mann-besiegt-angst-vor-terror/?fbclid=IwAR3ZkqAqndTpGb8eCmOGDwWYisz-hg7pTGt75scPbtrN-8d5FbmbhlyECSL0</a>	<a href="http://der-enthueller.ch/2014/06/02/wegen-rolling-stones-konzert-12-bewohnerinnen-brechen-aus-altersheim-aus/?fbclid=IwAR1IHe9dpcjOOR6RyUzCvPj5HUpyarJsnkZc3MejhLkS_4g26CcF_4VE7xw">http://der-enthueller.ch/2014/06/02/wegen-rolling-stones-konzert-12-bewohnerinnen-brechen-aus-altersheim-aus/?fbclid=IwAR1IHe9dpcjOOR6RyUzCvPj5HUpyarJsnkZc3MejhLkS_4g26CcF_4VE7xw</a>	<a href="http://der-enthueller.ch/2016/07/22/alle-getaechst-frau-schickte-jahrelang-ihren-mann-zur-arbeit/?fbclid=IwAR2URJZzMoLRA0VJH6GKXZzOQKFUWfilbctb0iV5Ei0RS3nmh4ro">http://der-enthueller.ch/2016/07/22/alle-getaechst-frau-schickte-jahrelang-ihren-mann-zur-arbeit/?fbclid=IwAR2URJZzMoLRA0VJH6GKXZzOQKFUWfilbctb0iV5Ei0RS3nmh4ro</a>	<a href="http://der-enthueller.ch/2015/07/06/pilot-laesst-hitze-welle-un-erklart-klimatisierte-bueros-zu-menschenrecht/?fbclid=IwAR2CHS4FO19bYwAR0uDYDhBtj5GJaKf5FIohFOICdvkD5y-iv74FKIR15aj6qHHhrb1hwUm4">http://der-enthueller.ch/2015/07/06/pilot-laesst-hitze-welle-un-erklart-klimatisierte-bueros-zu-menschenrecht/?fbclid=IwAR2CHS4FO19bYwAR0uDYDhBtj5GJaKf5FIohFOICdvkD5y-iv74FKIR15aj6qHHhrb1hwUm4</a>	
<b>Wortanzahl</b>	8	7	7	8	8	6	10	7	6	9
<b>Humorarten</b>	1 & 5 & 10 & 12 & 13 & 15	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13 & 15	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13 & 15	1 & 5 & 10 & 12 & 13	1 & 5 & 10 & 12 & 13
<b>Anzahl der Shares</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0
<b>Anzahl der Likes (Gesamt)</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>Anzahl der "Like" - Likes</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>Anzahl der "Haha" - Likes</b>	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0
<b>Anzahl der "Love" - Likes</b>	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
<b>Anzahl der "Wow" - Likes</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Anzahl der "Sad" - Likes</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Anzahl der "Angry" - Likes</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Thema</b>	8	9	8	7	8	8	8	10	8	12
<b>Allgemein Akteur</b>	4	7	4	4	4	4	4	6	4	4
<b>Herkunft Akteur</b>	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
<b>Reale Person</b>	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2
<b>Anzahl der Kommentare</b>	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0
<b>Aktualität des Themas</b>	1	3	3	1	1	2	1	2	1	1
<b>Bekanntheitsgrad des Akteurs</b>	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
<b>Foto vorhanden</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>Photoshop</b>	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2

## **Zusammenfassung**

Unser gesellschaftliches Zusammenleben ist geprägt von humorvollen Begegnungen. Überall auf der Welt ist Humor ein entscheidender Bestandteil unseres privaten und auch beruflichen Alltags. Was der einzelne Mensch als humorvoll betrachtet, ist völlig subjektiv und kann je nach Charakter, Alter, Geschlecht, etc. stark variieren. Obwohl es bereits eine Reihe von theoretischen Grundlagen zum Thema Humor gibt und hier auch verschiedene länderspezifische typische Humormerkmale genannt werden, steckt die Humorforschung im Bereich von Online - Medien noch in den Kinderschuhen. Der Schwerpunkt dieser Magisterarbeit liegt in der Analyse von Online - Satireformaten im deutschsprachigen Raum. Hierzu werden die drei Facebook - Seiten der österreichischen Tagespresse, des deutschen Postillon und des Schweizer Enthüllers näher analysiert und miteinander verglichen. Hierfür wird das Verfahren der quantitativen Inhaltsanalyse angewendet.

Die Ergebnisse zeigen, dass es sowohl eine Reihe von Gemeinsamkeiten, als auch Unterschiede zwischen den drei Ländern gibt. So bestehen unter anderem große Übereinstimmungen in den gewählten Humorarten und Themen der unterschiedlichen analysierten Satireartikel. Unterschiede hingegen hat die Analyse in der Art und Anzahl der verschiedenen Likes, Shares und Kommentare gebracht.

Die theoretischen Grundlagen stimmen mit den Ergebnissen der Inhaltsanalyse nicht immer überein. Besonders in der Schweiz haben sich hier große Unterschiede herausgestellt. Die Auswertung der Analyse hat beim Schweizer Format etwa einen überwiegend dunklen und böartigen Humor festgestellt, welcher laut Literatur in der Schweiz ein Tabu darstellt.

## **Abstract**

Our social life is characterized by many humorous encounters. All over the world, humour is often a crucial part of our private and professional life. What the individual person regards as being humorous is completely subjective. At the same time, it can also vary depending on certain factors, such as the character, age and gender of the person that is involved. While there are already a number of basic theories on the subject of humour, including some typical country - specific features, humour research in the field of online media is still in its infancy.

The focus of this master thesis is the analysis of online satirical formats in three German - speaking countries. The Facebook pages of the Austrian “Die Tagespresse”, the German “Der Postillon” and the Swiss “Der Enthüller” are analyzed and compared. For this purpose, the method of quantitative content analysis is used.

The results show that while there are a number of similarities between the three countries, there are also some significant differences. There are for example great similarities in the humour types and the themes of the analyzed satire articles. Differences on the other hand are the types and numbers of likes, shares and comments.

The theoretical principles do not always agree with the results of the content analysis. Especially in Switzerland, great differences have been found here. The evaluation of the analysis has identified a predominantly dark and vicious humour in the Swiss Satirical format, which according to literature is a taboo in Switzerland.