

---

# Nutzerkommentare als Anschlusskommunikation



---

Marc Ziegele

# Nutzerkommentare als Anschlusskommunikation

Theorie und qualitative Analyse  
des Diskussionswerts von  
Online-Nachrichten



Springer VS

Marc Ziegele  
Mainz, Deutschland

Die vorliegende Arbeit wurde vom Fachbereich 02 – Sozialwissenschaften, Medien und Sport der Johannes Gutenberg-Universität Mainz im Jahr 2015 als Dissertation zur Erlangung des akademischen Grades eines Doktors der Philosophie (Dr. phil.) angenommen.

OnlinePLUS Material zu diesem Buch finden Sie auf  
<http://www.springer-vs.de/978-3-658-12821-0>

ISBN 978-3-658-12821-0      ISBN 978-3-658-12822-7 (eBook)  
DOI 10.1007/978-3-658-12822-7

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer VS

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2016

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer VS ist Teil von Springer Nature  
Die eingetragene Gesellschaft ist Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH

## Danksagung

Es ist ein Geschenk, sich über einen Zeitraum von fünf Jahren mit einer selbstgewählten Forschungs idee beschäftigen zu dürfen. Ein Geschenk, das Spuren hinterlässt. Tatsächlich kann ich heute keine Nachrichten im Internet mehr lesen, ohne mir schon während des Lesens Gedanken zu machen, was die kommentierenden Nutzer wohl geschrieben haben. Auch meine Meinungs- und Stammtischparolen-Repertoires zu gesellschaftspolitischen Fragen sind durch die ausgiebige Rezeption von Nutzerkommentaren gewachsen. Doch das Verfassen dieser Dissertation hat auch andere Spuren in (und auf) meinem Kopf hinterlassen: Nicht nur einmal musste ich mir aufgrund von scheinbar unüberwindbaren Problemen die Haare raufen und nicht nur einmal war die Arbeit an der Dissertation auch ein psychologischer Kampf mit mir selbst. Dass nun ein Werk von nicht unerheblichem Umfang vorliegt, habe ich der Unterstützung vieler Menschen zu verdanken.

An erster Stelle gilt mein Dank meinem Erstbetreuer Prof. Dr. Oliver Quiring. Von der ersten Ideenfindung bis zum Schlusspunkt dieser Dissertation hat er mein Forschungsvorhaben unterstützt, mir großzügige Freiräume gelassen und mich stets motiviert, die Arbeit weiter voranzutreiben. Jun.-Prof. Dr. Leonard Reinecke danke ich für die Übernahme des Korreferats und für die inspirierenden Diskussionen, die wir im Verlauf der Entstehung dieser Arbeit geführt haben.

Mein Dank gilt weiterhin der Deutschen Forschungsgemeinschaft, ohne deren finanzielle Unterstützung die Durchführung der empirischen Studien nicht in vollem Umfang möglich gewesen wäre. Diesbezüglich danke ich auch meinen wissenschaftlichen Hilfskräften, die im Projekt vielfältige Aufgaben übernommen haben, darunter das Führen und Verschriftlichen von Interviews mit häufig sehr gesprächigen Internetnutzern: Franziska Grote, Dominique Heinbach, Tim Holzner, Johanna Höß, David Mosavy, Lisa Reuther und Jeanette Schwarz. Sie haben mir viele Tausend Zug- und Flugkilometer durch den deutschsprachigen Raum erspart und mich vor abtippbedingten Sehnenscheidenentzündungen bewahrt. Ebenso dankbar bin ich den Studierenden des Hauptseminars, die an der Durchführung der explorativen Studie mitgewirkt haben: Lisa Eidt, Felix Grafen, Kilian Grau, Christian Hein, Carolin Keller, Sebastian Rack, Vanessa Rehmann, Jonas Trautner, Dennis Vetter und Daniela Will.

Besonders danken möchte ich meinem Büro-Kollegen Dr. Mathias Weber, der meine Hoch- und vor allem Tiefphasen im Entstehungsprozess dieser Arbeit mit unerschütterlicher Geduld ertrug, mir immer wieder mit Rat und Tat zur Seite stand und allein durch seine Anwesenheit dafür sorgte, dass ich auf die Möglichkeit des Home-Office meist freiwillig verzichtet habe. Für eine tolle Arbeitsatmosphäre und offene Ohren für Fragen und Diskussionen gilt mein Dank allen Kollegen am Institut für Publizistik – besonders danken möchte ich an dieser Stelle Christina Köhler, Christine Meltzer, Markus Schäfer und Anna Schnauber.

Nicht zuletzt gilt mein besonderer Dank Timo „replygif“ Breiner, der sich von den Vorteilen einer empirischen Magisterarbeit über Nutzerkommentare überzeugen ließ, an der Vorbereitung und Publikation mehrerer Fachartikel über Nutzerkommentare mitwirkte und mir inspirierende Ideen für die Doktorarbeit gab.

Meiner Familie und meinen Freunden danke ich für die kontinuierliche Unterstützung meines Forschungsprojekts, für unzählige Motivationsschübe und nicht zuletzt dafür, dass sie mir mit regelmäßigen „Und, wie läuft’s“-Fragen ein schlechtes Gewissen bereitet und dadurch mein Vorhaben bestärkt haben, diese Arbeit endlich fertigzustellen. Ganz besonders danken möchte ich in diesem Zusammenhang meinem Vater, der mein Interesse an Nutzerkommentaren teilt und darüber hinaus die Mammutaufgabe übernommen hat, die gesamte Arbeit noch einmal gegenzulesen. Schließlich gilt ein nicht in Worte zu fassender Dank meiner Frau Geraldine, die gerade im letzten Jahr der Dissertation ihren Beruf zur Freizeitgestaltung machen musste. Ohne ihren unerschütterlichen Optimismus und ohne ihre Unterstützung würden entweder diese Arbeit oder ich in deutlich schlechterer Verfassung vorliegen. Vielen Dank!

Marc Ziegele

Mainz, Dezember 2015

# Inhaltsverzeichnis

<b>Danksagung .....</b>	<b>5</b>
<b>Abbildungs- und Tabellenverzeichnis .....</b>	<b>13</b>
<b>1 Einleitung .....</b>	<b>15</b>
<b>Teil I: Nutzerkommentare als Anschlusskommunikation.....</b>	<b>21</b>
<b>2 Definitiorische Einordnung.....</b>	<b>23</b>
2.1 Unmittelbare Anschlusskommunikation .....	23
2.1.1 Inhaltliche Dimensionen .....	24
2.1.2 Prozessdimensionen .....	26
2.2 Öffentliche Online-Anschlusskommunikation.....	30
2.2.1 Definitionsrahmen .....	30
2.2.2 Erscheinungsformen .....	34
2.2.3 Öffentlichkeitsebenen .....	36
2.3 Nutzerkommentare.....	38
<b>3 Vergleich der Strukturen und Funktionen .....</b>	<b>43</b>
3.1 Strukturen .....	43
3.1.1 Unmittelbare Anschlusskommunikation.....	43
3.1.2 Nutzerkommentare .....	44
3.2 Funktionen .....	52
3.2.1 Unmittelbare Anschlusskommunikation.....	53
3.2.1.1 Funktionen für die direkt erfahrbare Lebenswelt .....	53
3.2.1.2 Deliberationsfunktion .....	55
3.2.2 Nutzerkommentare .....	58
3.2.2.1 Funktionen für die direkt erfahrbare Lebenswelt .....	58
3.2.2.2 Deliberationsfunktion .....	67
<b>4 Zwischenfazit .....</b>	<b>81</b>
<b>Teil II: Annäherung an den Diskussionswert von Online-Nachrichten.....</b>	<b>87</b>

<b>5 Arbeitsdefinition Diskussionswert .....</b>	<b>89</b>
<b>6 Nachrichtenwert und Diskussionswert.....</b>	<b>91</b>
6.1 Die Universalität der Nachrichtenwerttheorie .....	92
6.2 Nachrichtenwert und Rezeption.....	97
6.2.1 Überblick .....	97
6.2.2 Ansätze zur Begründung der Wirksamkeit von Nachrichtenfaktoren .....	100
6.2.3 Nachrichtenfaktoren und Emotionen .....	106
6.3 Nachrichtenwert und Anschlusskommunikation .....	111
6.3.1 Kognitives Involvement, kommunikative Aktivität und Nachrichtenfaktoren .....	112
6.3.2 Affektives Involvement, kommunikative Aktivität und Nachrichtenfaktoren .....	117
6.3.3 Zusätzliche Faktoren.....	122
6.4 Einschränkungen der rezipientenseitigen Nachrichtenwerttheorie .....	125
6.4.1 Mechanische Wirkungsvorstellungen.....	125
6.4.2 Beachtungsgrad, Darstellungsfaktoren, Faktorkombinationen .....	130
6.5 Forschungsstand: Nachrichtenwert und diskussionswerte Nachrichten .....	136
6.6 Zwischenfazit.....	144
<b>7 Zusätzliche Determinanten des Diskussionswerts.....</b>	<b>147</b>
7.1 Diskussionsfaktoren in Nutzerkommentaren .....	147
7.1.1 Grundidee .....	147
7.1.2 Systematisierungsansatz .....	150
7.1.3 Potenzielle Wechselwirkungen.....	158
7.1.4 Zwischenfazit .....	160
7.2 Diskussionsarchitekturen von Nachrichtenwebsites .....	161
7.2.1 Grundidee .....	161
7.2.2 Systematisierungsansatz .....	163
7.2.3 Zwischenfazit .....	177
7.3 Individuelle Merkmale der Rezipienten.....	178
7.3.1 Globalvariablen .....	179
7.3.2 Übersituative Involvement-Komponenten.....	181
7.3.3 Fähigkeiten .....	187
7.3.4 Motive .....	190
7.3.5 Mediennutzung und Medienvertrauen .....	192
7.3.6 Big Five-Persönlichkeitsmerkmale und Sensation Seeking.....	196
7.3.7 Zwischenfazit .....	201



---

<b>8 Ein vorläufiger Analyserahmen des Diskussionswerts .....</b>	<b>203</b>
<b>9 Forschungsfragen .....</b>	<b>207</b>
<b>Teil III: Untersuchungsanlage und Methoden .....</b>	<b>213</b>
<b>10 Qualitativer Ansatz .....</b>	<b>213</b>
<b>11 Methoden-Triangulation .....</b>	<b>217</b>
<b>12 Qualitative Leitfadeninterviews .....</b>	<b>221</b>
12.1 Begründung der Methode .....	221
12.2 Aufbau des Leitfadens .....	223
12.2.1 Explorative Studie .....	223
12.2.2 DFG-Studie .....	227
12.3 Interviewerschulung .....	230
12.4 Teilnehmerauswahl .....	231
12.4.1 Explorative Studie .....	232
12.4.2 DFG-Studie .....	235
12.5 Durchführung der Interviews .....	237
12.6 Transkription .....	238
12.7 Datenauswertung .....	240
12.7.1 Explorative Studie .....	240
12.7.2 DFG-Studie .....	244
<b>13 Inhalts-, Struktur- und Interaktionsanalyse .....</b>	<b>247</b>
13.1 Ziele und Begründung der Methode .....	247
13.2 Erstellung des Analyse-Korpus .....	249
13.3 Zur „Transkription“ der Nutzerdiskussionen .....	254
13.4 Datenauswertung .....	255
<b>14 Gütekriterien der empirischen Untersuchung .....</b>	<b>259</b>
<b>Teil IV: Ergebnisse .....</b>	<b>263</b>
<b>15 Diskussionswert und individuelle Nutzer- und Situationsmerkmale .....</b>	<b>267</b>
15.1 Diskussionswert und Rezeptionssituation .....	267
15.2 Diskussionswert und individuelle Nutzermerkmale .....	269
15.3 Diskussionswert und situatives Involvement .....	279
<b>16 Diskussionswert und Diskussionsarchitekturen .....</b>	<b>289</b>

16.1 Usability.....	289
16.2 Sociability.....	301
<b>17 Integration der Befunde.....</b>	<b>319</b>
<b>18 Diskussionswert und Nachrichteneigenschaften .....</b>	<b>323</b>
18.1 Nachrichtenfaktoren.....	323
18.1.1 Wertekonflikt.....	324
18.1.2 Konsonanz .....	327
18.1.3 Deutungsoffenheit .....	331
18.1.4 Erfahrbarkeit.....	335
18.1.5 Prominenz.....	338
18.1.6 Gefahr .....	342
18.1.7 Zerstreuung.....	348
18.1.8 Zusammenfassung .....	350
18.2 Darstellungsfaktoren.....	354
18.2.1 Kontextualisierung.....	355
18.2.2 Personalisierung .....	357
18.2.3 Interaktionsaufforderungen.....	359
18.2.4 Journalistische Professionalität.....	361
18.2.5 Visualisierung.....	369
18.2.6 Platzierung.....	371
18.2.7 Zusammenfassung.....	373
<b>19 Diskussionswert und bestehende Nutzerkommentare .....</b>	<b>377</b>
19.1 Elaboration.....	380
19.1.1 Vereinfachung .....	381
19.1.2 Faktizität.....	388
19.1.3 Argumentativität.....	394
19.1.4 Kontextualisierung.....	403
19.2 Dynamik .....	409
19.2.1 Konstruktivität .....	409
19.2.2 Aufklärung.....	415
19.2.3 Informationsbedürfnis .....	422
19.3 Negativität.....	430
19.3.1 Kritik .....	431
19.3.2 Kontroverse .....	443
19.3.3 Aggressivität.....	458
19.3.4 (Negative) Emotionalität .....	468
19.4 Konsonanz .....	479

---

19.4.1 Neuigkeit .....	479
19.4.2 Überraschung.....	491
19.4.3 Verständlichkeit.....	501
19.5 Personalisierung.....	513
19.5.1 Lebensweltliche Bezüge .....	514
19.5.2 Adressierung.....	521
19.6 Humorisierung .....	528
19.7 Zusammenfassung .....	539
<b>Teil V: Zusammenfassung und Diskussion .....</b>	<b>547</b>
<b>20 Zusammenfassung der Arbeit.....</b>	<b>547</b>
<b>21 Diskussion und Ausblick.....</b>	<b>555</b>
21.1 Einordnung der Ergebnisse.....	555
21.2 Erträge und Grenzen der Arbeit.....	564
21.3 Ausblick und Folgerungen.....	566
21.4 Fazit: Der unberechenbare Kommentierer? .....	573
<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>575</b>
<b>Anhang .....</b>	<b>627</b>

*Zusätzliche Materialien zu dieser Studie (u. a. Leitfäden, eine Teilnehmercharakterisierung und Kategoriensysteme) stehen auf der Produktseite dieses Buches unter [springer.com](http://springer.com) gratis zum Download zur Verfügung.*



# Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Verschiedene Prozesse der Online-Anschlusskommunikation.....	32
Abbildung 2: Abonnenentenentwicklung ausgewählter Facebook-Nachrichtenseiten .....	46
Abbildung 3: Abweichungen der Altersverteilungen kommentierender Nutzer einer deutschen Nachrichtenseite von den Altersverteilungen aller Nutzer dieser Nachrichtenseite .....	49
Abbildung 4: Allgemeiner und spezieller Diskussionswert von Nachrichten .....	90
Abbildung 5: Vorläufiges Wirkungsmodell von Nachrichtenfaktoren auf den Diskussionswert von Online-Nachrichten .....	96
Abbildung 6: Das Konzept der Diskussionsarchitektur.....	163
Abbildung 7: Analyserahmen des Diskussionswerts von Nachrichten .....	203
Abbildung 8: Design der Untersuchung .....	219
Abbildung 9: Ablaufmodell der Datenauswertung.....	243
Abbildung 10: Beispiel einer Kommentar-Transkription für die ISI-Analyse.....	255
Abbildung 11: Ablauf der Auswertung .....	258
Abbildung 12: Identifizierte Anordnungsmuster von Kommentaren .....	295
Abbildung 13: Prozedurale Darstellung der Kommentierentscheidung von Nachrichtennutzern.....	319

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Vergleich der Altersverteilung von Kommentierern und Nicht-Komentierern .....	50
Tabelle 2: Eigenschaften von unmittelbarer Anschlusskommunikation und Nutzerkommentaren im Vergleich .....	82

Tabelle 3: Zusammenhänge von Nachrichtenfaktoren und Nutzerkommentaren bei P. Weber .....	141
Tabelle 4: Formen institutioneller Moderation von Nutzerkommentaren.....	167
Tabelle 5: Big5-Dimensionen und Beispiele für hohe und niedrige Ausprägungen .....	197
Tabelle 6: Stichprobe der explorativen Studie .....	234
Tabelle 7: Stichprobe der DFG-Interviews .....	236
Tabelle 8: Gesamtstichprobe der Untersuchung .....	237
Tabelle 9: Stichprobenplan der Inhalts-, Struktur- und Interaktionsanalyse.....	251
Tabelle 10: Korpus der Inhalts-, Struktur- und Interaktionsanalyse .....	252
Tabelle 11: Gütekriterien qualitativer Forschung und ihre Reflexion im Empirischen Design und der Datenauswertung .....	260
Tabelle 12: Belegsystematik der Leitfadeninterviews und der ISI-Analyse .....	264
Tabelle 13: Verwendete Abkürzungen in den Zitatbelegen der ISI-Analyse .....	265