

KURSARBEIT

INHALTSANALYSE DER TWEETS DER ACCOUNTS @WhiteHouse UND @realDonaldTrump

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	3
2. Begriffserläuterungen	3
2.1. Twitter als geeignete Analyseplattform	3
2.2. Das Weiße Haus – The White House	5
2.3. Donald John Trump	7
3. MAXQDA	8
3.1. MAXQDA in der Theorie	8
3.2. Vorgehensweise und Probleme	9
3.2.1. Zusammenfügen verschiedener Projektdateien	9
3.2.2. Wortwolken erstellen	10
3.2.3. Weitere Probleme bei MAXQDA	11
4. SPSS	11
4.1. Vorgehensweise in SPSS	11
4.2. Vorgehensweise bei der Wahl bestimmter Indikatoren und deren Unterkategorien	12
5. Analyse der Hypothesen	13
5.1. Die Hypothesen zu Donald Trumps Tweets	13
5.1.1. Die Untersuchung der Trump Tweets	14
5.2. Die Hypothesen zu den Tweets des Weißen Haus	30
5.2.1. Die Untersuchung der Tweets des Weißen Haus	31
5.3. Der Vergleich der Analysen	42
5.4. Probleme bei der Analyse	46
6. Fazit	46
7. Literaturverzeichnis	49
8. Abbildungsverzeichnis	51

1. Einleitung

Die folgende Kursarbeit beschäftigt sich mit der Forschungsfrage: *“Wie kommunizieren der Präsident Donald Trump und das Weiße Haus auf Twitter und inwiefern unterscheidet sich die Ausdrucksweise des öffentlichen Twitteraccounts des Weißen Hauses von der auf Donald Trumps privatem Account?”*.

Dazu werden die Tweets der Accounts @realDonaldTrump und @WhiteHouse betrachtet. Da aufgrund des Umfangs nicht alle Beiträge untersucht werden können, beschränkt sich diese Analyse auf alle im Zeitraum vom 01. Oktober 2018 bis zum 14. Oktober 2018 veröffentlichten Tweets. Es werden also insgesamt 324 Tweets betrachtet, 150 von Präsident Donald Trump und 174 des Weißen Hauses.

Analysiert wurde die Forschungsfrage mithilfe eines Codebuchs und mit dem Daten- und Textanalyseprogramm „SPSS“. Zusätzlich wurde das Textanalyseprogramm „MAXQDA“ hinzugezogen.

2. Begriffserläuterungen

Auf den folgenden Seiten werden die grundlegenden Faktoren der vorliegenden Inhaltsanalyse verdeutlicht. Die Social Media Plattform „Twitter“ wird erläutert und sowohl Donald Trump als auch das Weiße Haus werden näher beschrieben.

2.1. Twitter als geeignete Analyseplattform

Um die Kommunikation Donald Trumps und des Weißen Hauses durch soziale Medien nach außen zu analysieren, wird das multimediale Echtzeitmedium Twitter als Grundlage verwendet.

Obwohl Trump auch auf anderen sozialen Plattformen wie Facebook oder Instagram aktiv ist, sind es vor allem seine kontroversen Äußerungen auf Twitter, die sich in den Schlagzeilen der Medien wiederfinden. Das mag auch daran liegen, dass Twitter bei Donald Trump quantitativ weit vorne liegt, denn andere soziale Medien verwendet er weniger. Das Weiße Haus ist ebenso auf allen gängigen Plattformen vertreten, jedoch auch hier werden bei Twitter die meisten Meldungen verfasst.

Auch in der Wissenschaft wird Twitter zunehmend wichtiger, da es eine umfangreiche Palette an Daten bereitstellt, was ideal für Studien und Untersuchungen ist.

„Twitter bietet ein ausführliches, klar strukturiertes und frei zugängliches Datenset, welches sich sowohl für detaillierte, als auch für breit angelegte Datenanalysen gut eignet. So umfasst ein Datensatz rund 150 Metadaten – neben Tweet und Benutzerkonto auch Standortdaten, gewählte Sprache, Zeitzone oder die Vernetzung von Nutzer/-innen. In Abhängigkeit von der Tweetfrequenz ergibt sich ein ständig wachsender Datenpool. Aufgrund der standardisierten Struktur und der hohen Verfügbarkeit der Daten wird Twitter mittlerweile häufig als Datengrundlage für die wissenschaftliche Forschung in den unterschiedlichsten Disziplinen verwendet.“¹

Im Rahmen dieser Arbeit werden von den möglichen Analysepunkten lediglich die Tweets und speziell ausgewählte Metadaten in Augenschein genommen. Was genau analysiert wird, wird an einem späteren Punkt in dieser Arbeit sorgfältig erläutert. Aufgrund der Vielfalt von Möglichkeiten ist Twitter äußerst geeignet für eine adäquate Untersuchung von Kommunikation.

Um Twitter genauer zu verstehen, muss zunächst einmal das dafür grundlegend Phänomen „Soziale Medien (englisch: Social Media)“ erklärt werden.

„Social Media ist eine Vielfalt digitaler Medien und Technologien, die es Nutzern ermöglicht, sich auszutauschen und mediale Inhalte einzeln oder in Gemeinschaft zu gestalten. Die Interaktion umfasst den gegenseitigen Austausch von Informationen, Meinungen, Eindrücken und Erfahrungen sowie das Mitwirken an der Erstellung von Inhalten.“²

Demnach binden sich Trump und das Weiße Haus durch die Partizipation bei Twitter in eine Gemeinschaft ein und erreichen so einen breiten Personenkreis mit ihren Tweets. Soziale Medien sind interaktiv und keine einseitigen Medien, da sich die Möglichkeit zur direkten Reaktion bietet. Es besteht aber nicht nur die Option der Reaktion, es ist außerdem möglich, die Inhalte anderer Nutzer direkt weiterzugeben und auf dem eigenen Profil zu teilen. Bei Twitter gibt es beispielsweise die „Retweet-Funktion“, mit der man einen Tweet eines anderen Nutzers direkt auf der eigenen Seite anzeigen lassen kann. Dies stellt eine Form der indirekten Meinungsäußerung dar, weil der Nutzer vermeintlich derselben Meinung wie der Verfasser ist.

Da soziale Medien prinzipiell jedem offen stehen – auch Institutionen – haben sie in der Politik an Bedeutung gewonnen. In der Regel werden sie vor allem für die Verbreitung von Informationen genutzt, dienen aber auch als Plattform für

1 F. Pfaffenberger (2016): *Twitter als Basis wissenschaftlicher Studien, Eine Bewertung gängiger Erhebungs- und Analysemethoden der Twitter-Forschung*, S. 15.

2 25. NEON-Plenum. Frankfurt am Main, zitiert nach C. König et al. (Hrsg.), *Soziale Medien, Schriftenreihe der ASI – Arbeitsgemeinschaft Sozialwissenschaftlicher Institute*, Wiesbaden: Springer Fachmedien 2014, S. 13. 18. Februar 2013.

Distribution.³ Im Falle der Politik sind soziale Medien in diesem Sinne auch ein Umfeld, in dem Wahlkampf betrieben wird.

2.2. Das Weiße Haus – The White House

Das Weiße Haus, oder The White House, steht in Washington D.C. in der Pennsylvania Avenue 1600.⁴ Bekannt ist es als das Zuhause des Präsidenten der Vereinigten Staaten von Amerika. Doch es besteht aus mehr als nur den Wohnräumen der First Family.

Die Geschichte des Weißen Hauses beginnt im Jahr 1791, als George Washington, das Gelände auf dem es steht, als Bauplatz bestimmt.⁵ Der Entwurf stammt von dem irischen Architekten James Hoban und die Legung des Grundsteines am 13. Oktober 1792 ist ebenso das Gründungsdatum der Stadt Washington.⁶ Obwohl George Washington den Bau beauftragt, ist John Adams der erste Präsident, der nach acht Jahren Bauzeit, in das Weiße Haus einzieht.

1812 wird das Gebäude im Krieg durch die Briten niedergebrannt und für den Wiederaufbau wird ebenfalls James Hoban beauftragt.⁷ In dieser Bauphase werden auch die markanten Kalksteinsäulen an der Vorderseite des Gebäudes montiert.

Unter Präsident Theodore Roosevelt wird das Weiße Haus nicht mehr nur umgangssprachlich als solches bezeichnet, sondern "The White House" wird zum offiziellen Namen für das Gebäude ernannt.

Außerdem veranlasst Roosevelt viele Renovierungen und Erweiterungen am Weißen Haus.⁸ Es wird ein Bürogebäude errichtet, das heute als Westflügel beschrieben wird, in dem auch das Büro des Präsidenten einen Platz findet.

Das heutzutage bekannte Oval Office wird jedoch erst von dem anschließenden Präsidenten William Howard Taft errichtet. Die nächste große Renovierung,

3 Vgl. Strohmaier, M.; Zens, M. (2014): *Analyse Sozialer Medien an der Schnittstelle zwischen Informatik und Sozialwissenschaften*. In: C. König et al. (Hrsg.), *Soziale Medien*, Schriftenreihe der ASI – Arbeitsgemeinschaft Sozialwissenschaftlicher Institute.

4 Vgl. hierzu und zum Folgenden o. V., *Themen-Spezial. Das Weiße Haus*. In: <https://www.kabeleinsdoku.de/themen/laender-und-entdecker/das-weisse-haus>, 31.10.2018.

5 Vgl. Office of the Curator „*Inside the White House*“. In: <https://obamawhitehouse.archives.gov/about/inside-white-house>. 31.10.2018 14:57.

6 Vgl. hierzu und zum Folgenden o. V., *Themen-Spezial. Das Weiße Haus*. In: <https://www.kabeleinsdoku.de/themen/laender-und-entdecker/das-weisse-haus>. 31.10.2018.

7 Ebd.

8 Vgl. hierzu und zum Folgenden Office of the Curator „*Inside the White House*“. In: <https://obamawhitehouse.archives.gov/about/inside-white-house>. 31.10.2018.

bekannt als „Truman Reconstruction“, findet in den Jahren von 1949 bis 1952 statt.⁹ Unter Präsident Harry S. Truman wird das gesamte Gebäude kernsaniert und zudem Änderungen am Grundriss vorgenommen. In dieser Zeit nimmt das Weiße Haus annähernd die Gestalt an, wie sie auch heute noch in Washington zu sehen ist. Die Villa mit den Kalksteinsäulen, die weit über Amerika hinaus bekannt sind, ist nur ein kleiner Teil des gesamten Gebäudekomplexes. Die folgende Abbildung zeigt alles, was an der Oberfläche zu sehen ist.

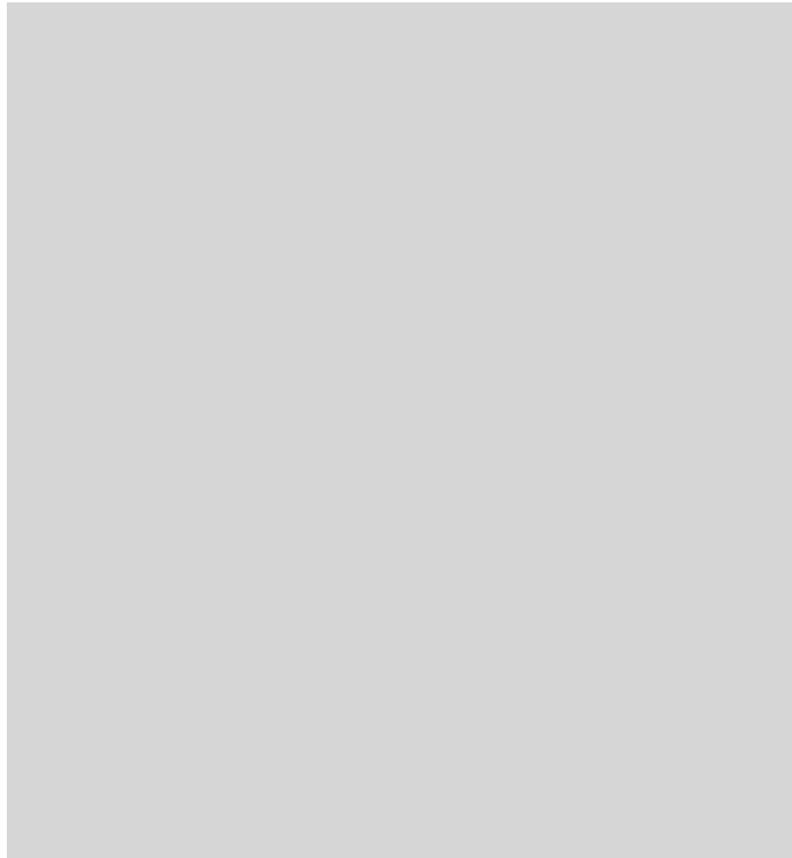


Abb. 1: Das Weiße Haus-Innenansicht; Quelle: <https://www.derwesten.de/politik/weisses-haus-innenansicht-der-machtzentrale-der-usa-id7265184.html>

Heute ist das Weiße Haus auch in sozialen Netzwerken vertreten und berichtet unter anderem über den gleichnamigen Twitteraccount @WhiteHouse über die politischen Angelegenheiten des Präsidenten und der Vereinigten Staaten von Amerika.

⁹ Vgl. hierzu und zum Folgenden o. V.. *Themen-Spezial. Das Weiße Haus*. In: <https://www.kabeinsdoku.de/themen/laender-und-entdecker/das-weisse-haus>. 31.10.2018.

2.3. Donald John Trump

Der amtierende US-Präsident Donald John Trump wird am 14.06.1946 in Queens, New York geboren.¹⁰ Als viertes von fünf Kindern wächst er in New York unter gut situierten Verhältnissen auf. Seine Eltern sind der Immobilienmakler Fred C. Trump und dessen Frau Mary Anne MacLeod.¹¹

Bekannt wird Donald Trump als Inhaber des eigenen Familienunternehmens „Trump Organization“, dessen Leitung er von 1971 bis 2017 von seinem Vater übernimmt und dadurch ein Milliardenvermögen aufbaut. Seinen Rücktritt aus dem Geschäft gibt er kurz vor seinem Amtsantritt als Präsident bekannt.¹² Der Durchbruch zu einer der berühmtesten Personen in den USA gelingt Donald Trump jedoch durch zahlreiche Auftritte in seiner Reality Show ‘The Apprentice’.¹³

Im Laufe seiner Karriere unterstützt Donald Trump verschiedene politische Parteien. Seit 2009 ist er als Republikaner registriert und gewinnt als Kandidat dieser Partei die Präsidentschaftswahl der USA im Jahr 2016.¹⁴ Im Kampf um das Amt des US-Präsidenten, ganz unter dem Motto: “Make America great again!” und “America first!”, setzt er sich am 08.11.2016 gegen seine demokratische Rivalin Hillary Rodham Clinton, Ehefrau des ehemaligen US-Präsidenten Bill Clinton, durch. Damit wird er als “Außenseiter, Multimillionär und kontroverse Führungsperson”¹⁵ Präsident der Vereinigten Staaten.

Bis heute, fast zwei Jahre nach seiner Vereidigung am 20.01.2017, stellen viele Medien und Kritiker den Wahlsieg Trumps noch immer in Frage. Warum seine Politik so umstritten ist, liegt nunmehr an seiner Selbstdarstellung in den Medien. Besonders seine Meldungen über den Nachrichtendienst Twitter lösen verschiedenste Meinungen aber vor allem empörte Reaktionen aus. Mit vermeintlich provokanten und radikalen Tweets macht er über seinen Account @realDonaldTrump auf sich, seine Machtposition und auf seine politischen Vorstellungen aufmerksam.

10 Gwenda, B. *The Trumps. Three Generations of Builders and a Presidential Candidate*. New York: Simon & Schuster, 2015, S. 162.

11 Pilon, Mary. *Donald Trump's Immigrant Mother*. In: The New Yorker. 24. Juni 2016.

12 Von Petersdorff, Winland. *Juristen kritisieren Trump: „Ein Student würde damit im Examen durchfallen“*. Frankfurter Allgemeine Zeitung. 13. Januar 2017.

13 Michael Kranish, M. & Fisher, M.. *Trump Revealed*. New York: Simon & Schuster, 2017. S. 209–212.

14 Joshua Gillin. *Bush says Trump was a Democrat longer than a Republican ‘in the last decade’*. In: PolitiFact.com. 24. August 2015.

15 Gärtner, C. & Heinrich C.. *Fallstudien zur Digitalen Transformation*. Wiesbaden: Springer Verlag, 2018. S. 149

3. MAXQDA

Das Programm MAXQDA sollte zunächst als Analysetool genutzt werden. Nach vielen Schwierigkeiten innerhalb des grundlegenden Verständnisses des Programms, wurde innerhalb des Kurses beschlossen, dass die Analyse mittels SPSS durchzuführen ist und mit Hilfe von MAXQDA lediglich Wortwolken zur Unterstützung der Analyse herangezogen werden.

3.1. MAXQDA in der Theorie

MAXQDA ist eine Computersoftware, mit der eine qualitative Daten- und Textanalyse durchgeführt werden kann. Sie enthält verschiedene Funktionen, welche die Forschung maßgeblich erleichtern soll. MAXQDA hilft beim Erfassen der Daten, so ist es beispielsweise möglich, Daten in Form von Tweets direkt aus Twitter zu importieren, ohne diese mühevoll einzeln in das Programm einzupflegen.

Allerdings funktioniert dies nur mit Tweets, die ausschließlich Text enthalten, Bilder und Videos müssen manuell in das Programm eingefügt werden. Die erhobenen Daten können für eine bessere Übersicht in verschiedene Ordner einsortiert werden. Die Software kann zudem die verschiedensten Dokumenttypen verarbeiten. Unter anderem ist es möglich, Textdokumente, Bilder, Videos, Audios, PDFs, Tabellen oder sogar ganze Umfragen zu importieren.¹⁶

Wichtig für die qualitative Forschung sind vor allem die Analysefähigkeiten von MAXQDA. Über ein extra Code-Fenster können in dem Programm automatisch Codierungen eingespeist werden, wobei die Codes ebenso eigenverantwortlich entwickelt werden können. Diese werden dann den unterschiedlichen Dokumenten zugeordnet. Realisierbar ist des Weiteren, dass den eingefügten Unterlagen externe Links zugeordnet und mit Kommentaren versehen werden.¹⁷

Sind die Daten erst einmal analysiert, bietet sich eine große Bandbreite an Visualisierungsmöglichkeiten. Es können Diagramme, Wortwolken (zur

16 Vgl. o. V. *Was ist MAXQDA?* In: MAXQDA, URL: <https://www.maxqda.de/was-ist-maxqda>. Abruf am 30.10.2018.

17 Ebd.

Veranschaulichung der Inhalte), Code-Relations-Browser (zur Verdeutlichung der Beziehung zwischen verschiedenen Codes) oder Mind-Maps ausgegeben werden.¹⁸ MAXQDA wird weltweit von den verschiedensten Professoren, Institutionen und Forschern verwendet. In Deutschland arbeiten beispielsweise Großkonzerne wie Volkswagen oder BMW mit dem Programm.¹⁹

3.2. Vorgehensweise und Probleme

Damit das Codebuch in MAXQDA eingefügt werden kann, muss die von SPSS bekannte Art eines Codebuchs ein wenig abgeändert werden. Es ist generell möglich einen Hauptcode und weitere ‚Untercodes‘ zu erstellen. Da für jeden Code eine neue Farbe ausgewählt werden muss, wird es bei zu vielen Kategorien und Variablen auf Dauer unübersichtlich.

Bei MAXQDA wird mit Hilfe des farblichen Markierens bestimmter Textteile codiert. Durch das Markieren dieser Textteile mit den entsprechend zutreffenden Variablen wird impliziert, dass die codierte Variable vorhanden ist. Wird dementsprechend kein bestimmter Textteil markiert, beinhaltet dies direkt, dass diese als nicht gegeben, als ein ‚Nein‘ zu verstehen ist. Dadurch ist es nicht nötig, die Variablen „Ja“ und „Nein“, beziehungsweise „Vorhanden“ und „Nicht vorhanden“ zu kodieren.

Das fertige Codesystem kann aus MAXQDA exportiert und in andere Projekte eingefügt. Dies funktioniert über den Punkt „Codes“ und „Codesystem exportieren“. Die Datei wird benannt und gespeichert und bekommt die Dateiendung „.mtr.“

3.2.1. Zusammenfügen verschiedener Projektdateien

Um alle erhobenen Twitter Daten in ein Dokument zusammenzutragen, gibt es verschiedene Möglichkeiten. So ist es möglich Projekte einfach durch Import zusammen zu fügen. Man entscheidet sich, welche Datei bestand haben soll und dort wird das andere Projekt hinein importiert.

18 Vgl. o. V. *Funktionsübersicht* In: MAXQDA, URL: <https://www.maxqda.de/funktionsumfang>. Abruf am 30.10.2018.

19 Vgl. o. V. *MAXQDA Erfolgsgeschichten* In: MAXQDA, URL: <https://www.maxqda.de/wer-nutzt-maxqda#>. Abruf am 30.10.2018.

Tweets können außerdem zusammengefügt werden, indem diese zunächst aus dem Dokument exportiert werden. Dafür wird die gewünschte Datei in den Dokumenten ausgewählt und mit Rechtsklick wird der Befehl „Dokument exportieren“ gegeben. Dieses Dokument wird daraufhin als Excel-Datei exportiert. Anschließend kann man entweder alle Tweets in eine Excel Datei kopieren und in ein neues MAXQDA Projekt importieren oder jedes einzelne Dokument in ein neues Projekt über „Dokument importieren“ einzufügen. Diese Variante ist vor allem vorteilhaft, wenn Tweets, die nicht zum Kodieren benötigt werden, aus dem Dokument mit allen erhobenen Tweets gelöscht werden sollen. Mit dieser Methode ist es möglich, die Tweets aus der Excel Datei zu löschen und die bearbeitete Datei anschließend wieder in MAXQDA über „Dokument importieren“ einzupflegen. Es ist somit nicht ohne Umwege erreichbar ein Dokument mit Tweets zu bearbeiten.

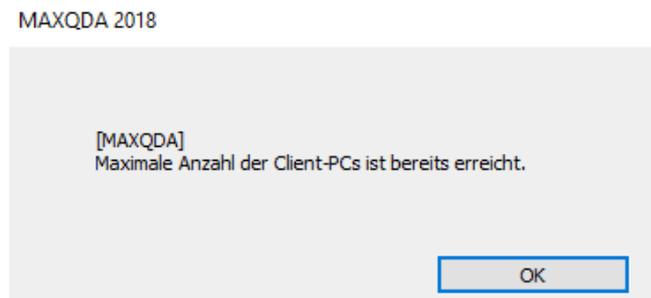
3.2.2. Wortwolken erstellen

Die Wortwolke ist eine Funktion in MAXQDA, welche unter die „Visual Tools“ fällt. Sie bildet Wörter ab, die aufgrund einer individuell festgelegten Häufigkeit relevant sind. Innerhalb der Wortwolke werden sie in der entsprechenden Größe dargestellt. Wörter, die also besonders häufig verwendet wurden, werden in der Wortwolke am größten dargestellt. Wenig verwendete Begriffe werden dagegen sehr klein abgebildet. Zusätzlich besteht die Möglichkeit, einzelne Begriffe zu sperren, damit sie nicht mehr berücksichtigt und dargestellt werden. Wenn eine Wortwolke erstellt wurde, kann eine Excel-Datei ausgegeben werden, die tabellarisch die Häufigkeit der einzelnen Worte zeigt.

Ein Problem bei der Erstellung der Wortwolke war, dass jede Spalte berücksichtigt wurde. Das bedeutet, dass zum Beispiel @realDonaldTrump, die Accountbezeichnung, angezeigt wird, obwohl dieser Inhalt nicht im eigentlichen Tweet auftaucht. Zur Lösung dieses Problems wurden die einzelnen Tweet-Dateien als eine Excel Datei exportiert. Dort wurden dann die Spalten, welche zu fehlerhaften Ergebnissen führen konnten, gelöscht.

3.2.3. Weitere Probleme bei MAXQDA

Ein anderes Problem während der Arbeit mit MAXQDA an der Hochschule ist, dass teilweise alle Clients für das Programm besetzt sind. Dann besteht nur noch die Alternative mit einer 14-tägigen Testversion zu arbeiten, sollte diese nicht für den genutzten PC schon abgelaufen sein. Dies bezieht sich auch auf die Arbeit mit dem virtuellen Desktop.



4. SPSS

Die Analyse der erhobenen Daten wurde hauptsächlich mit dem Programm SPSS durchgeführt. In die Software wurde das Codebuch integriert und mit der entsprechenden Codierung wurden die Tweets der beiden Accounts ausgewertet.

4.1. Vorgehensweise und SPSS

SPSS ist eine Computersoftware, die es digital ermöglicht, statistische Analysen durchzuführen. Sie hat unterschiedliche Funktionen, zur wissenschaftlichen Analyse der Tweets von Donald Trump und dem Weißen Haus, wurde aber lediglich die Möglichkeit genutzt, Codierungen zu implementieren und Daten einzupflegen. Hierfür musste zunächst eine Codestruktur angelegt werden und anschließend war es im Dateneingabefeld möglich, zu den Indikatoren verschiedene Ausprägungen auszuwählen. Die entsprechenden Ausprägungen wurden für jeden einzelnen Tweet angewählt. Die erfassten Daten wurden abschließend in unterschiedlichen Häufigkeits- und Kreuztabellen ausgegeben.

4.2. Vorgehensweise bei der Wahl bestimmter Indikatoren und deren Unterkategorien

Bei verschiedenen Indikatoren wurden aufgrund der zeitlichen Einschränkung dieser Untersuchung einige Kompromisse gemacht. Andere Indikatoren bedürfen wiederum einer näheren Erläuterung.

So wurden bei dem Indikator „Sprache“ lediglich drei Unterkategorien angelegt, nämlich elaborierte, sachliche und restringierte Sprache. Selbstverständlich könnte man hier noch weitere Abstufungen finden, diese Einteilung war aber für die Auswertung der erstellten Hypothesen ausreichend. Unter „sachlich“ wird eine alltägliche Sprache verstanden, die weder besonders hochgestochen, noch besonders umgangssprachlich ist.

Wichtig ist zudem, dass die Variable „Bild“ ausschließlich dann codiert wurde, wenn auch wirklich ein Bild zu sehen war, also galt sie nicht für Videos oder Live Videos.

Die Variable „Nachrichten Bezeichnung“ wurde zudem nur verwendet, wenn in den Tweets auf eine externe Quelle Bezug genommen wurde.

4.3. Auswahl des Analysezeitraums

Analysiert wurden die Tweets zwischen dem 01.10.2018 und dem 14.10.2018.

Aufgrund zeitlicher Einschränkungen musste ein relativ knapper Analysezeitraum gewählt werden und so wurde nach einem möglichst aussagekräftigen, aber dennoch knappen Intervall gesucht.

Während der untersuchten Dauer gab es diverse wichtige Ereignisse, die sowohl politischer, als auch natürlicher und alltäglicher Natur waren. Unter anderem wütete der Hurricane Michael, der in den USA zahlreiche Schäden verursachte. Zudem wurde Wahlkampf für die Vorwahlen betrieben, es gab eine Diskussion um den umstrittenen Richter Brett Kavanaugh, der als Richter an den Obersten Gerichtshof berufen wurde und es wurde ein Handelsabkommen zwischen den USA, Mexiko und Kanada geschlossen – das United States Mexico Canada Agreement, kurz USMCA.

Außerdem gab es zahlreiche alltägliche Termine des Präsidenten und der Regierungsmitglieder des Weißen Hauses.

In den zwei Wochen wurde also eine Bandbreite verschiedener Ereignisse abgedeckt, die die Regierung und deren Staatsoberhaupt betreffen. Auf Twitter wurden all diese Geschehnisse ausführlich von beiden Accounts kommentiert.

5. Analyse der Hypothesen

Innerhalb dieses Kapitels werden die mittels SPSS codierten Daten in Bezug auf die beiden Accounts @realDonaldTrump und @WhiteHouse analysiert. Zuerst werden Donald Trumps Tweets in Augenschein genommen, darauffolgend die des Weißen Hauses. Abgerundet wird das Kapitel von einem abschließenden Vergleich.

5.1. Die Hypothesen zu Donald Trumps Tweets

1. Wenn Donald Trump einen Tweet anlegt, dann benutzt er eine provokante Wortwahl.
2. Wenn Donald Trump twittert, dann benutzt er eine restringierte Sprache.
3. Wenn Donald Trump Nachrichten erwähnt, dann Fox News.
4. Wenn Trump etwas zitiert, dann fällt das Zitat positiv für ihn aus.
5. Wenn Donald Trump sich bei Twitter kontrovers zu einem Thema geäußert hat, dann revidiert er ungeachtet der Reaktionen seine Meinung nicht.
6. Wenn Donald Trump twittert, dann äußert er sich negativ oder provokant gegenüber bestimmten Gruppen.
7. Wenn Donald Trump über das eigene Land twittert, dann äußert er sich ausschließlich positiv.
8. Wenn Donald Trump andere Nationen oder deren Regierungsmitarbeiter und Einwohner erwähnt, äußert er sich überwiegend negativ.
9. Wenn Donald Trump Bilder von sich selbst postet, dann zeigt er sich nur in seiner Machtposition als Präsident der Vereinigten Staaten.

10. Wenn Donald Trump retweetet, dann von offiziellen Accounts und Befürwortern seiner Regierung.
11. Wenn Donald Trump twittert, dann enthält der Tweet ein Video oder ein Foto.
12. Wenn Donald Trump twittert, benutzt er Versalien, um Schlagworte hervorzuheben.
13. Wenn Donald Trump einen Tweet postet, dann benutzt er keine Hashtags.

5.1.1. Die Untersuchung der Trump Tweets

Im Folgenden werden die mit SPSS ausgewerteten Daten und den zugehörigen generierten Tabellen und Schaubildern jeweils einzeln analysiert.

Hypothese 1:

Wenn Donald Trump einen Tweet anlegt, dann benutzt er eine provokante Wortwahl.

Die Analyse ist hier beschränkt auf Trumps direkte Tweets und die von ihm kommentierten Retweets, welche tatsächlich Text enthalten. Sie stellen 113 von 150 Tweets.

Betrachtet man Trumps Wortwahl, wird aus der Häufigkeitstabelle ersichtlich, dass die höchste Prozentzahl (58,4%) bei der positiven Wortwahl zu finden ist. Eine provokante Wortwahl teilt sich den zweiten Platz mit einer neutralen Wortwahl mit 15,9%. Anhand der Zahlen wird deutlich, dass 15,9% weit unterhalb der Hälfte der positiv eingeordneten Tweets liegt.

Wortwahl

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	negativ	1	,9	,9	,9
	provokant	18	15,9	15,9	16,8
	neutral	18	15,9	15,9	32,7
	beschwichtigend	10	8,8	8,8	41,6
	positiv	66	58,4	58,4	100,0
	Gesamt	113	100,0	100,0	

Abb. 2: Häufigkeitstabelle zur Wortwahl von D. Trump

Es ist eindeutig, dass Trumps Wortwahl nicht überwiegend provokant ist, sondern am häufigsten positiv formulierte Sätze zu finden sind. Auffällig ist die gleiche Häufigkeit bei einer provokanten und einer neutralen Wortwahl.

Da diese Hypothese lediglich die rein verwendete Sprache untersucht, ohne tiefer auf den Inhalt einzugehen, kann diese nicht bestätigt werden und muss als widerlegt angesehen werden. Zu bedenken ist hierbei, dass Trump selbst bei strittigen Themen häufig eine positive Wortwahl wählt.

Hypothese 2:

Wenn Donald Trump twittert, dann benutzt er eine restringierte Sprache.

Wie bei der vorangegangenen Hypothese wird auch hier die Auswahl auf die direkten Tweets und kommentierten Retweets beschränkt und die verwendete Sprache überprüft. Folglich werden 113 Tweets analysiert.

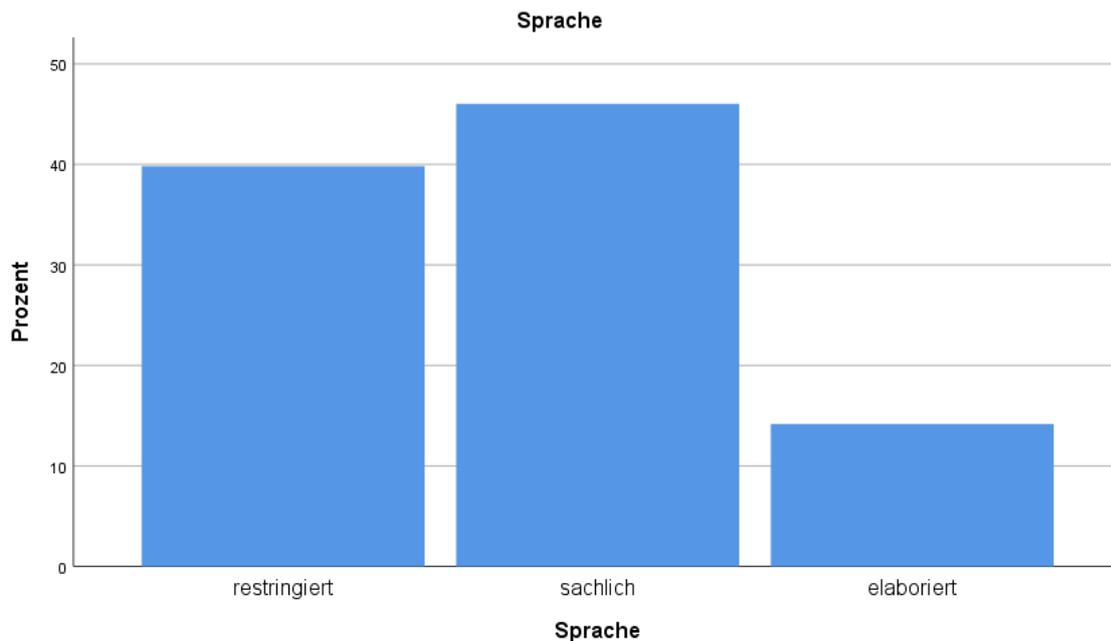


Abb. 3: Balkendiagramm zur verwendeten Sprache der Trump Tweets

Anhand des vorliegenden Balkendiagramms ist klar erkennbar, dass Trump überwiegend eine sachliche Sprache verwendet, wenn er twittert. Jedoch liegt der Wert an Tweets mit restringierter Sprache nicht weit davon entfernt. Lediglich elaborierte Formulierungen finden sich nur in circa 15% der analysierten Tweets.

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	restringiert	45	39,8	39,8	39,8
	sachlich	52	46,0	46,0	85,8
	elaboriert	16	14,2	14,2	100,0
	Gesamt	113	100,0	100,0	

Abb. 4: Häufigkeitstabelle zur verwendeten Sprache der Trump Tweets

Der Abstand zwischen sachlicher und restringierter Sprache liegt nur bei 6,2%, welches mit einer größeren Anzahl an zu untersuchenden Tweets zu einem anderen Ergebnis führen könnte.

Bei dem Umfang dieser Analyse muss die zweite Hypothese zu diesem Zeitpunkt falsifiziert werden.

3. Hypothese:

Wenn Donald Trump Nachrichten erwähnt, dann Fox News.

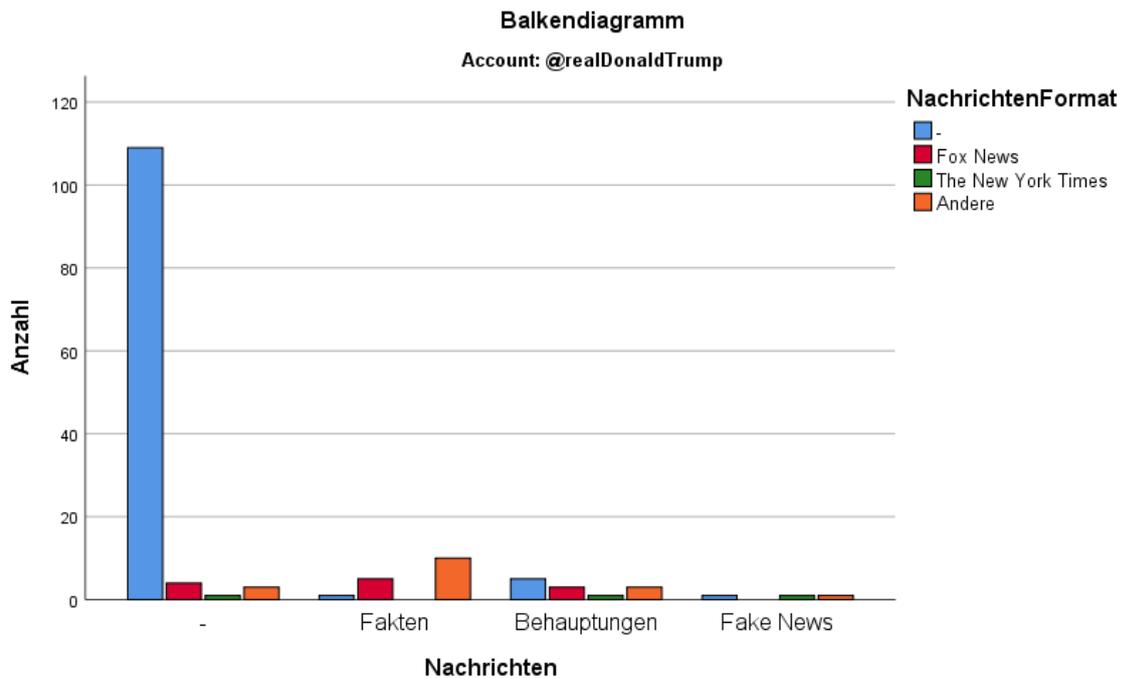


Abb. 5: Balkendiagramm zu den erwähnten Nachrichtenformaten in den Trump Tweets

Ein kurzer Blick auf das Balkendiagramm zeigt, dass Trump kaum Nachrichtenformate in seinen Tweets verlinkt oder namentlich erwähnt. So ist in fast 80% der zu betrachtenden 150 Tweets kein Nachrichtenformat angegeben.

Werden die zu analysierenden Tweets auf die, die Nachrichtenformate enthalten beschränkt, so bleiben 24 Tweets erhalten.

NachrichtenFormat * Nachrichten Kreuztabelle

Anzahl

		Nachrichten			Gesamt
		Fakten	Behauptungen	Fake News	
NachrichtenFormat	Fox News	5	3	0	8
	The New York Times	0	1	1	2
	Andere	10	3	1	14
Gesamt		15	7	2	24

Abb. 6: Kreuztabelle zu den Nachrichtenformaten in den Trump Tweets

Die Kreuztabelle zeigt, dass Fox News das mit 8 Erwähnungen am häufigsten genannte Format ist. Zwar hat die Auswahl „Andere“ eine höhere Anzahl, jedoch ist hierbei zu beachten, dass darunter mehrere verschiedene Nachrichtenformate gefasst werden, die für diese Analyse nicht näher definiert wurden. Somit sollten diese bei der Analyse zwar berücksichtigt aber nicht zu stark gewichtet werden. Denn auch in der Statistik wird die Kategorie „Sonstige“ extra gewertet.

Zusammenfassend ist die dritte Hypothese zu diesem Zeitpunkt zu bestätigen, wobei beachtet werden muss, dass eine höhere Anzahl an zu analysierenden Tweets zu einem anderen Ergebnis führen könnte. Denn die abgebildeten Zahlen liegen recht nah beieinander und weisen keine großen Häufigkeiten auf.

Zusatz: Betrachtet man das angefertigte Balkendiagramm, wird ersichtlich, dass Trump allen erwähnten Nachrichtenformaten immer wieder Fake News unterstellt. Abgesehen von Fox News, da diese wenige bis keine negativen Berichte über den Präsidenten veröffentlichen.

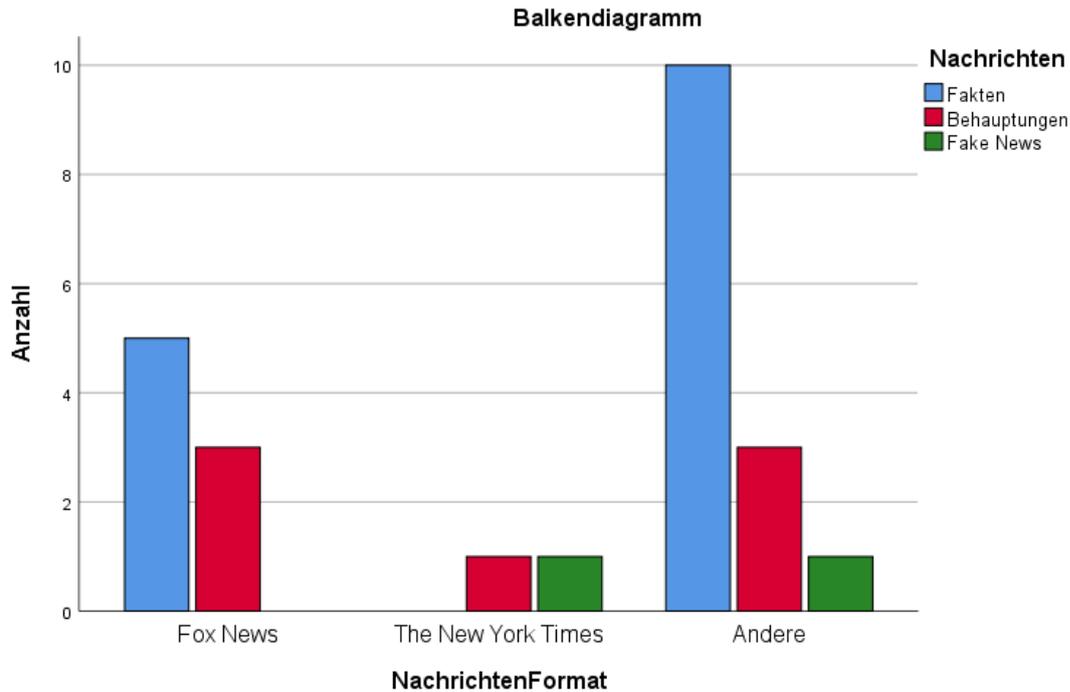


Abb. 7: Balkendiagramm zur Kreuztabelle der Nachrichtenformate in den Trump Tweets

4. Hypothese:

Wenn Trump etwas zitiert, dann fällt das Zitat positiv für ihn aus.

Zur Analyse werden nun die Tweets herausgefiltert, die ein Zitat enthalten. Es bleiben lediglich 6 Tweets erhalten. Im Anschluss werden die Häufigkeiten von Wortwahl und Wirkung/Klang überprüft.

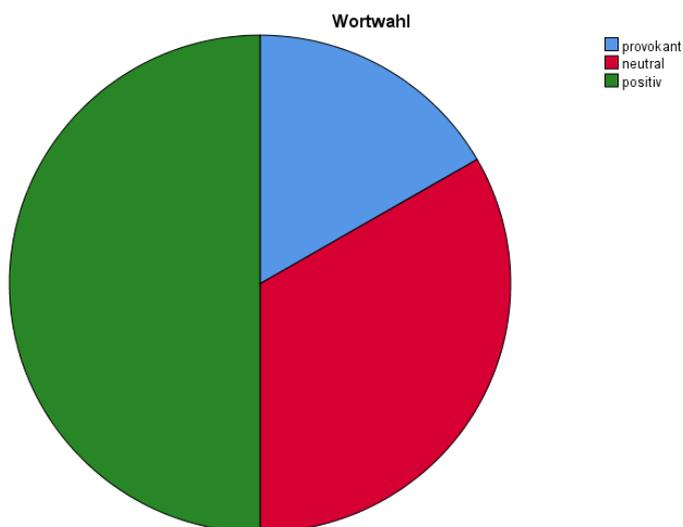


Abb. 8: Tortendiagramm zur Wortwahl der zitierten Tweets von Trump

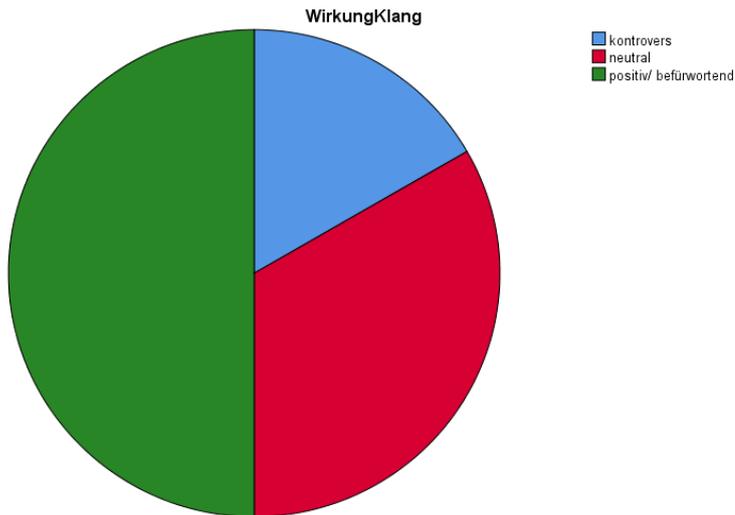


Abb. 9: Tortendiagramm zur Wirkung/Klang der zitierten Tweets von Trump

Die Betrachtung der Tortendiagramme beider Variablen verdeutlicht direkt, dass sowohl die Wortwahl als auch der Klang der Tweets mit Zitaten mit jeweils 50% positiv sind. Somit kann zu diesem Zeitpunkt die Hypothese bestätigt werden. Es wird jedoch empfohlen diese Hypothese in einem größeren Zeitraum erneut zu betrachten, da lediglich 6 Tweets analysiert werden konnten.

5. Hypothese:

Wenn Donald Trump sich bei Twitter kontrovers zu einem Thema geäußert hat, dann revidiert er ungeachtet der Reaktionen seine Meinung nicht.

Der Filter wird für diese Hypothese so gesetzt, dass nur die Tweets betrachtet werden, die einen kontroversen Klang haben. Durch diese Einschränkung bleiben 15 zu betrachtende Tweets.

ReaktionLeser * ReaktionAccount Kreuztabelle

Anzahl

		ReaktionAccount		Gesamt
		ignorieren	bestärken	
ReaktionLeser	negativ	12	2	14
	positiv	1	0	1
Gesamt		13	2	15

Abb. 10: Kreuztabelle zur Reaktion der Leser und der Kommentare der Trump Tweets

Anhand der Kreuztabelle wird ersichtlich, wie gleichgültig Trump auf die Kommentare seiner Leser reagiert. Nicht einmal wurde eine Aussage oder die dort verbreitete Einstellung revidiert. Ebenso spielt auch die Reaktion der Leser keinerlei Rolle, ob Trump reagiert oder nicht.

Folglich kann die fünfte Hypothese bestätigt werden.

6. Hypothese:

Wenn Donald Trump twittert, dann äußert er sich negativ oder provokant gegenüber bestimmten Gruppen.

Um diese Hypothese analysieren zu können, werden nur die Tweets betrachtet, die Gruppen enthalten. Somit fließen 21 Tweets in die Analyse hinein.

Wortwahl

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	negativ	1	4,8	4,8	4,8
	provokant	5	23,8	23,8	28,6
	neutral	3	14,3	14,3	42,9
	beschwichtigend	4	19,0	19,0	61,9
	positiv	8	38,1	38,1	100,0
	Gesamt	21	100,0	100,0	

Abb. 11: Häufigkeitstabelle zur Äußerung Trumps gegenüber bestimmter Gruppen

Selbst wenn bei der Wortwahl die Kategorien „negativ“ und „provokant“ zusammengenommen werden, liegt ihre prozentuale Häufigkeit mit 28,6% zwar über den Angaben von neutraler und beschwichtigender Wortwahl, jedoch mit circa 10% unterhalb der positiv verfassten Tweets.

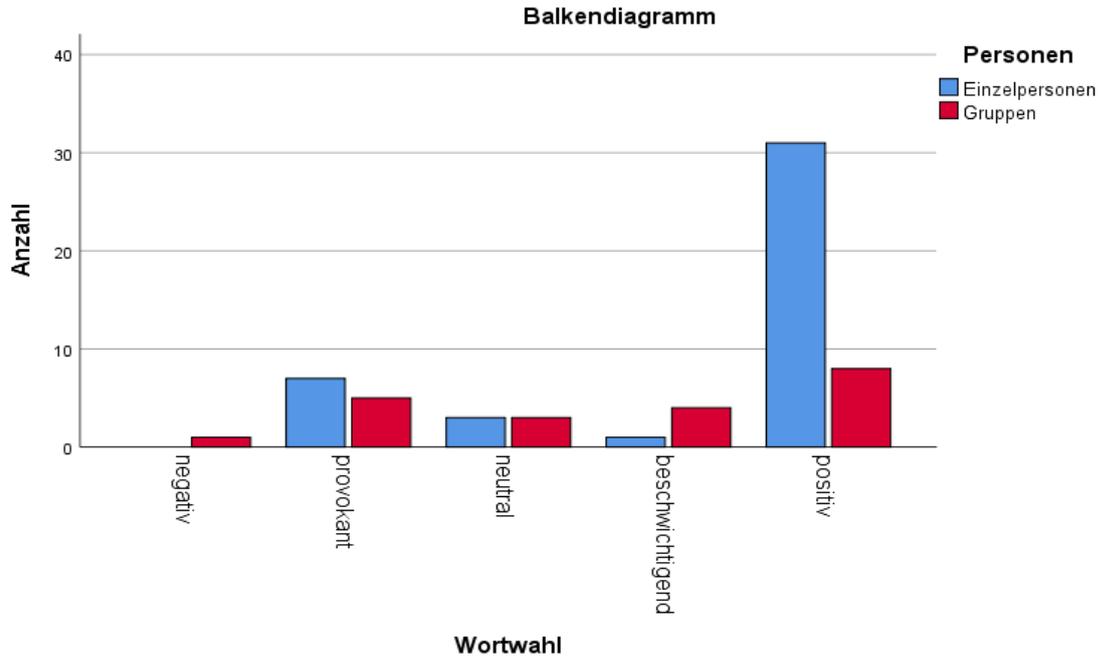


Abb. 12: Balkendiagramm zur Häufigkeitstabelle in Abbildung 11

Zu bedenken ist ebenso die geringe Häufigkeit von Tweets, in denen Trump überhaupt über Gruppen twittert (siehe oben). In der Konsequenz ist die genannte Hypothese vorläufig zu falsifizieren.

7. Hypothese:

Wenn Donald Trump über das eigene Land twittert, dann äußert er sich ausschließlich positiv.

Damit nur die Tweets betrachtet werden können, in denen sich Trump über das eigene Land äußert, wird ein Filter so gesetzt, dass lediglich die betrachtet werden, in denen die USA wörtlich genannt werden. Dementsprechend fallen 23 Tweets in die Betrachtung hinein.

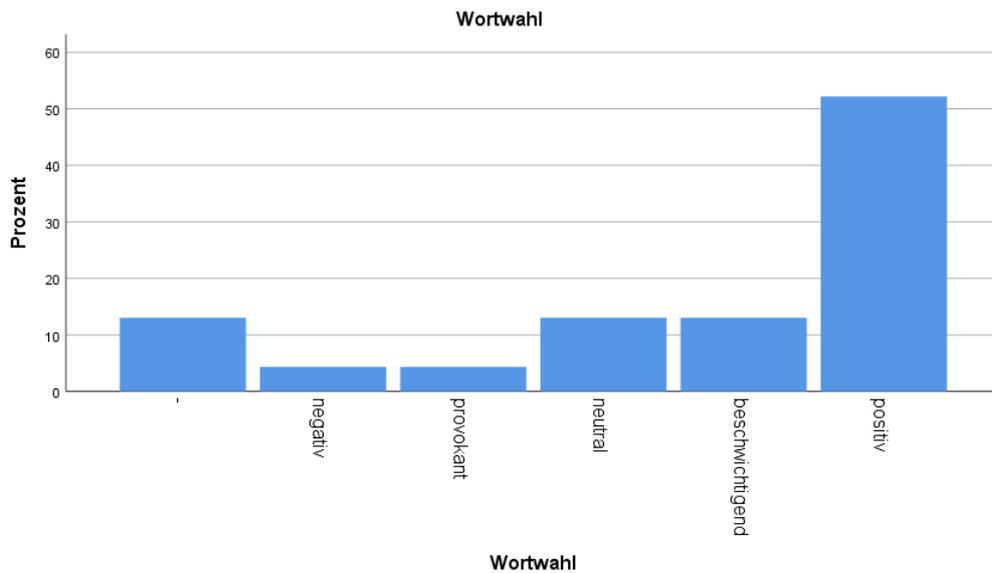


Abb. 13: Balkendiagramm zur genutzten Wortwahl in Tweets über die USA

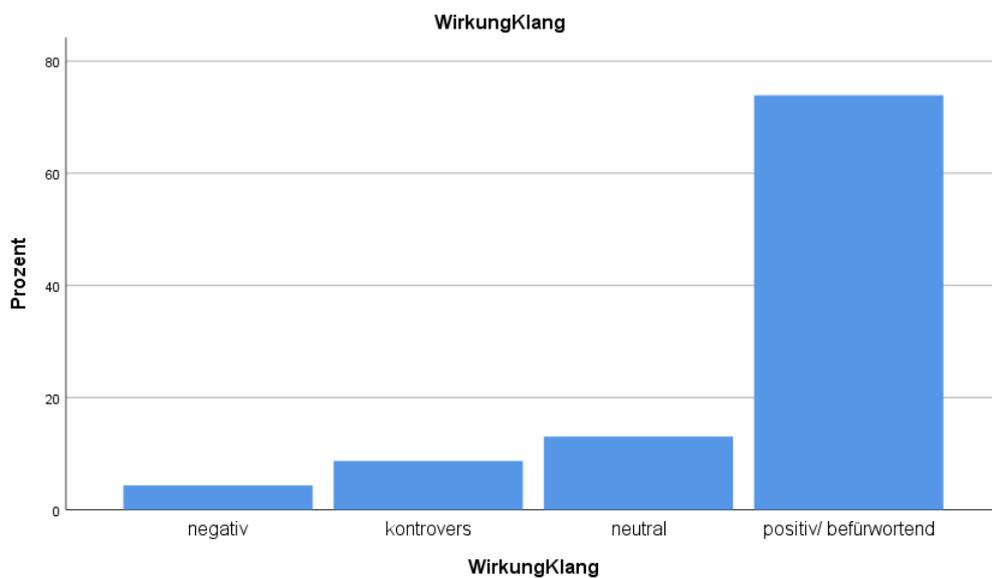


Abb. 14: Balkendiagramm zur Wirkung/Klang in den Tweets über die USA

In den beiden Balkendiagramme über die Verteilung der Wortwahl und der Wirkung/Klang ist direkt ersichtlich, dass zwar bei beidem „positiv“ die größte Häufigkeit aufweist, allerdings andere Kategorien auch Ausprägungen aufweisen. Da in der Hypothese von „ausschließlich“ die Rede ist, kann diese vorläufig falsifiziert werden.

Zusatz:

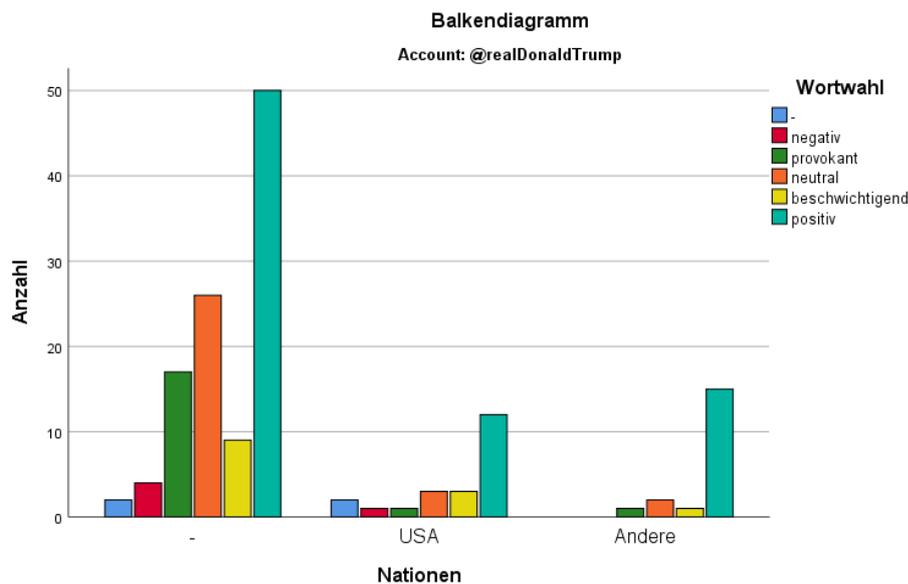


Abb. 15: Kreuzdiagramm zur Wortwahl in den Tweets in Bezug auf andere Nationen

Interessant an diesem Kreuzdiagramm ist, dass andere Nationen noch häufiger mit einer positiven Formulierung in Trumps Tweets vorkommen, als die USA selbst.

8. Hypothese:

Wenn Donald Trump andere Nationen oder deren Regierungsmitarbeiter und Einwohner erwähnt, äußert er sich überwiegend negativ.

Es werden nur Tweets betrachtet, in denen Trump andere Nationen oder Regierungsmitarbeiter andere Länder erwähnt. Dadurch sind 19 Tweets innerhalb dieser Analyse zu beurteilen.

Wortwahl

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	provokant	1	5,3	5,3	5,3
	neutral	2	10,5	10,5	15,8
	beschwichtigend	1	5,3	5,3	21,1
	positiv	15	78,9	78,9	100,0
	Gesamt	19	100,0	100,0	

Abb. 16: Häufigkeitstabelle zur Wortwahl bei Erwähnungen anderer Nationen oder Regierungsmitarbeitern

WirkungKlang

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	kontrovers	2	10,5	10,5	10,5
	neutral	1	5,3	5,3	15,8
	positiv/ befürwortend	16	84,2	84,2	100,0
	Gesamt	19	100,0	100,0	

Abb. 17: Häufigkeitstabelle zur Wirkung/Klang bei Erwähnungen anderer Nationen oder Regierungsmitarbeitern

Sowohl die Häufigkeitstabelle über der Variablen „Wortwahl“ und „Wirkung/Klang“ zeigen, dass die Tweets am häufigsten eine positive Formulierung aufweisen. Bei der Wortwahl beträgt die Prozentzahl 78,9% und bei „Wirkung/Klang“ sogar 84,2%. Die nächste Prozentangabe liegt jeweils nur bei 10,5%.

Wortwahl * Nationen Kreuztabelle^a

Anzahl

		Nationen			
		-	USA	Andere	Gesamt
Wortwahl	-	2	2	0	4
	negativ	4	1	0	5
	provokant	17	1	1	19
	neutral	26	3	2	31
	beschwichtigend	9	3	1	13
	positiv	50	12	15	77
Gesamt		108	22	19	149

a. Account = @realDonaldTrump

Wortwahl * Regierungsmitarbeiter Kreuztabelle^a

Anzahl

		Regierungsmitarbeiter			
		Republikaner	Demokraten	Anderer Nationen	Gesamt
-					
3		1	0	0	4
5		0	0	0	5
6		9	4	0	19
27		3	1	0	31
11		1	0	1	13
56		16	0	4	76
108		30	5	5	148

a. Account = @realDonaldTrump

Abb. 18: Kreuztabelle zur Wortwahl und den erwähnten Nationen in den Trump Tweets

Bestärkt wird dies durch die jeweiligen Kreuztabellen. Die Anzahl der positiv verfassten Tweets sind auch hier die höchsten und die negativ verfassten machen lediglich einen Wert von jeweils 5 aus.

Somit wird deutlich, dass Trump nicht überwiegend negativ, sondern gegensätzlich formulierte Texte twittert. Damit ist die Hypothese falsifiziert.

9. Hypothese:

Wenn Donald Trump Bilder von sich selbst postet, dann zeigt er sich nur in seiner Machtposition als Präsident der Vereinigten Staaten.

Für diese Hypothese werden die 19 Tweets betrachtet, in denen Trump ein Bild von sich selbst gepostet hat.

WirkungBildVideo

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	mächtig	18	94,7	94,7	94,7
	menschlich/ nahbar	1	5,3	5,3	100,0
	Gesamt	19	100,0	100,0	

Abb. 19: Häufigkeitstabelle über die Wirkung von Bild- oder Videoinhalten der Tweets von Trump

Ein Blick auf die Häufigkeitstabelle in Bezug auf die Wirkung des verwendeten Bildes oder Videos macht direkt deutlich, dass mit 94,7% „mächtig“ die stärkste Ausprägung ist. Da eine weitere Ausprägung zu finden ist, muss die Hypothese falsifiziert werden, da Trump sich nicht ausschließlich in seiner Machtposition zeigt.

Zu beachten ist hier, dass die Bilder, die ihn als menschlich zeigen sollten, der Imagepflege dienen und nicht im direkten Bezug zur Politik stehen. Somit bedarf es der Überlegung, diese außer Acht zu lassen und folglich diese Hypothese vorläufig zu bestätigen.

10. Hypothese:

Wenn Donald Trump retweetet, dann größtenteils von offiziellen Accounts und Befürwortern seiner Regierung.

Um diese Hypothese analysieren zu können, werden alle Retweets von Trump herausgefiltert. Damit bleiben 41 zu betrachtende Tweets für die anschließende Häufigkeitstabelle.

		Rtvon			
		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	@realDonaldTrump	2	4,9	4,9	4,9
	@WhiteHouse	5	12,2	12,2	17,1
	Familienmitglieder	7	17,1	17,1	34,1
	Politiker	3	7,3	7,3	41,5
	Offizielle Accounts	22	53,7	53,7	95,1
	Privatpersonen	2	4,9	4,9	100,0
	Gesamt	41	100,0	100,0	

Abb. 20: Häufigkeitstabelle der Retweets durch Trump

Mit 53,7% ist der höchste Ausschlag bei den „Offiziellen Accounts“ zu finden und die nächst höchste Zahl befindet sich mit 17,1% bei den „Familienmitgliedern“.

Folglich ist die 10. Hypothese zu bestätigen.

11. Hypothese:

Wenn Donald Trump twittert, dann enthält der Tweet ein Video oder ein Foto.

Bei dieser Hypothese wird keine Einschränkung vorgenommen und alle 150 Tweets werden analysiert.

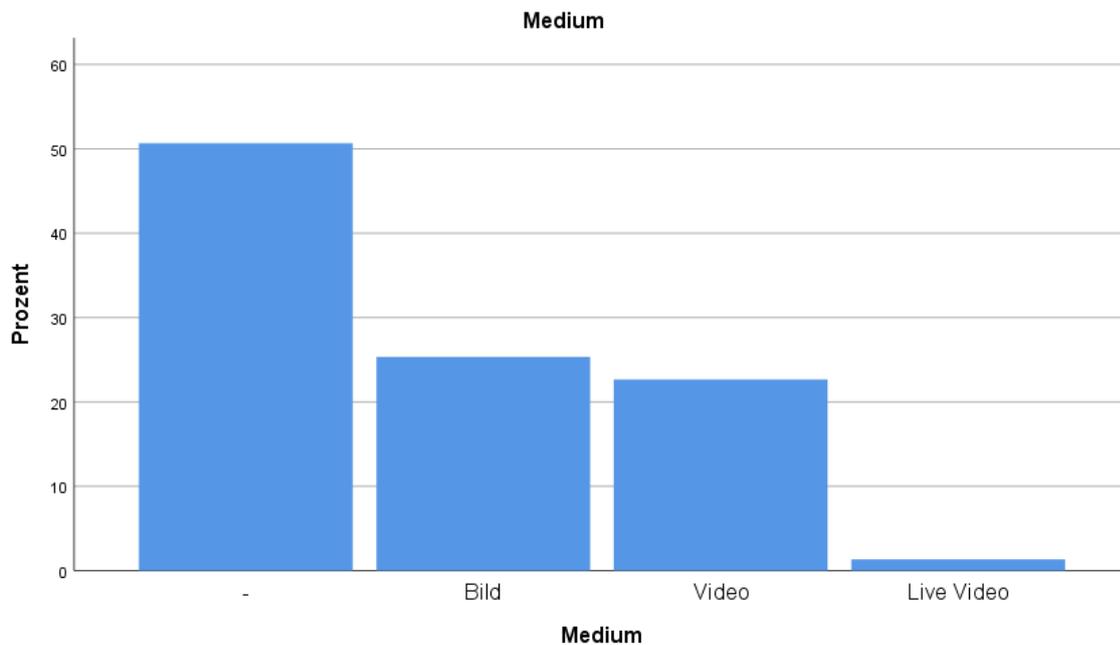


Abb. 21: Säulendiagramm zum medialen Inhalt der Trump Tweets

Das Säulendiagramm veranschaulicht gut, dass bei etwas über 50% der Tweets von Trump weder ein Bild, noch ein Video zu finden ist. Allerdings wird gleichzeitig gezeigt, dass in etwas weniger als der Hälfte ein Video oder Bild zu finden ist.

Da die Hypothese von allen Tweets spricht, so ist diese zu falsifizieren.

12. Hypothese:

Wenn Donald Trump twittert, benutzt er Versalien, um Schlagworte hervorzuheben.

Auch hier wird kein Filter verwendet, um die Tweets in irgendeiner Form einzuschränken, somit bleiben 150 Tweets.

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	-	18	12,0	12,0	12,0
	Normal	97	64,7	64,7	76,7
	Caps- Lock	35	23,3	23,3	100,0
	Gesamt	150	100,0	100,0	

Abb. 22: Häufigkeitstabelle zur Formatierung der Trump Tweets

Mit 35 von 150 Tweets nutzt Trump immer mal wieder Versalien, um bestimmten Wörtern mehr Kraft zu verleihen. Da dies nur 23,3% ausmacht, bewerten wir diese Hypothese als nicht bestätigt, da Trump am häufigsten (64,7%) mit einer normalen Schrift twittert.

13. Hypothese:

Wenn Donald Trump einen Tweet postet, dann benutzt er keine Hashtags.

Ebenso werden auch hier alle 150 Tweets von Trump in die Analyse mit einbezogen.

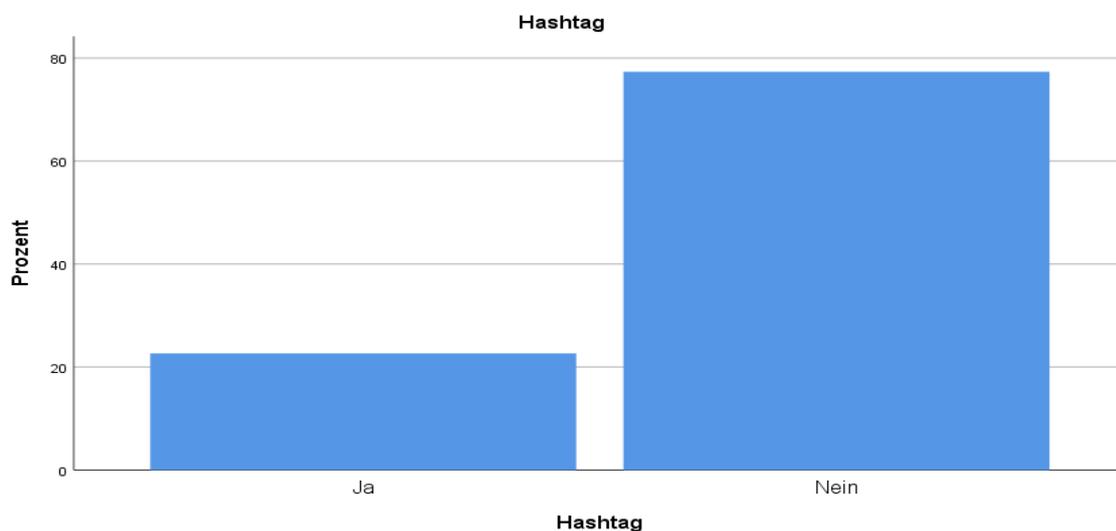


Abb. 23: Säulendiagramm zur Nutzung von Hashtags in den Tweets von Trump

Aufgrund des Säulendiagramms wird auf den ersten Blick deutlich, dass Trump zwar mit knapp 80% seiner Tweets keine Hashtags twittert, allerdings sind in 34 Tweets Hashtags zu finden. Damit kann die Hypothese falsifiziert werden.

5.2. Die Hypothesen zu den Tweets des Weißen Haus

1. Wenn das Weiße Haus einen Tweet anlegt, benutzt es neutrale Formulierungen.
2. Wenn das Weiße Haus etwas retweetet, dann von Donald Trump, Regierungsangehörigen, deren Familienmitgliedern und offiziellen Accounts.

3. Wenn sich das Weiße Haus zu provokanten Tweets von Donald Trump äußert, versucht es sie zu beschwichtigen.
4. Wenn das Weiße Haus twittert, dann fungiert es als Berichterstatter der Regierung.
5. Wenn das Weiße Haus Bilder oder Videos twittert, dann werden offizielle Anlässe gezeigt.
6. Wenn das Weiße Haus twittert, dann benutzen sie elaborierte Sprache.
7. Wenn das Weiße Haus twittert, bezieht es auf seriöse Quellen und Fakten.
8. Wenn das Weiße Haus twittert, dann enthält der Tweet ein Video oder ein Foto.
9. Wenn das Weiße Haus twittert, dann verwendet es Hashtags.
10. Wenn das Weiße Haus twittert, dann bindet es Links zu der eigenen Internetseite ein.
11. Wenn das Weiße Haus twittert, dann erwähnt es häufig Donald Trumps Familienmitglieder.

5.2.1. Die Untersuchung der Tweets des Weißen Haus

Hypothese 1

Wenn das Weiße Haus einen Tweet anlegt, benutzt es neutrale Formulierungen.

Das Weiße Haus verwendet verschiedene Formulierungen in seinen Tweets, die nicht immer nur neutral sind. Dementsprechend können wir unsere Hypothese teilweise widerlegen und somit nicht bestätigen. Zwar wird in 36,7% der direkten Tweets eine neutrale Wortwahl verwendet, demzufolge wird aber in weit über der Hälfte der direkten Tweets ein anderer Tonfall angeschlagen. So werden häufig positiv formulierte Tweets verfasst, in unserem Untersuchungszeitraum waren es 55,96%. Zudem gibt es sogar in 5,5% der Fälle provokante Tweets.

Tweet * Wortwahl Kreuztabelle

Anzahl

		Wortwahl					Gesamt
		-	provokant	neutral	beschwichtigend	positiv	
Tweet	Direkter Tweet	1	6	40	1	61	109
Gesamt		1	6	40	1	61	109

Abb. 24: Kreuztabelle zur Wortwahl der Tweets des Weißen Haus

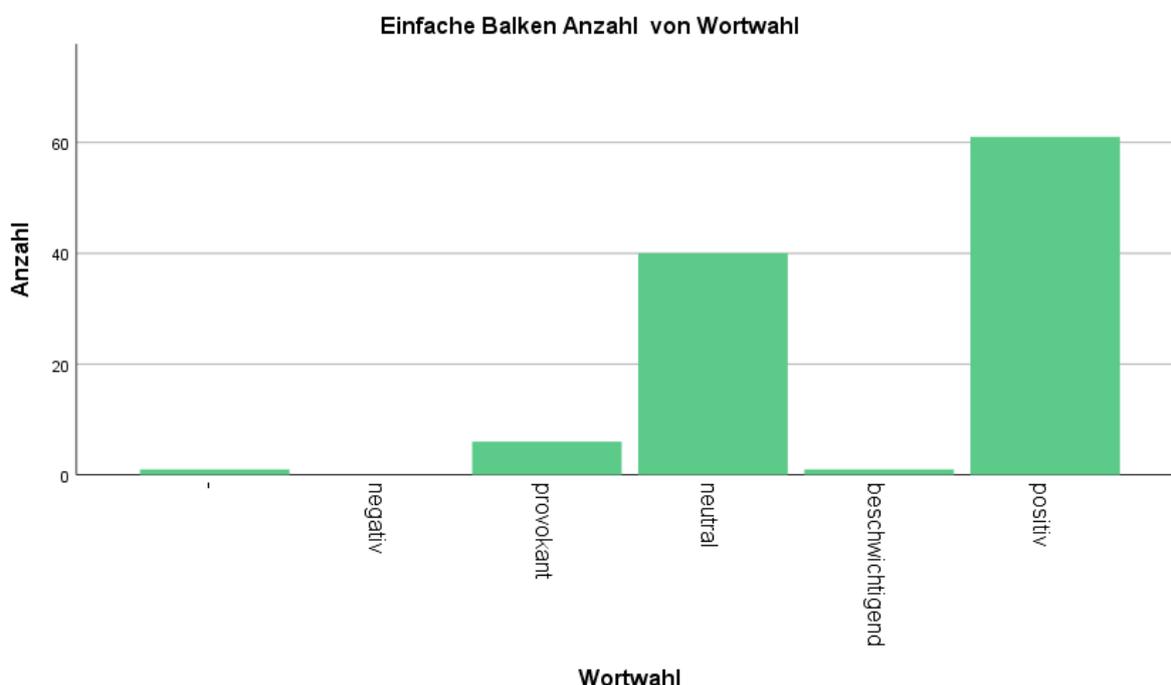


Abb. 25: Balkendiagramm zur Anzahl der Wortwahl in den Tweets des Weißen Haus

Nimmt man die direkten Retweets in diese Untersuchung mit auf, dann zeichnet sich ein ähnliches Bild ab. Auch hier haben die Tweets eine positive Formulierung. Auffällig ist, dass der Anteil der neutral verfassten Tweets auf 46% angestiegen ist. Insgesamt gibt es von unseren 174 Tweets 80 neutrale, die Hälfte davon sind aber Retweets! Folglich kann gesagt werden, dass die Tweets des Weißen Hauses zumeist eine neutrale oder positive Wortwahl enthalten. Es ist trotzdem auffällig, dass der Account @WhiteHouse nicht ungewöhnlich viele neutrale Formulierungen verwendet, da nicht einmal die Hälfte der Tweets auf diese Weise verfasst wurden.

Hypothese 2

Wenn das Weiße Haus etwas retweetet, dann von Donald Trump, Regierungsangehörigen, deren Familienmitgliedern und offiziellen Accounts.

Das Weiße Haus hat innerhalb unseres Untersuchungszeitraumes 65 Retweets veröffentlicht, was einen Gesamtanteil von 37,4% aller Tweets ausmacht. Davon sind die meisten, nämlich 20, Retweets von offiziellen Accounts. Auch Donald Trump wurde in 19 Fällen retweetet. Weiterhin wurden Trumps Familienmitglieder und Politiker aufgeführt. Lediglich ein einziger Retweet stammt von einer öffentlichen Person.

		Tweet		Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
		Häufigkeit	Prozent		
Gültig	Direkter Tweet	109	62,6	62,6	62,6
	Direkter Retweet	65	37,4	37,4	100,0
	Gesamt	174	100,0	100,0	

Abb. 26: Häufigkeitstabelle zu den Retweets des Weißen Haus Accounts

		Tweet * RTvon Kreuztabelle					
Anzahl		Rtvon					
		@realDonaldTrump	Familienmit glieder	Politiker	Offizielle Accounts	Öffentliche Personen	Gesamt
Tweet	Direkter Retweet	19	16	9	20	1	65
Gesamt		19	16	9	20	1	65

Abb. 27: Kreuztabelle zu den Retweets des Weißen Haus Account

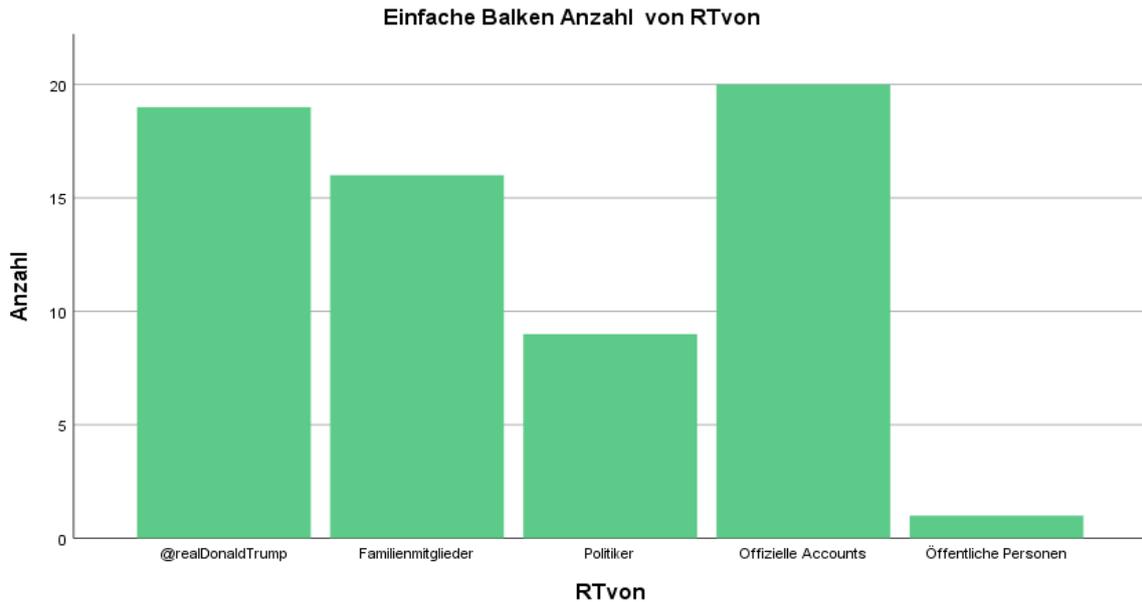


Abb. 28: Balkendiagramm zu der Anzahl der Retweets des Weißen Haus Accounts

Die Hypothese lässt sich vorläufig bestätigen, da in allen Fällen (abgesehen von einem Retweet) die in der Hypothese aufgeführten Accounts retweetet werden.

Hypothese 3

Wenn sich das Weiße Haus zu provokanten Tweets von Donald Trump äußert, versucht es sie zu beschwichtigen.

Während unseres gesamten Analysezeitraums hat der Account @WhiteHouse keinen einzigen Tweet oder Retweet von Donald Trump kommentiert, geschweige denn beschwichtigt. Es hat lediglich unkommentierte Retweets veröffentlicht.

Tweet * ReaktionAccount Kreuztabelle

Anzahl

		ReaktionAccount			Gesamt
		revidieren	ignorieren	bestärken	
Tweet	Direkter Tweet	0	107	0	107
	Direkter Retweet	1	63	1	65
Gesamt		1	170	1	172

Abb. 29: Kreuztabelle zur Reaktion auf provokante Tweets von Trump durch das Weiße Haus

Dieses Bild zeigt sich auch, wenn man die generelle Ausdrucksweise auf dem Account untersucht. Hier wurde nämlich überwiegend (in 83% der Tweets) auf eine positive oder neutrale Wortwahl zurückgegriffen, während provokante und beschwichtigende Töne selten angeschlagen wurden. In 174 Tweets kam es lediglich drei Mal zu einer beschwichtigenden Wortwahl.

		Wortwahl			
		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	-	1	,6	,6	,6
	provokant	7	4,0	4,0	4,6
	neutral	80	46,0	46,0	50,6
	beschwichtigend	3	1,7	1,7	52,3
	positiv	83	47,7	47,7	100,0
	Gesamt	174	100,0	100,0	

Abb. 30: Häufigkeitstabelle zur genutzten Wortwahl in den Tweets des Weißen Haus

Demzufolge beschwichtigt der Account Donald Trumps provokante, negative oder positive Tweets nicht. Unsere Hypothese wurde wiederlegt.

Hypothese 4

Wenn das Weiße Haus twittert, dann fungiert es als Berichterstatter der Regierung.

Der Account @WhiteHouse hat 109 direkte Tweets veröffentlicht. Darunter allerdings nur 38, die tatsächlich eine Nachricht im Sinne des Codebuchs enthalten, d.h. Nachrichten, die aus einer externen Quelle stammen.

Auffällig ist, dass es keine Ausprägung des Merkmals „Fake News“ gibt. Demzufolge veröffentlichte das Weiße Haus in der Stichprobe tatsächlich nur Fakten, also tatsächlich nachprüfbar korrektes Nachrichtenmaterial oder Behauptungen, die weder belegbar, noch zu widerlegen sind. Folglich kann hier in jedem Fall von einem Wahrheitsgehalt der Tweets und deren Nachrichtenausgangenen werden, was von einem offiziellen Account der Regierung zu erwarten ist.

Zudem wird auch nur drei Mal auf den von uns als überwiegend unglaubwürdig eingestuften Sender Fox News Bezug genommen, ein weiteres Indiz für die

Glaubwürdigkeit des Accounts. Diese Glaubwürdigkeit geht mit einem Account einher, der als offizieller Berichterstatter der Regierung fungieren soll.

Tweet * Nachrichten Kreuztabelle

		Nachrichten		Gesamt	
		-	Fakten		Behauptungen
Tweet Direkter Tweet		71	29	9	109
Gesamt		71	29	9	109

Abb. 31: Kreuztabelle zur Berichterstattung durch das Weiße Haus über Twitter

Nachrichten * NachrichtenFormat Kreuztabelle

		NachrichtenFormat			Gesamt	
		-	Fox News	The New York Times		Andere
Nachrichten -		66	1	1	3	71
Fakten		15	1	0	13	29
Behauptungen		4	1	0	4	9
Gesamt		85	3	1	20	109

Abb. 32: Kreuztabelle zu den Nachrichtenformaten der Tweets des Weißen Haus

Zudem ist es wichtig, auf den Inhalt der Tweets zu schauen. Der Account veröffentlichte insgesamt 126 Tweets mit offiziellem Inhalt – also Inhalten, die gewöhnlich in einer Berichterstattung vorkommen. Diese Tweets machen einen Anteil von 72,4% aus. Nimmt man nun noch die Tweets mit politisch subjektiven Inhalten dazu, haben mehr als dreiviertel der Tweets einen berichterstattungstypischen Inhalt. Man könnte hier argumentieren, dass Berichterstattung neutral sein muss, allerdings gibt es einige gute Argumente, wieso dem nicht so ist. Viele Zeitungen haben eine politische Richtung, sind z.B. eher konservativ oder liberal. Es werden zudem subjektive Artikel wie Kommentare oder Kolumnen veröffentlicht. Demzufolge deuten diese Themenbereiche auf eine Berichterstattungsfunktion des Twitteraccounts des Weißen Hauses hin.

	Inhalt des Beitrags			
	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
politisch/ subjektiv	11	6,3	6,3	6,3
politisch/ offiziell	88	50,6	50,6	56,9
nicht politisch/ offiziell	38	21,8	21,8	78,7
Imagepflege	37	21,3	21,3	100,0

Abb. 33: Häufigkeitstabelle zu den Inhalten der Tweets des Weißen Haus

In den heutigen Medien wird zudem sogar häufig über „Imagepflege“ berichtet, sodass man diesen Teil der Tweets nicht einmal vollständig aus der Berichterstattung herausnehmen kann. Es ist davon auszugehen, dass ein Teil dieser Tweets ebenfalls einen Nachrichtenwert hat, weil die behandelten Themen von einem öffentlichen Interesse sind.

Schlussendlich lässt sich also sagen, dass es viele gute Gründe gibt, die für eine vorläufige Bestätigung dieser Hypothese sprechen. Anhand unserer Untersuchung weist der Account viele berichterstattungstypische Merkmale auf. Dennoch wurde hier unter anderem nicht untersucht, ob bestimmte Tweets von einem allgemeinen Interesse für die Bürger sind und auch andere Eigenschaften, die für die Berichterstattung typisch sind, wurden nicht untersucht. Die Hypothese lässt sich hier also nur vage und vorläufig bejahen.

Hypothese 5

Wenn das Weiße Haus Bilder oder Videos twittert, dann werden offizielle Anlässe gezeigt.

Die Tweets des Weißen Hauses enthalten in 106 Fällen ein Medium (Bild, Video oder Live Video). Um die Hypothese untersuchen zu können, muss man sich die Ausprägungen der Variablen „politisch / offiziell“ und „nicht politisch / offiziell“ anschauen. In 78 Tweets, die ein Medium enthalten, werden politisch und nicht politisch offizielle Anlässe gezeigt. Das macht einen Anteil von 73,6% aus.

Medium * Inhalt des Beitrags Kreuztabelle

Anzahl

		Inhalt des Beitrags			Imagepflege	Gesamt
		politisch/ subjektiv	politisch/ offiziell	nicht politisch/ offiziell		
Medium -		0	3	0	0	3
	Bild	8	46	7	12	73
	Video	1	24	1	7	33
	Gesamt	9	73	8	19	109

Abb. 34: Kreuztabelle zu den genutzten Medien und den Inhalten der Tweets des Weißen Haus

Medium * Wirkung Bild Video Kreuztabelle

Anzahl

		Wirkung Bild Video			Gesamt	
		-	mächtig	neutral		menschlich/ nahbar
Medium -		2	1	0	0	3
	Bild	0	15	47	11	73
	Video	0	17	6	10	33
	Gesamt	2	33	53	21	109

Abb. 35: Kreuztabelle zur Wirkung der genutzten Medien in den Tweets des Weißen Haus

Demnach ist nur in etwas mehr als ein Viertel der Tweets etwas nicht Offizielles zu sehen. Unsere Hypothese lässt sich teilweise vorläufig bestätigen.

Hypothese 6

Wenn das Weiße Haus twittert, dann benutzen sie elaborierte Sprache.

In dieser Hypothese gehen wir nur auf die direkten Tweets des Weißen Hauses ein, um die Sprache des Accounts an sich zu untersuchen. Die Retweets werden also hier nicht berücksichtigt. Demzufolge haben wir 109 Tweets, die direkt vom Weißen Haus verfasst wurden, untersucht.

Die Ausdrucksweise ist in den meisten Tweets, nämlich in 78,9%, sachlich. Nur 13,8% der Tweets sind in elaborierter Sprache verfasst. Es gibt aber sogar restringierte Sprache in einigen wenigen Fällen.

Tweet * Sprache Kreuztabelle

	Sprache			Gesamt	
	-	restringiert	sachlich		elaboriert
Tweet Direkter Tweet	1	7	86	15	109
Gesamt	1	7	86	15	109

Abb. 36: Kreuztabelle zur genutzten Sprache in den Tweets des Weißen Haus

Unsere Hypothese lässt sich vorläufig falsifizieren. Das Weiße Haus schreibt also eher in einer verständlichen, alltäglichen Sprache und nicht wie zunächst vermutet hochgestochen und kompliziert.

Hypothese 7

Wenn das Weiße Haus twittert, bezieht es sich auf seriöse Quellen und Fakten.

Im Rahmen dieser Hypothese wurde ausschließlich der Bezug auf externe Quellen untersucht. Demzufolge wurde der Wahrheitsgehalt der Tweets des Weißen Haus, die keinen Zusammenhang zu externen Nachrichtenformaten haben, nicht berücksichtigt. Diesen Bezug auf externe Medien gibt es aber in unserer Stichprobe nur 19 Mal.

Wie bereits bei Hypothese 4 ausführlich erläutert wurde, tauchen Fake News in unserer Stichprobe nicht auf. Somit sind alle Nachrichten in Tweets wenigstens nicht zu widerlegen, meist aber sogar zu bestätigen.

Es ist zudem aufgrund der Analyse ersichtlich, dass in nur drei Fällen Bezug auf den in unserer Arbeit als zumeist „unseriös“ erachteten Sender Fox News genommen. Das seriöse Medium „The New York Times“ wurde sogar nur einmal erwähnt. Alle anderen Nachrichtenmeldungen beziehen sich auf andere Medien, die vorher nicht genauer definiert wurden.

Nachrichten * NachrichtenFormat Kreuztabelle

Anzahl

		NachrichtenFormat				Gesamt
		-	Fox News	The New York Times	Andere	
Nachrichten	-	66	1	1	3	71
	Fakten	15	1	0	13	29
	Behauptungen	4	1	0	4	9
Gesamt		85	3	1	20	109

Abb. 37: Kreuztabelle zu den Nachrichteformaten in Bezug auf die genutzten Quellen des Weißen Haus

Da diese anderen Medien nun weder als unseriös, noch als seriös bewertet wurden, kann hier keine endgültige Aussage darüber gemacht werden, ob das Weiße Haus überwiegend auf seriöse Quellen zurückgreift. Es wurde aber aufgezeigt, dass nur Fakten und Behauptungen auf dem Account auftauchen und keine definitiv falschen Nachrichten.

Die Hypothese kann also im Rahmen dieser Analyse nicht vollständig aufgeklärt werden.

Hypothese 8:

Wenn das Weiße Haus twittert, dann enthält der Tweet ein Video oder ein Foto.

Betrachtet werden 109 Direkte Tweets des Weißen Hauses, von denen insgesamt 106 Tweets entweder ein Bild oder ein Video enthalten. Das entspricht einem Anteil von 97,3 %. Live Videos wurden nur durch Retweets eingebunden, das Weiße Haus hat also selbst keine produziert. Demzufolge enthalten weniger als 3% der besagten Tweets keine Medien.

		Medium			
		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	-	3	2,8	2,8	2,8
	Bild	73	67,0	67,0	69,7
	Video	33	30,3	30,3	100,0
Gesamt		109	100,0	100,0	

Abb. 38: Häufigkeitstabelle zu den genutzten Medien in den Tweets des Weißen Haus

Tweet * Medium Kreuztabelle

Anzahl

		Medium			Gesamt
		-	Bild	Video	
Tweet	Direkter Tweet	3	73	33	109
Gesamt		3	73	33	109

Abb. 39: Kreuztabelle zu den genutzten Medien in den Tweets des Weißen Haus

Unsere Hypothese lässt sich vorläufig bestätigen.

Hypothese 9

Wenn das Weiße Haus twittert, dann verwendet es Hashtags.

Das Weiße Haus verwendet so gut wie nie Hashtags beim twittern. Untersucht man die 109 direkten Tweets, dann wurde nur in 2 Fällen ein Hashtag benutzt. Demnach gibt es 107 Tweets ohne Hashtags.

Tweet * Hashtag Kreuztabelle

Anzahl

		Hashtag		Gesamt
		Ja	Nein	
Tweet	Direkter Tweet	2	107	109
Gesamt		2	107	109

Abb. 40: Kreuztabelle zu den genutzten Hashtags in den Tweets des Weißen Haus

		Hashtag		Gültige Prozenze	Kumulierte Prozenze
		Häufigkeit	Prozent		
Gültig	Ja	2	1,8	1,8	1,8
	Nein	107	98,2	98,2	100,0
	Gesamt	109	100,0	100,0	

Abb. 41: Häufigkeitstabelle zu den genutzten Hashtags in den Tweets des Weißen Haus

Die Hypothese lässt sich vorläufig falsifizieren.

Hypothese 10

Wenn das Weiße Haus twittert, dann bindet es Links zu der eigenen Internetseite ein.

Mit dem vom uns angelegten Codebuch kann nicht nachvollzogen werden, welche Links das Weiße Haus genutzt hat oder wie häufig es auf die eigene Internetseite verweist. Es fehlen die notwendigen Unterkategorien. Es konnte lediglich ausgewählt werden, auf welches Nachrichtenformat („Fox News“, „New York Times“ oder „Andere“) sich der Tweet bezieht. Zur genauen Überprüfung der Hypothese hätte eine weitere Unterkategorie, die den Verweis auf die eigene Internetseite beinhaltet, hinzugefügt werden müssen.

Hypothese 11

Wenn das Weiße Haus twittert, dann erwähnt es häufig Donald Trumps Familienmitglieder.

Um diese Hypothese untersuchen zu können, werden entsprechende Kategorien, Variablen und Indikatoren benötigt, bei denen ausgewählt werden kann, wen das Weiße Haus in seinen Tweets erwähnt. Diese fehlen hier, weshalb die Hypothese zu diesem Zeitpunkt nicht geprüft werden kann. Die Auswahlmöglichkeiten, in denen die Unterkategorie „Familienmitglieder“ vorkommen, sind nicht aussagekräftig genug, sondern lediglich Indikatoren dafür, dass Donald Trumps Familienangehörige überhaupt vom Weißen Haus in einer Form erwähnt werden. Wie häufig dies geschieht, ist in unserer Codieranweisung nicht ersichtlich.

5.3. Der Vergleich der Analysen

Bei der Betrachtung der Analyse beider Accounts, fällt bei der verwendeten Sprache auf, dass entgegen der Vorstellung, sich weder Trump nur provokant, noch das Weiße Haus lediglich neutral äußert. Wider Erwarten liegt in Trumps Fall bei 52% der Tweets eine sachliche Sprache vor, was mehr ist als die vermutete restringierte Sprache, die allein 45% ausmacht. Des Weiteren ist erkenntlich geworden, dass Trump nur in circa ein Viertel der Tweets Caps-Lock verwendet. Auch die Hypothese über die verwendete Sprache beim Weißen Haus muss falsifiziert werden, da es sich nicht wie

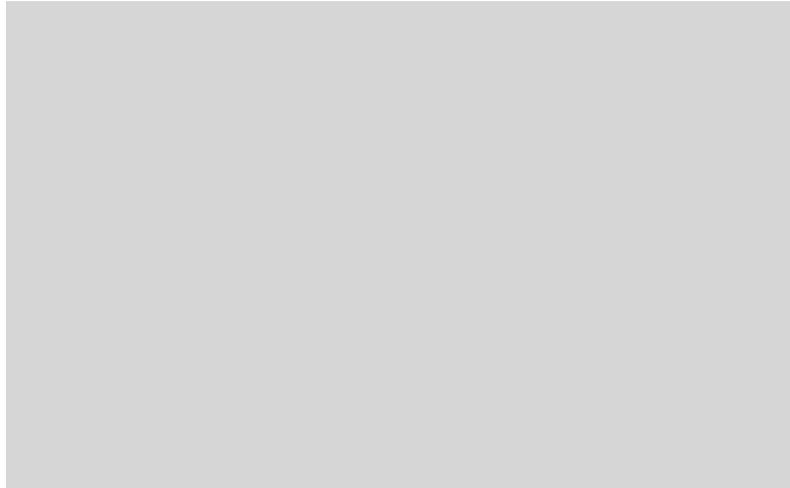
vermutet einer elaborierten, sondern eher einer alltäglichen Sprache bedient. Ebenfalls hinzuzufügen ist, dass Trump am häufigsten einen positiven Klang in seinen Tweets verwendet. Somit ist im Hinblick auf die verwendete Sprache bei beiden Accounts zu sagen, dass sie nicht den Erwartungen entsprechen.

Mit dem Hinzuziehen der von uns in MAXQDA erstellten Wortwolken hinsichtlich der Sprache und der Wortwahl, zeichnet sich hier ein ähnliches Bild ab. Wird die Wortwolke zu Donald Trump betrachtet, ist neben den irrelevanten Wörtern wie „https“, das lediglich abgebildet ist, weil Trump oft externe Links in seine Tweets einbindet, erkennbar, dass er sich tatsächlich kaum provokant oder missbilligend in seinen Tweets äußert. Ein Beweis dafür, dass er seine Beiträge in einer dagegen meist positiven Sprache verfasst, liefern die Wörter „great“, „wonderful“, „beautiful“, „good“ und „together“, die er ungefähr gleich häufig benutzt. Darüber hinaus kann widerlegt werden, dass er seine Tweets in ausschließlich restringierter Sprache verfasst, da keins der abgebildeten Wörter einen Hinweis darauf liefert. Ein weiterer Blick in die Wortwolke zeigt, dass Trump keinerlei Begriffe benutzt, die unbedingt auf eine begrenzte und umgangssprachliche Ausdrucksweise hindeuten. Zudem ist in der Abbildung kein Wort in Caps-Lock zu finden, was ebenso unseren Analyseergebnissen entspricht.



Bei der Betrachtung der Wortwolke des Weißen Hauses in Hinblick auf die verwendete Wortwahl und auf die Sprache, lässt sich bestätigen, dass sich das Weiße Haus eher der sachlichen und neutralen, als der elaborierten Sprache bedient. Die Abbildung

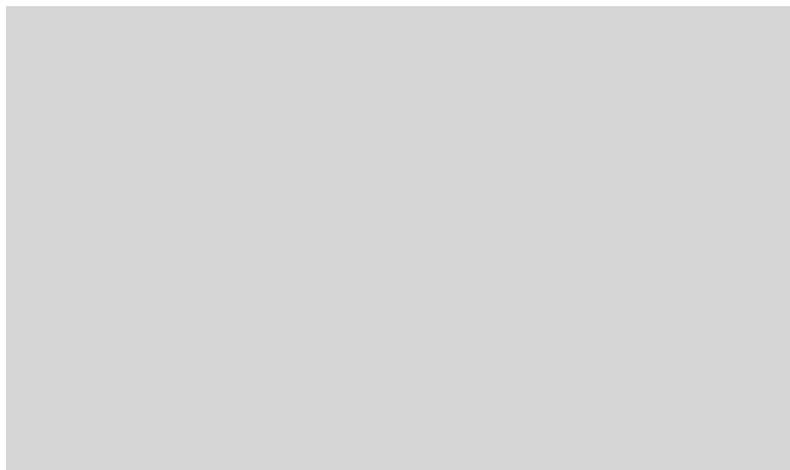
zeigt, dass keine besonders komplizierten oder bildungssprachlichen Wörter benutzt wurden, die auf gehoben formulierte Tweets hindeuten.



Die Wortwolke, die alle Tweets des Weißen Hauses und von Donald Trump umfasst, zeigt dass beide Accounts häufig externe Links in ihren Tweets integrieren.

Des Weiteren wird durch die Begriffe „whitehouse“ und „realdonaldtrump“ ersichtlich, dass sowohl Donald Trump, als auch das Weiße Haus gelegentlich die Tweets des jeweils anderen in einem Retweet auf der eigenen Seite veröffentlichen.

Wörter wie „hurricanemichael“, „hurricane“, „michael“ und „florida“ tauchen deshalb auf, da in unserem Untersuchungszeitraums der Hurrikan Michael in Florida wütete und schwere Schäden in den betroffenen Regionen hinterließ. Während das Weiße Haus eher sachlich über das Thema berichtete, sprach Präsident Trump sein Mitgefühl und die Hilfe seitens der Regierung aus.



Schlussendlich ist zuzusagen, dass in allen Wortwolken nur Begriffe abgebildet sind, die während des Analysezeitraums in den Tweets des Weißes Hauses und von Donald

Trump am häufigsten vorkamen. Artikel, Füllwörter und Bindewörter wie „the“ lassen demnach kaum darauf schließen, inwiefern sich die Kommunikation zwischen beiden Profilen unterscheidet oder inwiefern welcher Sprachgebrauch, ob restringiert, sachlich oder elaboriert, wirklich verwendet wurde. Die Wortwolken dienen lediglich zur Unterstützung, um unsere Ergebnisse aus der Analyse in SPSS zu untermauern.

Bei den Hypothesen über die Verwendung von Bildern und Videos, nutzt das Weiße Haus in den meisten Fällen (ca. 97%) eines davon. Wobei es nur in ungefähr 74% der Fälle offizielle Anlässe sind. Trump hat in seinen Tweets ein Verhältnis von fast 50:50 von Tweets mit Bild oder Videos und denen ohne Medium. Wobei sich Trump fast immer in seiner Machtposition als Präsident zeigt. Jedoch verwenden weder das Weiße Haus noch Donald Trump Hashtags, wenn sie etwas twittern.

Wenn die Accounts retweeten, dann sind dies meist Posts von offiziellen Accounts und Familienmitgliedern, wobei beachtet werden muss, dass die Accounts sich auch gegenseitig retweeten. Sie zeigen folglich ähnliche Strukturen, wenn sie einen Retweet veröffentlichen.

Nachrichtenformate werden von dem Weißen Haus kaum in seinen Tweets genannt, ebenso wenig werden Nachrichten als Fake News bewertet. Auch bei Donald Trump sind kaum Nachrichtenformate verlinkt. Allerdings ist, wie in der Hypothese beschrieben, Fox News das am meisten erwähnte Format. Dies ist ebenso das einzige Format, welchem Trump keine Fake News unterstellt. Festzuhalten ist hier, dass beide Accounts kaum Nachrichtenformate erwähnen.

Bei Trump ist auffällig, dass er kaum Reaktion auf die Kommentare seiner Tweets zeigt. Seien sie nun positiv oder negativ. Ähnlich verfährt das Weiße Haus mit kontroversen Äußerungen von Trump. Sie veröffentlichen lediglich unkommentierte Retweets.

Während der Analyse von Donald Trumps Tweets ist aufgefallen, dass er sich, entgegen unserer Erwartungen und der formulierten Hypothesen, sehr häufig positiv gegenüber bestimmten Gruppen äußert, wenn er sie in seinen Tweets erwähnt. Ebenso stellt die positive Formulierung auch bei den Tweets über die USA den häufigsten Wert dar. Eine interessante Nebenanalyse zeigt, dass Trump sich noch häufiger positiv über andere Länder äußert, als über die USA. Ebenso sind auch seine Tweets über Regierungsmitarbeiter anderer Nationen meist positiv formuliert.

5.4. Probleme bei der Analyse

Bei der Analyse der Tweets vom Weißen Haus, sind bei den letzten beiden Hypothesen Schwierigkeiten aufgetreten. Mit Hilfe der aufgestellten Codieranweisung und der dazugehörigen Codierung, konnte also nicht sinnvoll analysiert werden, ob das Weiße Haus Links zu der eigenen Internetseite in seine Tweets einbindet oder ob es Trumps Familienmitglieder in seinen Tweets erwähnt, weil konkrete Variablen dazu fehlten. Grund hierfür ist der durchgeführte Pretest. In diesem wurden lediglich einige Tweets von Trump codiert und keine vom Weißen Haus. Für zukünftige Pretest sollte dies unbedingt beachtet werden, da unterschiedliche Accounts doch sehr unterschiedlich zu analysieren sind.

6. Fazit

Zu Beginn der empirischen Untersuchung hab wir uns intensiv mit der Fragestellung *“Wie kommunizieren der Präsident Donald Trump und das Weiße Haus auf Twitter und inwiefern unterscheidet sich die Ausdrucksweise des öffentlichen Twitteraccounts des Weißen Hauses von der auf Donald Trumps privatem Account?”* befasst.

Als abschließendes Fazit können wir Folgendes feststellen. Präsident Donald Trump zeigt sich auf Twitter gerne mächtig und meinungsstark, so stellen Bilder und Textinhalte klar seine Position als Präsident und seine politische Einstellung dar. Grundsätzlich vermittelt Trump aber ein eher befürwortendes Auftreten. So lassen Wortwahl, Sprache und Klang seiner Tweets eine klare Mehrheit an positiven und neutralen Formulierungen erkennen. Die vermutete Aggressivität und Dringlichkeit in der Ausdrucksweise durch eine Formatierung in Caps-Lock konnte auch nicht bestätigt werden. Lediglich 23,3% der Beiträge enthalten diese Formatierung, wobei die Mehrheit dieser Tweets trotzdem einen positiven Klang aufweisen. Die Analyse des Accounts @realDonaldTrump zeigt, dass fünf der 13 aufgestellten Hypothesen bestätigt werden können, zwei eine bestätigende Tendenz aufweisen und sechs der Hypothesen falsifiziert werden können. Die falsifizierten beziehen sich vor allem auf Donald Trumps Wortwahl und Sprache. Die Kommunikation zeigt also zu einem nicht

außer Acht zu lassendem Teil Gegenteiliges zu dem zuvor angenommenen Auftreten des Präsidenten auf Twitter.

Eine sehr ähnliche Kommunikation lässt sich auch auf dem Account des Weißen Hauses erkennen. Positive Formulierungen und eine meist neutrale Position dominieren den Social Media Auftritt. Der Account fungiert vor allem als Berichterstatter über die Politik und andere offizielle Anlässe im Weißen Haus und der First Family. Dies bestätigt die vorherige Annahmen über die Kommunikation des Auftritts. Trotz des offiziellen Formats und der professionellen Stellung ist die Sprache wider Erwarten nicht elaboriert, sondern die Follower des Accounts haben durch die sachliche Formulierung eine gute Möglichkeit zum Verständnis der Inhalte. Bezüglich der Hypothesen lässt sich feststellen, dass von elf der aufgestellten Hypothesen drei bestätigt werden können, vier zeigen bestätigende Tendenzen und drei können falsifiziert werden. Bei den zu falsifizierenden Hypothesen muss aber beachtet werden, dass die Formulierung der Hypothesen sehr streng ist und keinerlei Spielraum zulässt. Die Ergebnisse zeigen nämlich trotz Falsifizierung Tendenzen, die die Hypothesen stützen. Zwei der Hypothesen können aufgrund zu spät entdeckter Fehler im Codebuch nicht aussagekräftig untersucht werden.

Im Vergleich der Accounts lässt sich feststellen, dass sich beide Accounts grundsätzlich positiv, neutral und sachlich präsentieren. Anders als Donald Trump, der in einigen Fällen auch seine eigene politische und sehr subjektive Einstellung auf Twitter preisgibt, zeigt sich das Weiße Haus objektiv, jedoch die aktuelle Politik unterstützend. Auch bei der Wortwahl und Art der Formulierung kann auf Seiten des Weißen Hauses eine höhere Professionalität festgestellt werden. Obwohl Twitter gerade bekannt für die Möglichkeit der Interaktion mit den Followern ist, folgen beide Accounts der Politik ausschließlicher Distribution von Inhalten.

Zusätzlich ist zum Abschluss noch festzuhalten, dass es anscheinend vollkommen egal ist, wie positiv das Auftreten und die Kommunikation der Accounts auf Twitter ist. Die Reaktion der Leser ist für beide Auftritte, aber besonders in Donald Trumps Fall, grundsätzlich voreingenommen negativ. Die Replies sind überfüllt mit Karikaturen, Memes, Anklagen und Beschuldigungen des Präsidenten und auch die in den

Wortwolken festgestellte so positive Wortwahl seiner Tweets kann daran wenig ändern.

7. Literaturverzeichnis

Monographien:

Blair, Gwenda: The Trumps. Three Generations of Builders and a Presidential Candidate. 2. Auflage, New York: Simon & Schuster 2015.

Gärtner, Christian. / Heinrich Christian (Hrsg): Fallstudien zur Digitalen Transformation. Case Studies für die Lehre und praktische Anwendung, 1. Auflage, Wiesbaden: Springer Fachmedien 2018.

Kranish, Michael / Fisher, Marc: Trump Revealed. An American Journey of Ambition, Ego, Money and Power, 1. Auflage. New York: Scribner Book Company 2016.

Pfaffenberger, Fabian: Twitter als Basis wissenschaftlicher Studien. Eine Bewertung gängiger Erhebungs- und Analysemethoden der Twitter-Forschung, 1. Auflage, Wiesbaden: Springer Fachmedien 2016.

Herausgeberwerke:

Strohmaier, M.; Zens, M. (2014): Analyse Sozialer Medien an der Schnittstelle zwischen Informatik und Sozialwissenschaften. In: C. König et al. (Hrsg.), Soziale Medien, Schriftenreihe der ASI – Arbeitsgemeinschaft Sozialwissenschaftlicher Institute.

25. NEON-Plenum. Frankfurt am Main, zitiert nach C. König et al. (Hrsg.), Soziale Medien, Schriftenreihe der ASI – Arbeitsgemeinschaft Sozialwissenschaftlicher Institute, Wiesbaden: Springer Fachmedien 2014, S. 13. 18. Februar 2013.

Zeitungsartikel:

[Pilon, Mary:] Donald Trump's Immigrant Mother, in: The New Yorker vom 24. Juni.2016.

[Von Petersdorff, Winand:] „Ein Student würde damit im Examen durchfallen“. Juristen kritisieren Trump, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 13. Januar.2017.

Webseiten:

Kabel eins Doku (Hrsg) Das Weiße Haus. Themen-Spezial, 2018, in URL: <https://www.kabeleinsdoku.de/themen/laender-und-entdecker/das-weisse-haus> (Zugriff am 31.10.2018).

Office of the Curator (Hrsg) Inside the White House. History, 2015 in URL: <https://obamawhitehouse.archives.gov/about/inside-white-house> (Zugriff am 31.10.2018).

Poynter Institute (Hrsg) Bush says Trump was a Democrat longer than a Republican 'in the last decade' 2015, in URL: <https://www.politifact.com/florida/statements/2015/aug/24/jeb-bush/bush-says-trump-was-democrat-longer-republican-las/> (Zugriff am 02.10.2018).

VERBI Software. Consult. Sozialforschung. GmbH (Hrsg) Erfolgsgeschichten, 2018, in URL: <https://www.maxqda.de/wer-nutzt-maxqda#> (Zugriff am 30.10.2018).

VERBI Software. Consult. Sozialforschung. GmbH (Hrsg) Funktionsübersicht, 2018, in: URL: <https://www.maxqda.de/funktionsumfang> (Zugriff am 30.10.2018).

VERBI Software. Consult. Sozialforschung. GmbH (Hrsg) Was ist MAXQDA?, 2018, in URL: <https://www.maxqda.de/was-ist-maxqda> (Zugriff am 30.10.2018).

8. Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Das Weiße Haus-Innenansicht

Abb. 2: Häufigkeitstabelle zur Wortwahl von D. Trump

Abb. 3: Balkendiagramm zur verwendeten Sprache der Trump Tweets

Abb. 4: Häufigkeitstabelle zur verwendeten Sprache der Trump Tweets

Abb. 5: Balkendiagramm zu den erwähnten Nachrichtenformaten in den Trump Tweets

Abb. 6: Kreuztabelle zu den Nachrichtenformaten in den Trump Tweets

Abb. 7: Balkendiagramm zur Kreuztabelle der Nachrichtenformate in den Trump Tweets

Abb. 8: Tortendiagramm zu zitierten Tweets von Trump

Abb. 9: Tortendiagramm zur Wirkung/Klang der zitierten Tweets von Trump

Abb. 10: Kreuztabelle zur Reaktion der Leser und der Kommentare der Trump Tweets

Abb. 11: Häufigkeitstabelle zur Äußerung Trumps gegenüber bestimmter Gruppen

Abb. 12: Balkendiagramm zur Häufigkeitstabelle in Abbildung 11

Abb. 13: Balkendiagramm zur genutzten Wortwahl in Tweets über die USA

Abb. 14: Balkendiagramm zur Wirkung/Klang in den Tweets über die USA

Abb. 15: Kreuzdiagramm zur Wortwahl in den Tweets in Bezug auf andere Nationen

Abb. 16: Häufigkeitstabelle zur Wortwahl bei Erwähnungen anderer Nationen oder Regierungsmitarbeitern

Abb. 17: Häufigkeitstabelle zur Wirkung/Klang bei Erwähnungen anderer Nationen oder Regierungsmitarbeitern

Abb. 18: Kreuztabelle zur Wortwahl und den erwähnten Nationen in den Trump Tweets

Abb. 19: Häufigkeitstabelle über die Wirkung von Bild- oder Videoinhalten der Tweets von Trump

Abb. 20: Häufigkeitstabelle der Retweets durch Trump

Abb. 21: Säulendiagramm zum medialen Inhalt der Trump Tweets

Abb. 22: Häufigkeitstabelle zur Formatierung der Trump Tweets

Abb. 23: Säulendiagramm zur Nutzung von Hashtags in den Tweets von Trump

Abb. 24: Kreuztabelle zur Wortwahl der Tweets des Weißen Haus

Abb. 25: Balkendiagramm zur Anzahl der Wortwahl in den Tweets des Weißen Haus

Abb. 26: Häufigkeitstabelle zu den Retweets des Weißen Haus Accounts
Abb. 27: Kreuztabelle zu den Retweets des Weißen Haus Accounts
Abb. 28: Balkendiagramm zu der Anzahl der Retweets des Weißen Haus Accounts
Abb. 29: Kreuztabelle zur Reaktion auf provokante Tweets von Trump durch das Weiße Haus
Abb. 30: Häufigkeitstabelle zur genutzten Wortwahl in den Tweets des Weißen Haus
Abb. 31: Kreuztabelle zur Berichterstattung durch das Weiße Haus über Twitter
Abb. 32: Kreuztabelle zu den Nachrichtenformaten der Tweets des Weißen Haus
Abb. 33: Häufigkeitstabelle zu den Inhalten der Tweets des Weißen Haus
Abb. 34: Kreuztabelle zu den genutzten Medien und den Inhalten der Tweets des Weißen Haus
Abb. 35: Kreuztabelle zur Wirkung der genutzten Medien in den Tweets des Weißen Haus
Abb. 36: Kreuztabelle zur genutzten Sprache in den Tweets des Weißen Haus
Abb. 37: Kreuztabelle zu den Nachrichteformaten in Bezug auf die genutzten Quellen des Weißen Haus
Abb. 38: Häufigkeitstabelle zu den genutzten Medien in den Tweets des Weißen Haus
Abb. 39: Kreuztabelle zu den genutzten Medien in den Tweets des Weißen Haus
Abb. 40: Kreuztabelle zu den genutzten Hashtags in den Tweets des Weißen Haus
Abb. 41: Häufigkeitstabelle zu den genutzten Hashtags in den Tweets des Weißen Haus