

RESEARCH

**REPORTS**

RECOMMENDATIONS

AGNIESZKA ŁADA-KONEFAŁ, BASTIAN SENDHARDT

# DEUTSCHE UND POLEN ÜBEREINANDER AUF FACEBOOK

INSTITUTE OF  
PUBLIC AFFAIRS

AGNIESZKA ŁADA-KONEFAŁ, BASTIAN SENDHARDT

**DEUTSCHE UND POLEN**  
ÜBEREINANDER  
AUF FACEBOOK

Der Text entstand im Rahmen des Projekts „Akteure, Felder, Wege – deutsch-polnische Kommunikation: Miteinander und übereinander“, welches das Institut für Öffentliche Angelegenheiten und das Deutsche Polen-Institut dank der finanziellen Förderung durch die Deutsch-Polnische Wissenschaftsstiftung durchführen.

**INSTYTUT SPRAW  
PUBLICZNYCH**

**DEUTSCHES  
POLEN  
INSTITUT**

DEUTSCH | POLSKO  
POLNISCHE | NIEMIECKA  
WISSENSCHAFTS | FUNDACJA  
STIFTUNG | NA RZECZ NAUKI

Projektkoordination: Małgorzata Kopka-Piątek

Analyse von Facebook Seiten: Sotrender, [www.sotrender.com](http://www.sotrender.com)

Übersetzung aus dem Polnischen: Gert Röhrborn

© Copyright by Instytut Spraw Publicznych/Deutsches Polen-Institut,  
Warszawa/Darmstadt 2022

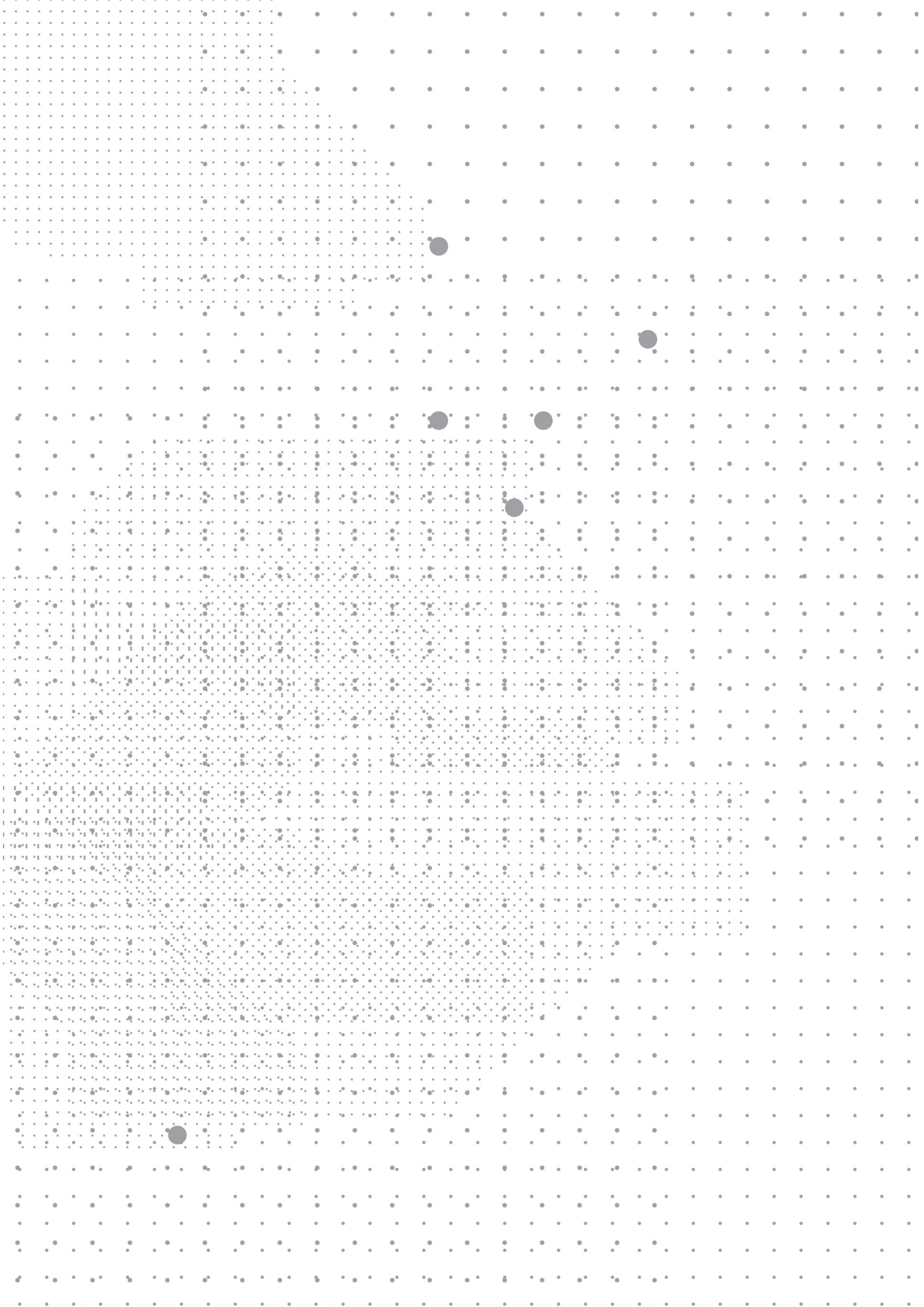
ISBN: 978-3-9820699-8-2

Fundacja Instytut Spraw Publicznych  
ul. Szpitalna 5/22, 00-031 Warszawa, Polen  
Tel. (48-22) 556 42 60; [isp@isp.org.pl](mailto:isp@isp.org.pl); [www.isp.org.pl](http://www.isp.org.pl)

Deutsches Polen-Institut  
Residenzschloss 1, 64283 Darmstadt, Deutschland  
Tel. (49 6151) 42 02 0; [info@dpi-da.de](mailto:info@dpi-da.de); [www.deutsches-polen-institut.de](http://www.deutsches-polen-institut.de)



<b>Zentrale Schlussfolgerungen</b>	<b>5</b>
<b>Einführung</b>	<b>9</b>
<b>Methodologie für die Untersuchung von Facebook</b>	<b>13</b>
<b>Allgemeine Charakteristik des geprüften Materials</b>	<b>17</b>
Allgemeine Aussage des analysierten Inhalts	17
Am häufigsten auftretende analysierte Wörter	18
<b>Die Aussage der veröffentlichten Texte, einschließlich ihres Inhalts</b>	<b>25</b>
Die Aussage von Einträgen, aufgeschlüsselt nach Themen	25
Die Aussage von Einträgen, die die ausgewählten Wörter enthalten	34
<b>Interaktivität</b>	<b>37</b>
<b>Die am häufigsten von einzelnen Seiten verwendeten Wörter</b>	<b>43</b>
<b>Die emotionale Aufladung von Posts auf einzelnen Seiten</b>	<b>45</b>
<b>Die Posts mit den größten Reaktionen</b>	<b>53</b>
<b>Kommentare</b>	<b>57</b>
<b>Wechselseitige Abhängigkeiten zwischen Aussage, Interaktivität, Kommunikationsdauer und anderen Variablen</b>	<b>63</b>
Die Veränderung des Interaktivitätsindex im Laufe der Jahre	71
<b>Fazit</b>	<b>79</b>
<b>Anhang</b>	<b>81</b>
Merkmale von Modellen zur Bewertung der Aussage – polnische Sprache	81
Merkmale von Modellen zur Bewertung der Aussage – deutsche Sprache	82
<b>Liste der analysierten Facebook-Seiten</b>	<b>83</b>
<b>Zu den Autoren</b>	<b>85</b>





- ▶ Die polnische Kommunikation auf Facebook unterscheidet sich von der deutschen. Polnische Posts und insbesondere Kommentare zu Deutschland und den deutsch-polnischen Beziehungen fielen – unabhängig vom konkreten Thema – deutlich häufiger negativ aus, als dies bei den deutschen Posts zu Polen und den deutsch-polnischen Beziehungen der Fall war. In Polen konnten Einträge mit negativer Aussage prozentual am häufigsten bei Themen festgestellt werden, die konkrete Persönlichkeiten, Migrationen oder die breit verstandene Thematik des Krieges betrafen, in Deutschland hingegen bezog sich dies auf das Thema der EU-Erweiterung. Der Unterschied in der Häufigkeit von negativen Einträgen war enorm – europäische Themen (abgesehen von der EU-Erweiterung) wurden in Deutschland zehnmals seltener in negativer Weise dargestellt als in Polen.
- ▶ Die Untersuchung bestätigte, dass die Aussage eines bestimmten Eintrags von seinem Format abhängt. Posts, also Nachrichten, die von der eine Seite verwaltenden Person gepostet werden, waren eindeutig häufiger in einem neutralen oder positiven Ton gehalten als Kommentare. Diese wiederum waren häufiger negativ eingefärbt als Posts. Dies dürfte nicht zuletzt mit einer unterschiedlichen Wahrnehmung der Funktion der Sozialen Medien zusammenhängen. Während die originären Produzenten von Inhalten ihre Posts in erster Linie als Post zu einer (offenen, demokratischen) Debatte sehen dürften, liegt es bei der Analyse der dazugehörigen Kommentare nahe, diese nicht lediglich als Debattenbeitrag, sondern auch als »Druckablassventil« zu begreifen, also als eine Möglichkeit, (endlich) einmal die eigene Meinung zu einem Thema kundtun zu können, wobei hierfür überdies keine größeren Zugangshürden für die Teilnahme am Diskurs überwunden werden müssen. Dabei scheint es wichtig zu betonen, dass dieses Phänomen wohl eher ein allgemeines Kennzeichen der Sozialen Medien darstellt und nicht als eine spezifische Eigenart der deutsch-polnischen Kommunikation zu betrachten ist.
- ▶ Auf polnischer Seite und mit Bezug auf Deutschland war das Thema Krieg sehr oft in den Posts und Kommentaren präsent (Wörter wie: »Krieg«, »Verbrechen«, »Nazi«, »Hitler«). Auf deutscher Seite bezogen sich außergewöhnlich viele Äußerungen auf europäische Themen. Dies deckt sich auch mit unseren praktischen Alltagsbeobachtungen der deutsch-polnischen Kommunikation in Print – und Onlinemedien, ebenso wie mit den Erkenntnissen, die wir durch eine Printmedienanalyse der Jahre

2000 bis 2019 gewonnen haben.<sup>1</sup> Auch hier lässt sich in polnischen Medien bei der Berichterstattung über Deutschland häufig eine Verknüpfung mit dem Thema Krieg beobachten, und zwar sowohl in metaphorischer Weise als auch in Bezug auf die geschichtliche Aufarbeitung des Zweiten Weltkriegs. In deutschen Medien wiederum werden Polen und die deutsch-polnischen Beziehungen oft im Kontext der europäischen Integration behandelt.

- ▶ Die im polnischen Korpus am häufigsten auftauchenden Wörter waren solche, die mit der Vorsilbe »EU-/Euro-« (also ein europäisches Thema bezeichnend) begannen, gefolgt von »Krieg«, »Arbeit«, »Geschichte« und »Jude«. In all diesen Fällen überstieg der Prozentsatz der negativen Einträge, in denen sie auftraten, die Summe der Prozentsätze der positiven und neutralen Einträge deutlich. In Deutschland waren die am häufigsten auftretenden Wörter diejenigen, die mit der Vorsilbe »EU-« sowie »Arbeit«, »Macht« und »Krieg« beginnen. Der Prozentsatz ihrer neutralen und positiven Aussagen war höher als der der negativen.
- ▶ Die meisten negativen Posts waren im polnischen Fall auf den Seiten von Politikern (Ryszard Legutko und Radosław Sikorski sowie der politischen Parteien: Frühling (*Wiosna*), Konföderation (*Konfederacja*) und Bürgerplattform (*Platforma Obywatelska*, PO) zu finden, wobei auf diesen Seiten der Prozentsatz negativer Posts deutlich höher war als der von positiven oder neutralen Posts. Der Prozentsatz deutscher Einträge mit negativer Aussage war sehr gering – unter jenen Fällen, bei denen sie am häufigsten vertreten waren, lagen sie zwischen 4 und 6 Prozent aller auf diesen Seiten analysierten Posts. Demgegenüber fielen auf dem polnischen Facebook sogar Kommentare zu häufig neutral klingenden Posts überwiegend negativ aus, während Kommentare unter deutschen Posts zumeist neutral gehalten waren.
- ▶ Die meisten positiven Einträge wurden auf dem polnischsprachigen Facebook von diplomatischen Vertretungen und Institutionen generiert, auf dem deutschsprachigen von Personen (einschließlich Politiker:innen) und Institutionen.
- ▶ Polnische Posts riefen eine höhere Interaktivität (Gefallen oder Wutreaktionen, Kommentare) der Rezipient:innen hervor als deutsche. Am interaktivsten unter allen polnischen Posts waren diejenigen, die mit dem Präfix »EU-/Euro-« begannen und die Wörter »Krieg«, »Merkel«, »Jude« und »Flüchtling« enthielten; auf der deutschen Seite betraf dies die Stichwörter »EU«, »Migrationen«, »Grenze«, »Vertreibung« und »Arbeit«. Gleichzeitig ließ sich im ersten Fall (polnische Seite) bei jenen Posts, die das analysierte Wort enthielten und deren Aussage negativ

---

<sup>1</sup> Vgl. Justyna Arendarska, Agnieszka Łada-Konefał, Bastian Sendhardt: Nachbarschaft im Rahmen. Wie Deutsche und Polen einander medial betrachten, Wiesbaden 2022.

war, eine höhere Interaktivität als bei denjenigen feststellen, deren Aussage positiv oder neutral ausfiel. Demgegenüber hatten die auf dem deutschsprachigen Facebook am stärksten zur Beteiligung anregenden Posts häufiger einen neutralen Charakter.

- ▶ Das Thema »Deutschland« weckte in Polen größeres Interesse als umgekehrt das Thema »Polen« in Deutschland. Davon zeugt die Tatsache, dass die analysierten polnischsprachigen Seiten mehr Einträge enthalten als die deutschsprachigen, insbesondere im Bereich der Medien, bei denen es sich um Akteure handelt, die nicht »automatisch« für die deutsch-polnischen Beziehungen zuständig sind, wie dies beispielsweise bei diplomatischen Vertretungen oder ausgewählten Institutionen im Bereich der deutsch-polnischen Zusammenarbeit der Fall ist. Polnische Auslandsvertretungen und Kulturinstitute fielen im deutschsprachigen Facebook mit zahlreichen Einträgen auf. Auch diese Asymmetrie der Bedeutung Deutschland bzw. Polens im jeweils anderen Land deckt sich mit den Ergebnissen der bereits erwähnten Printmedienanalyse.<sup>2</sup>
- ▶ Die höchste durchschnittliche Interaktivität war im polnischen Fall auf den Seiten der Medien und von politischen Parteien erkennbar. Die Aussage der von uns untersuchten interaktivsten Posts war häufiger negativ als positiv oder neutral, aber die Unterschiede gestalteten sich hier nicht besonders signifikant. Auf dem deutschsprachigen Facebook lag die Intensität der Interaktivität von Posts – unabhängig von der Seite – eindeutig niedriger als auf dem polnischsprachigen Pendant; die Nutzer:innen ließen sich häufiger durch neutrale Posts zu Reaktionen veranlassen, wobei in dieser Hinsicht im Unterschied zum polnischen Fall die positiven Einträge die negativen überwogen. Ähnlich wie auf der polnischen Seite erfreuten sich auch in Deutschland insbesondere Einträge von Medien und politischen Parteien der größten Resonanz.
- ▶ Die meisten Kommentare wurden im polnischen Fall durch Posts auf den Seiten von Medien generiert, aber die höchste durchschnittliche Interaktivität pro Post wurde durch die Seite der Partei Recht und Gerechtigkeit (*Prawo i Sprawiedliwość*, PiS) erreicht. Auf deutscher Seite gab es generell weniger Kommentare als auf polnischer Seite, was einmal mehr die These bestätigt, dass in Deutschland weniger Interesse an Themen im Zusammenhang mit Polen besteht. An erster Stelle stand die Seite der Partei Alternative für Deutschland, gefolgt von den Seiten verschiedener Medien.
- ▶ Für die polnische Seite lässt sich erstens feststellen, dass umso negativer die Posts gehalten waren, desto mehr erzeugten sie auch Interaktivität unter den Rezipient:innen. Zweitens erfreuten sich die Posts von politischen Parteien und Medien der größten Interaktivität, wohingegen

---

<sup>2</sup> Vgl. Arendarska, Łada-Konefał, Sendhardt: Nachbarschaft im Rahmen.



Institutionen, diplomatische Vertretungen oder Einzelpersonen mit ihren Posts eine geringere Interaktivität hervorriefen (was auch daran liegt, dass ihre Posts eher dem neutralen Bereich zuzuordnen waren). Auf deutscher Seite dominierten neutrale Posts, die weniger Interaktivität erzeugten als die polnischen. Die Unterschiede zwischen den Aussagen der Posts und der durch sie auf einzelnen Seiten erzeugten Interaktivität waren unbedeutend.



Die gegenwärtige Kommunikation zwischen Polen und Deutschen und gegenseitig über das Land und die Gesellschaft des Nachbarn, sowie Kommunikation an sich, findet auch in den Sozialen Medien statt. Im Gegensatz zu Presse, Radio oder Fernsehen sind soziale Medien nicht nur Kommunikationskanäle, sondern stellen ganze Kommunikationsnetzwerke dar, die die Möglichkeit bieten, über den eigenen Sprachkreis hinaus auf eine äußerst intensive Art und Weise zu interagieren. Durch den breiten Zugriff auf die geposteten Inhalte finden die dort geäußerten Meinungen eine viel schnellere Verbreitung, sie können kommentiert werden und haben einen besonders starken Einfluss auf die Wahrnehmung des beschriebenen Gegenstands (in diesem Fall Polen oder Deutschland). Gleichzeitig können Unterschiede in der Art der Kommunikation zwischen zwei unterschiedlichen Sprachkreisen oder Kulturgemeinschaften, wie sie Polen und Deutsche bilden, im Falle der Sozialen Medien, und erst recht bei dieser Kommunikationsform, zu gegenseitigen Missverständnissen und Problemen bei der Verständigung führen. Es ist davon auszugehen, dass die im breit verstandenen Bereich der Kommunikation sichtbaren Trends – insbesondere die größere Emotionalität im polnischsprachigen Sprachraum und der Fakt, dass in den polnischen Medien ein größeres Interesse an Deutschland vorherrscht, als dies in den deutschen Medien mit Bezug auf Polen der Fall ist – in den Sozialen Medien gleichermaßen oder sogar noch stärker ausgeprägt sein werden. Daher ist es so wichtig, die Gemeinsamkeiten und Unterschiede in der Kommunikation von Polen und Deutschen übereinander und miteinander in diesen Medien besser zu verstehen. Solche Analysen wurden bisher nicht durchgeführt. Diese Lücke soll durch den folgenden Bericht geschlossen werden. Er konzentriert sich auf eines dieser Medien – Facebook.

Aktuell gilt Facebook mit rund 2,9 Milliarden Nutzer:innen immer noch als das mit Abstand beliebteste Soziale Netzwerk weltweit, mit großem Abstand vor Instagram, TikTok, Telegram oder Twitter.<sup>3</sup> Das gilt auch für Deutschland und Polen, wo Facebook ebenfalls das mit Abstand am häufigsten genutzte Soziale Medium ist. Dies zeigt etwa der *Digital 2022 Report Germany*<sup>4</sup> bzw. *Poland*<sup>5</sup>, der von Kepios im Auftrag von Hootsuite und We Are Social erstellt wurde. Demnach nutzten Anfang 2022 ganze 72,6 Millionen

---

<sup>3</sup> Nicola Kiermeier: Aktuelle Meta-Nutzerzahlen und Umsätze: Instagram, Facebook, Messenger, WhatsApp (Stand: Mai 2022). In: allfacebook.de vom 28. Juli 2022, <https://bit.ly/3rUe5Co> (12.10.2022).

<sup>4</sup> Simon Kemp: Digital 2022 Report Germany. In: datareportal.com vom 9. Februar 2022, <https://datareportal.com/reports/digital-2022-germany?rq=germany> (12.10.2022).

<sup>5</sup> Simon Kemp: Digital 2022 Report Poland, In: datareportal.com vom 15. Februar 2022, <https://datareportal.com/reports/digital-2022-poland?rq=digital%202022%20poland> (12.10.2022).

Menschen in Deutschland die Sozialen Medien, was einem Anteil von 86,5 % an der Gesamtbevölkerung entspricht. Lässt man Messenger-Dienste wie Whatsapp oder Facebook Messenger beiseite, dann lag Facebook mit einem Gesamtnutzeranteil von 60,7 % bei den 16 – bis 64-Jährigen noch deutlich vor anderen Plattformen wie Instagram (53,9 %), TikTok (25,8 %), Twitter (22,1 %) oder Telegram (20,3 %). Im Falle Polens nutzten zu Beginn des Jahres 2022 insgesamt 27,2 Millionen Menschen die Sozialen Medien, was einem Anteil von 72 % an der Gesamtbevölkerung entspricht. In Polen, wo der Messenger-Dienst Whatsapp weit weniger verbreitet ist als etwa in Deutschland, liegt Facebook mit einem Gesamtnutzeranteil von 88,1 % mit weitem Abstand vor anderen Plattformen wie Instagram (59,6 %), TikTok (34,1 %), Twitter (26,2 %) oder Snapchat (25,2 %).

Laut der Untersuchung des Deutsch-Polnischen Barometers 2022 geben mehr als zwei Drittel der Befragten (69 %) in Polen an, Facebook regelmäßig als Quelle ihres gesellschaftspolitischen Wissens zu nutzen, was bedeutet, dass Facebook damit über einen enormen Vorsprung vor anderen Sozialen Medien sowie Printmedien und deren Onlineausgaben (31 %) wie auch Radiosendern (privaten Sendern mit 63 % und öffentlichen Sendern mit 26 %) verfügt. In Deutschland liegt der entsprechende Anteil bei 54 % (Presse mit 48 %, Öffentlich-Rechtlicher Rundfunk mit 59 %, Privater Rundfunk mit 48 %).<sup>6</sup> Auch der *Reuters Institute Digital News Report 2022* verweist auf die große Bedeutung von Sozialen Medien wie Facebook als Nachrichteninformationsquelle. In Polen nutzen 55 % der Bevölkerung die Sozialen Medien als Nachrichteninformationsquelle, die damit knapp hinter dem Fernsehen (59 %) und weit vor den Printmedien liegen (13 %).<sup>7</sup> Unter den Sozialen Medien, die in Polen als Nachrichteninformationsquelle genutzt werden, liegt Facebook mit 49 % klar vor YouTube (33 %), Instagram (12 %) und TikTok (7 %). In Deutschland wiederum nutzten laut dem *Reuters Institute Digital News Report 2022* lediglich 32 % der Bevölkerung die Sozialen Medien als Nachrichteninformationsquelle, die damit leicht vor den traditionellen Printmedien (26 %), aber weit abgeschlagen hinter dem Fernsehen (65 %) liegen. Unter den Sozialen Medien, die in Deutschland als Nachrichteninformationsquelle genutzt werden, liegt Facebook mit 17 % knapp vor YouTube (14 %), Instagram (8 %), Twitter (4 %) und Telegram (4 %).<sup>8</sup>

Insofern scheint ein Fokus auf Facebook als soziales Netzwerk besonders sinnvoll für eine Untersuchung wie die vorliegende, die sich mit der deutsch-polnischen Kommunikation befasst und daher auf ein möglichst viel und breit genutztes Soziales Medium zurückgreifen sollte. Zudem trifft die bisweilen

---

<sup>6</sup> Jacek Kucharczyk, Agnieszka Łada-Konefał: Deutsche und Polen – zwischen Nähe und Fremdheit. Deutsch-Polnisches Barometer 2022, Darmstadt/Warschau 2022, S. 15–16.

<sup>7</sup> Vadim Makarenko: Reuters Institute Digital News Report 2022, Poland. In: [reutersinstitute.politics.ox.ac.uk](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022/poland) vom 15. Juni 2022, <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022/poland> (12.10.2022).

<sup>8</sup> Sascha Hölig, Julia Behre, Wolfgang Schulz: Reuters Institute Digital News Report 2022, Germany. In: [reutersinstitute.politics.ox.ac.uk](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022/germany) vom 15. Juni 2022, <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022/germany> (12.10.2022).

geäußerte Kritik, der zufolge Facebook kaum noch jüngere Altersgruppen erreiche, nur bedingt zu. Zwar gibt es beobachtbare Trends, wonach der Anteil jüngerer Nutzer:innen an der Gesamtnutzerzahl kontinuierlich abnimmt und der Anteil der über 60-Jährigen stetig wächst. Aus diesem Grund wurde Facebook bereits als »Senioren-Treff« betitelt.<sup>9</sup> Allerdings ist sowohl in Deutschland als auch in Polen rund ein Drittel der Bevölkerung 55 Jahre und älter, sodass diese Alterskohorte einen signifikanten Teil an der Gesamtbevölkerung stellt. Aus dieser Perspektive erscheint Facebook als das Soziale Medium, das in der gegenwärtigen Situation noch am ehesten einen gesamtgesellschaftlichen Einblick in die deutsch-polnische Kommunikation in den Sozialen Netzwerken erlaubt.

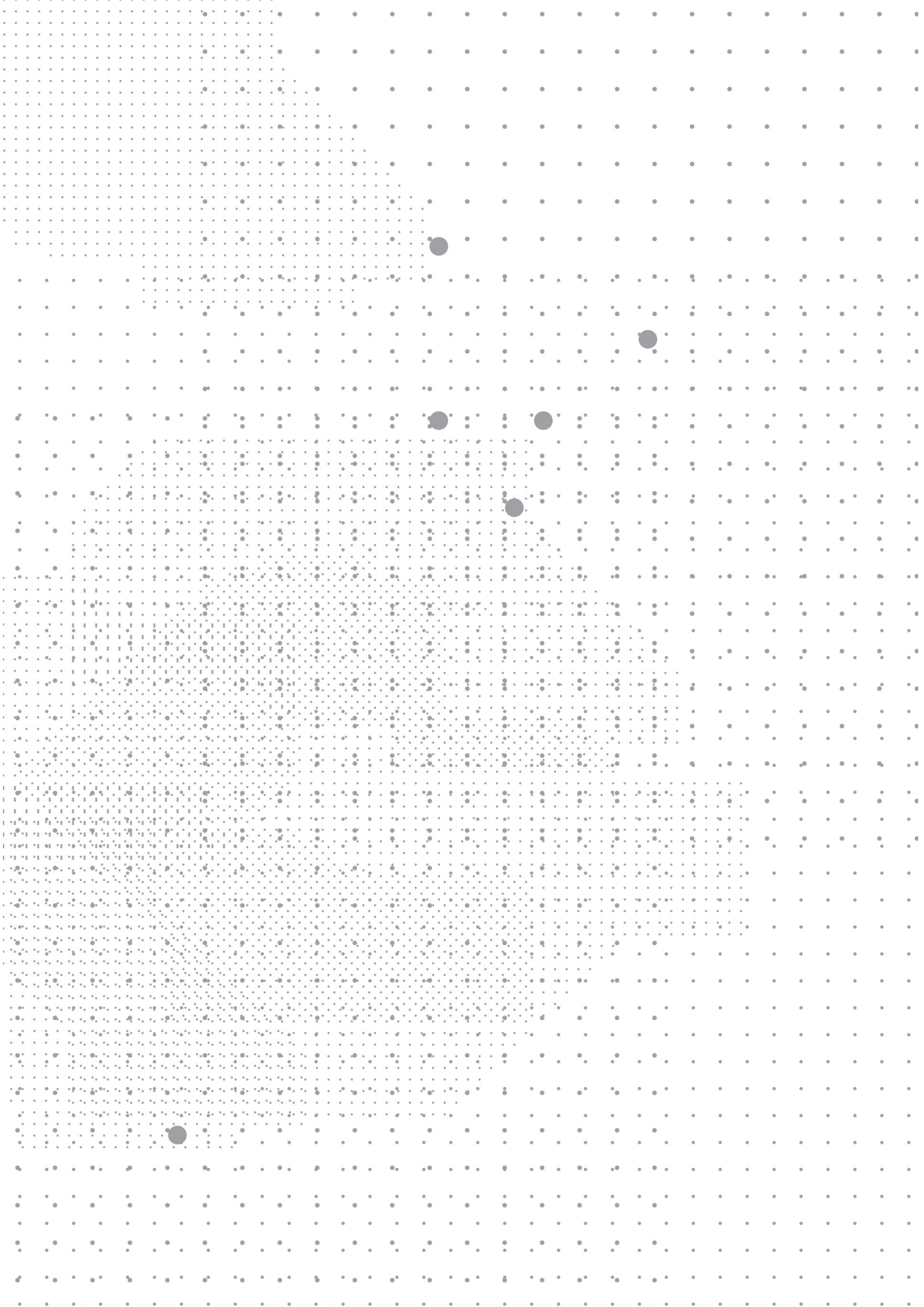
Nicht ohne Bedeutung ist überdies, dass auf Facebook breitere Einträge und Kommentare möglich sind, die eine vollständigere Meinungsäußerung ermöglichen als beispielsweise auf Twitter. Letzteres Medium wiederum fungiert insbesondere als Instrument fachlicher, politischer und journalistischer Kreise, weswegen die dort geposteten Inhalte nicht so sehr den »sozialen« Charakter der auf Facebook publizierten Kommunikation widerspiegeln.

Das Hauptziel der auf Facebook gerichteten Untersuchung war es herauszufinden, was die polnische und die deutsche Kommunikation in den Sozialen Medien unterscheidet und wo in diesem Bereich Gemeinsamkeiten zu beobachten sind. Dies bezieht sich einerseits auf Unterschiede der deutsch-polnischen Kommunikation, wie sie in Printmedien und wie sie in einem Sozialen Netzwerk wie Facebook zu beobachten ist, und andererseits auf Unterschiede in der Kommunikation zwischen dem deutschsprachigen und dem polnischsprachigen Facebook. Wir wollten feststellen, ob sich die Kommunikation in Bezug auf Themenbereiche, Aussagen und die Interaktivität der daran beteiligten Subjekte (insbesondere der Empfänger:innen von auf Facebook-Seiten veröffentlichten Nachrichten) unterscheidet und wie verschiedene Akteure der deutsch-polnischen Beziehungen unter Nutzung eines Sozialen Netzwerks im Internet kommunizieren. Die Schlussfolgerungen aus diesen Analysen könnten uns ein besseres Verständnis der Kommunikationsschwierigkeiten zwischen Polen und Deutschen ermöglichen, insbesondere dann, wenn sie gemäß den Regeln ihres jeweils eigenen Sprachraums miteinander interagieren.

Die vorliegende Untersuchung ist somit vor allem als Ergänzung der weitaus umfangreicheren Printmedienanalyse *Nachbarschaft im Rahmen* zu sehen, die im Rahmen des Forschungsprojekts »Akteure, Felder, Wege – deutsch-polnische Kommunikation: Miteinander und übereinander« entstanden ist.

---

<sup>9</sup> Facebook wird zum Seniorentreff: Neue Studie sieht Zuwächse bei den Alten, aber die Jugend nimmt Reißaus. In: meedia.de vom 15. Februar 2018, [https://meedia.de/2018/02/15/facebook-wird-zum-seniorentreff-neue-studie-sieht-zuwaechse-bei-den-alten-aber-die-jugend-nimmt-reissaus/\(12.10.2022\)](https://meedia.de/2018/02/15/facebook-wird-zum-seniorentreff-neue-studie-sieht-zuwaechse-bei-den-alten-aber-die-jugend-nimmt-reissaus/(12.10.2022)).





Die Analyse bestand aus mehreren Stufen. Die erste war die Auswahl polnischer und deutscher Facebook-Seiten von Institutionen, diplomatischen Vertretungen, Organisationen und Personen, die an deutsch-polnischen öffentlichen Debatten beteiligt sind. Insgesamt wurden 73 Seiten aus beiden Ländern analysiert, darunter: 25 Seiten verschiedener Medien, 20 Seiten öffentlicher Institutionen (einschließlich diplomatischer Vertretungen), 10 Seiten von Politiker:innen und 18 Seiten von politischen Parteien.<sup>10</sup>

Als nächstes wurden die auf diesen Seiten veröffentlichten Einträge heruntergeladen – es handelte sich dabei um Posts und Nutzerkommentare für den Zeitraum vom 1. Januar 2015 bis zum 31. März 2020. Um die Einträge mit Bezug auf die deutsch-polnischen Beziehungen herauszufiltern, wurden Textanalysealgorithmen eingesetzt, die erkennen sollten, ob in den Inhalten der gesammelten Posts Wörter wie »Polen«, »polnisch«, »deutsch-polnisch«, »Niemcy«, »Polska«, »niemiecko-polskie«, »polsko-niemieckie« vorkamen. Die Algorithmen durchsuchten die Texte nach allen möglichen Variationen der obigen Wörter. Posts, die diese Stufe (im Folgenden: erste Filterungsstufe) erfolgreich durchlaufen haben, wurden für den weiteren Teil der Untersuchung klassifiziert. Das polnische Korpus (im Text auch als »polnische Einträge«, »Einträge aus Polen« bezeichnet) besteht aus Einträgen in polnischer Sprache und damit auch aus solchen, die auf den Seiten deutscher diplomatischer Vertretungen in Polen – Botschaften oder Konsulate – platziert wurden. Ebenso wurden die von der Polnischen Botschaft in Deutschland oder dem Polnischen Institut in Berlin in deutscher Sprache veröffentlichten Materialien in das deutsche Korpus aufgenommen (»deutsche Einträge«, »Einträge aus Deutschland«). Wenn in diesem Zusammenhang also vom »deutschen« bzw. »polnischen Facebook« die Rede ist, so sind damit konkret Facebook-Posts und – Kommentare in deutscher bzw. polnischer Sprache gemeint.

Ziel der zweiten Auswahlstufe war es, zu prüfen, welche Themen angesprochen wurden und in welchem Kontext die ausgewählten Posts standen. Um dies zu überprüfen, wurden die Schlüsselwort-Erkennungsmodelle erneut verwendet; in diesem Falle wurde nach Informationen gesucht, ob die folgenden Schlüsselwörter darin auftauchten.<sup>11</sup> Relevant für das polnische Korpus waren die Schlüsselwörter:

<sup>10</sup> Eine Auflistung aller Seiten befindet sich im Anhang.

<sup>11</sup> Diese Wörter spiegeln verschiedene Dimensionen der deutsch-polnischen Beziehungen und der deutsch-polnischen Kommunikation wider. Gleichzeitig haben sie für diese Beziehungen nicht das gleiche Gewicht oder die gleiche Bedeutung. Die Analyse sollte daher zeigen, wie wichtig sie in der Kommunikation in den Sozialen Medien sind.

stosunki, relacje, przeszłość, wojna, historia, Hitler, rocznica, pojednanie, Steinbach, władza, Auschwitz, wypędzenie, wysiedlenie, ucieczka, agresja, sąsiad, sąsiedni, naziści, wina, ofiara, Holocaust, porozumienie, pokój, pokojowy, okupant, zbrodnia, getto, wrogi, wróg, sojusznik, przyjaciel, współpraca, kooperacja, Berlin, partner, euro, UE, energia, klimat, budżet, migracja, migrant, uchodźca, rozszerzenie, gospodarka, handel, rynek, Merkel, Schröder, Gauck, Steinmeier, Rosja, rosyjski, Moskwa, Bartoszewski, Żyd, eksport, import, praca, granica, traktat, Zachód, zachodni, przestępczość, reparacje, propaganda, nacjonalizm, Jugendamt, złodziej.

Relevant für das deutsche Korpus waren die Schlüsselwörter:

Beziehungen, Verhältnis, Vergangenheit, Krieg, Geschichte, Hitler, Jahrestag, Jubiläum, Versöhnung, Steinbach, Macht, Behörden, Auschwitz, Vertreibung, Aussiedlung, Flucht, Aggression, Nachbar, Nachbarschaft, Nazis, Schuld, Opfer, Holocaust, Verständigung, Friede, Friedlich, Besatzer, Verbrechen, Ghetto, Getto, Feindlich, Feind, Verbündeter, Freund, Zusammenarbeit, Kooperation, Warszawa, Warschau, Partner, Złoty, Złoty, EU, Euro<sup>22</sup>, Energie, Klima, Budget, Haushalt, Migration, Migrant, Flüchtling, Erweiterung, Wirtschaft, Handel, Markt, Tusk, Morawiecki, Kaczyński, Szydło, Gauck, Duda, Sikorski, Russland, Russisch, Moskau, Bartoszewski, Jude, Jüdin, Export, Import, Arbeit, Grenze, Vertrag, Osten, Östlich, Kriminalität, Reparationen, Propaganda, Nationalismus, Jugendamt, Autodieb, Diebstahl.

Der nächste Schritt bestand darin, eine Auswahl von Kommentaren zu treffen. Für diese Untersuchung wurden Kommentare zu Posts, die die erste Filterungsstufe durchlaufen haben, klassifiziert. Anschließend wurde für den Inhalt der Kommentare (sowohl für die polnischen als auch die deutschen) erneut eine Analyse des Vorkommens von Schlüsselwörtern durchgeführt (es wurde nach den gleichen Wörtern wie oben angegeben gesucht) – dadurch sollte überprüft werden, ob die Nutzer:innen sich direkt auf die ausgewählten Themen bezogen haben.

Der letzte Schritt bestand in der Überprüfung der in der jeweiligen Äußerung vorherrschenden emotionalen Färbung. Es kamen zwei Modelle zur Anwendung, um eine Charakterisierung der Bewertung der Aussage der Texte zu ermöglichen. Für die Inhalte in polnischer Sprache verwendeten wir von der Firma *Sotrender* entwickelte proprietäre Modelle, während die Inhalte in deutscher Sprache mit Modellen analysiert wurden, die von Google entwickelt und veröffentlicht worden waren. Diese beiden Modelle sind ähnlich, aber nicht identisch. Von entscheidender Bedeutung für die Zusammenstellung und den Vergleich der Ergebnisse ist jedoch in erster Linie die Tatsache, dass die Einschätzung der emotionalen Färbung für verschiedene Sprachen jeweils in gewisser Hinsicht unterschiedlich funktioniert. Denn beide

---

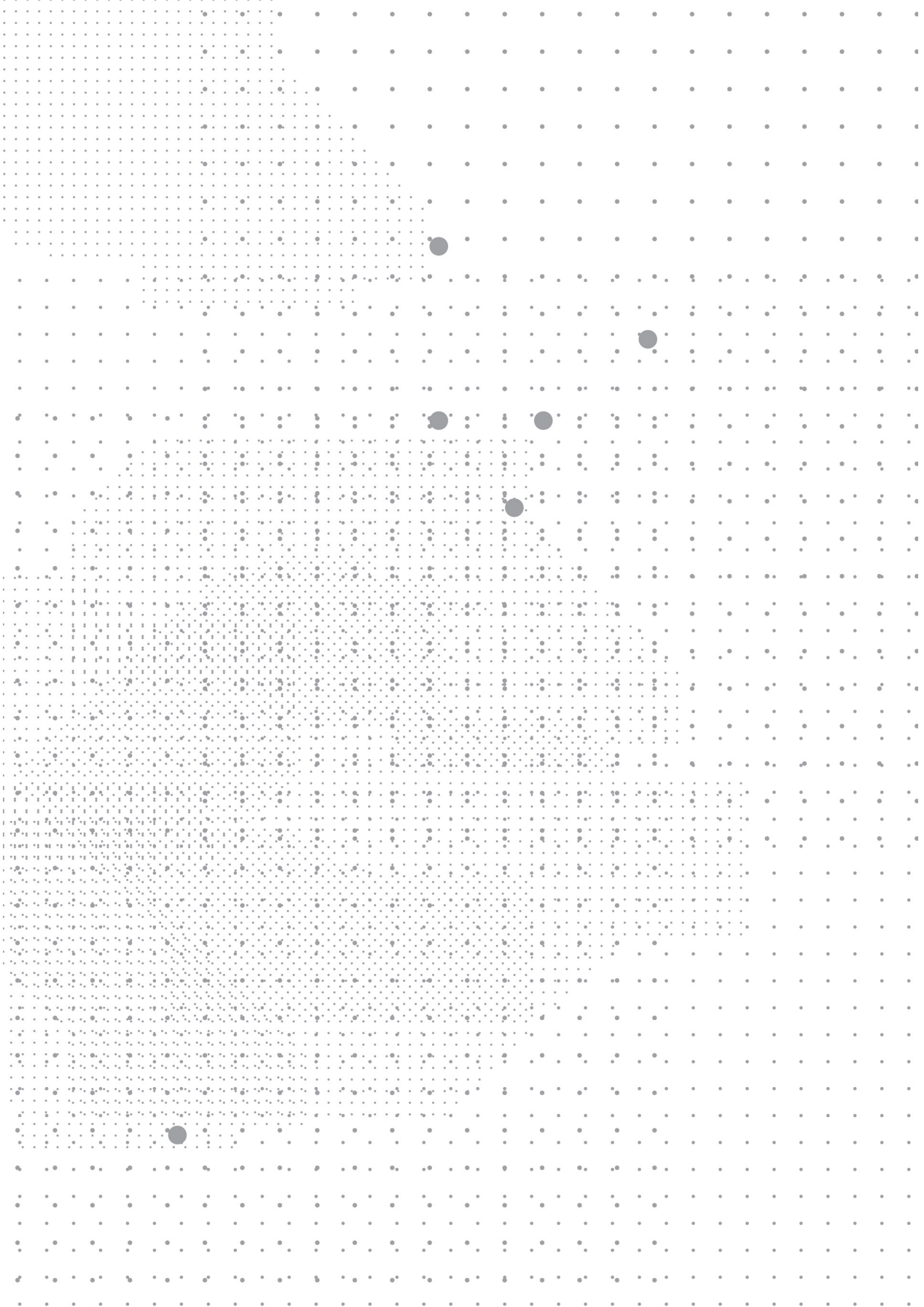
<sup>22</sup> In die Inhalte, die der Gruppe mit dem Wort »Euro« zugeordnet wurden, gingen alle Wörter ein, die mit »Euro« beginnen. Die Wortgruppe »EU« wurde auf die gleiche Weise herausgesucht: es handelt sich um alle Nennungen, die Wörter enthalten, die mit »EU« beginnen. Im Deutschen sind dies auch die Bezeichnungen der Institutionen der Europäischen Union (z. B. EU-Kommission).

Sprachen weisen bestimmte typische Merkmale auf und werden überdies etwas anders verwendet – so sind beispielsweise Texte in polnischer Sprache im Allgemeinen emotionaler gehalten. Anders ausgedrückt: Nicht der Bereich der deutsch-polnischen Kommunikation variiert, sondern die allgemeine Art des Gebrauchs der Sprache in beiden Ländern, was sich auch in den Medien niederschlägt.

Alle Posts und Kommentare, die die erste Filterstufe durchlaufen haben, wurden analysiert und einer der drei folgenden Aussageklassen (oder auch Stimmungs – bzw. Färbungsklassen – die Begriffe werden im Text synonym verwendet) zugeordnet:

- ▶ Neutral – ein Post, der keine eindeutig positive oder negative Aussage enthält oder sowohl eine positive als auch eine negative Aussage von ähnlicher Intensität umfasst (z. B. »Der polnische Staatspräsident Andrzej Duda und deutsche Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier auf den Feierlichkeiten zum 80. Jahrestag des Ausbruchs des 2. Weltkriegs.#80WW2« [Kanzlei des Staatspräsidenten der Republik Polen, 1.9.2019]);
- ▶ Positiv – ein Post mit eindeutig positiver Aussage (z. B. »Anlässlich des Tages der Deutschen Einheit besuchten unsere Freunde – Vertreter aus Politik, Kultur und Wissenschaft, der Wirtschaft, kommunalen Institutionen, Medien und Nichtregierungsorganisationen – das Konsulat in Breslau. [...] Wir bedanken uns dafür, dass Sie dieses freudige Jubiläum zusammen mit uns gefeiert haben! #TDE2019 #TagderDeutschenEinheit« [Generalkonsulat der Bundesrepublik Deutschland in Breslau, 3.10.2019]
- ▶ Negativ – ein Post mit eindeutig negativer Aussage (z. B. »ACHTUNG Deutschland versucht, die Geschichte umzuschreiben! Bundeskanzlerin Angela Merkel nannte anlässlich des 75. Jahrestages des D-Days die Landung in der Normandie »eine einzigartige Operation, die Deutschland von den Nazis befreit hat.« Von den Nazis? Und wer waren die Nazis denn – Marsianer, Zwerge? NEIN! Die Nazis waren Deutsche und es waren die Deutschen, die für die Verbrechen des Zweiten Weltkriegs verantwortlich waren, einschließlich der Zerstörung Polens!« [Konföderation, 11.06.2019]).

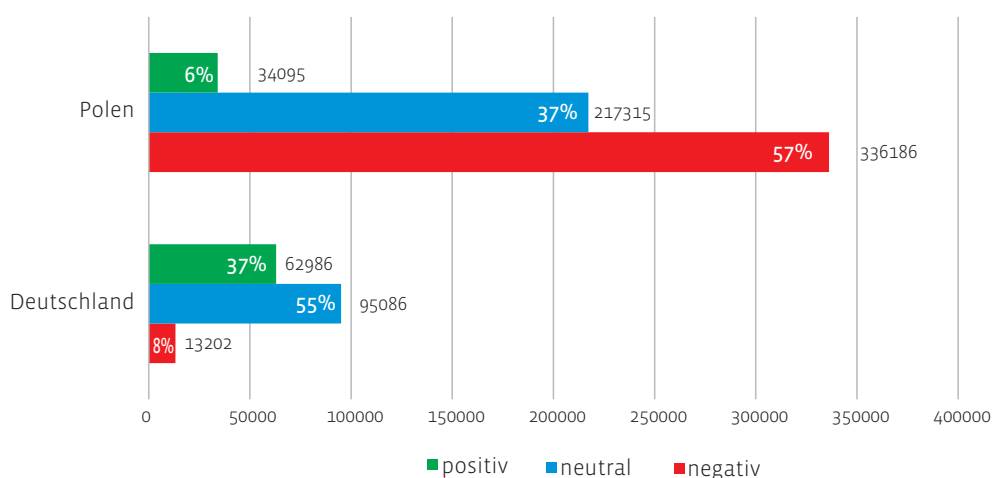






Im polnischen Korpus wurden vom 1. Januar 2015 bis zum 31. März 2020 ganze 21 078 Posts und 566 518 Kommentare (insgesamt 587 596) ausgewählt, im deutschen Korpus entsprechend 9 294 Posts und 161 980 Kommentare (insgesamt 171 274), was unmittelbar das signifikante Übergewicht der Materialien im polnischen Korpus verdeutlicht.<sup>13</sup> Die Suchmethoden waren identisch, allerdings ist dabei zu berücksichtigen, dass die Zahl der polnischsprachigen Seiten jene der deutschsprachigen Seiten übertraf. Ebenso wie in der Printmedienanalyse<sup>14</sup> lässt sich auch hier bereits allein quantitativ eine Asymmetrie hinsichtlich der Bedeutung Polens bzw. Deutschlands für das jeweilige Nachbarland ablesen. Während Deutschland generell ein zentraler Bestandteil der alltäglichen Medienberichterstattung in Polen ist und folglich auch in Sozialen Medien wie Facebook eine herausgehobene Rolle spielt, lässt sich das Gleiche im umgekehrten Fall nicht behaupten. Polen spielt im deutschen Kontext medial eine vergleichsweise geringe Rolle.

**Abbildung 1:** Summe der für die Untersuchung ausgewählten Posts und Kommentare, aufgeschlüsselt nach ihrer Aussage – polnisches und deutsches Korpus



### Allgemeine Aussage des analysierten Inhalts

Auch die Anteile der Aussagen in Posts und Kommentaren unterscheiden sich deutlich. Obwohl in den Posts eine neutrale Aussage überwiegt (78 %

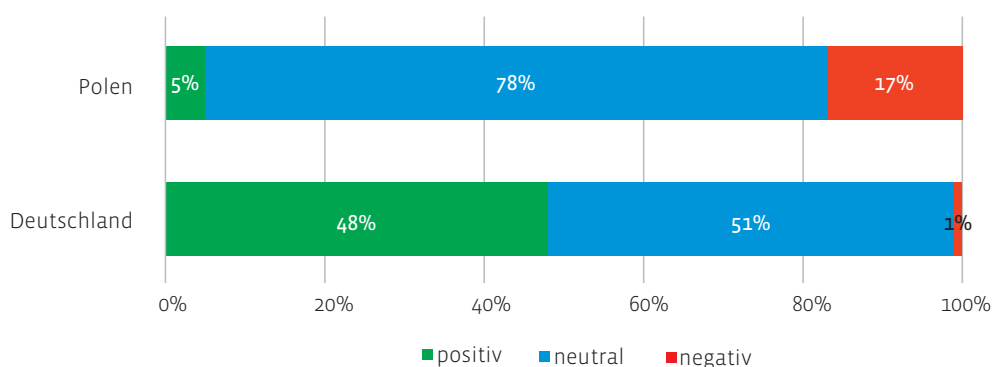
<sup>13</sup> Bei den Vergleichen beider Korpora wurden prozentuale Werte verwendet, sodass die Größe des Korpus selbst die Schlussfolgerungen bezüglich der Unterschiede in der Kommunikation in Polen und Deutschland nicht beeinflusste.

<sup>14</sup> Vgl. Arendarska, Łada-Konefał, Sendhardt: Nachbarschaft im Rahmen.

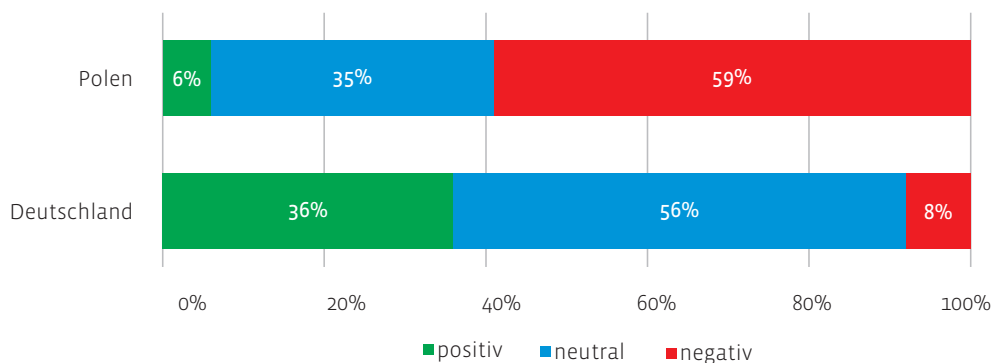
## Die polnischen Kommentare sind viel negativer als die deutschen

auf der polnischen Seite und 51 % auf der deutschen Seite), haben 59 % der polnischen Kommentare eine negative Aussage (unter den Posts ist dieser Prozentsatz ebenfalls beachtlich – 17 % im Vergleich zu 1 % unter den deutschen Posts). Unter den deutschen Kommentaren sind diejenigen mit negativer Aussage deutlich seltener vertreten (8 %) und die neutralen Kommentare (56 %) überwiegen. Eine solch starke emotionale Färbung der Einträge auf polnischer Seite ist ein charakteristisches Merkmal der polnischen Medien – auch der traditionellen. Diese Tendenz zeigt sich in jedem Punkt der im Folgenden beschriebenen Untersuchungen.

**Abbildung 2:** Aussage der für die Untersuchung ausgewählten Posts – polnisches und deutsches Korpus



**Abbildung 3:** Aussage der für die Untersuchung ausgewählten Kommentare – polnisches und deutsches Korpus



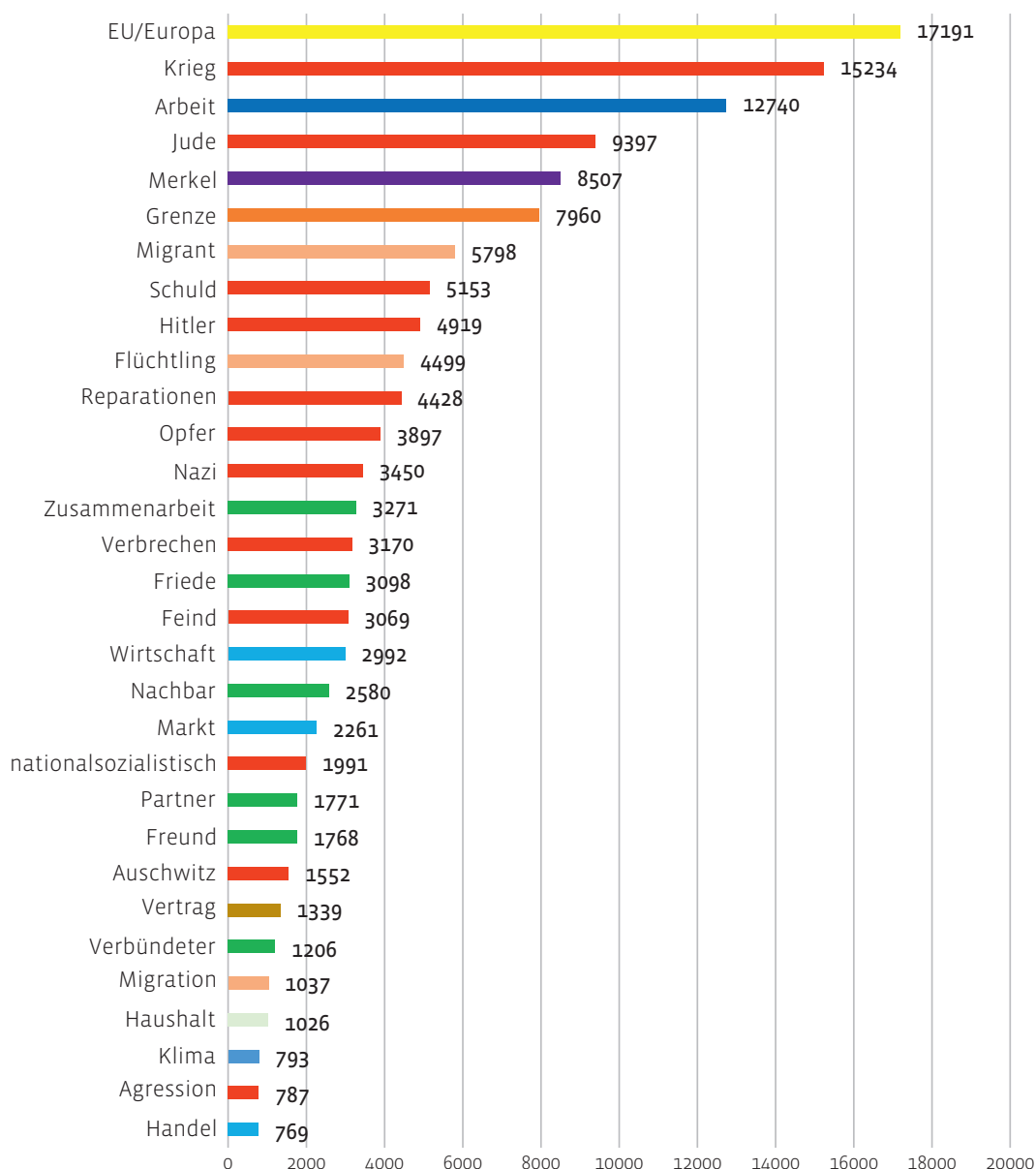
## Am häufigsten auftretende analysierte Wörter

Auf polnischer Seite ist in Bezug auf Deutschland die Kriegsthematik sehr oft in den Posts und Kommentaren präsent

Für die Zwecke der Analyse wurde eine Zusammenstellung von mehreren Dutzend Schlüsselwörtern ausgewählt, nach denen im gesamten untersuchten Korpus gesucht wurde. Auf der polnischen Seite traten (in den Posts

und Kommentaren insgesamt) am häufigsten Wörter mit Bezug auf Europa (beginnend mit »EU-/Euro«, also »europäisch«, »Europa«) auf, gefolgt von »Krieg«, »Arbeit« und »Jude«. Unter den ersten dreißig Wörtern fanden sich viele, die sich auf den Krieg bezogen (»Schuld«, »Hitler«, »Nazi«, »Verbrechen«). Zusammenfassend lässt sich hierzu feststellen, dass die der Kriegsthematik zuzurechnende Gruppe die überwiegende Mehrheit der in den Top 30 vertretenen Wörter darstellt.

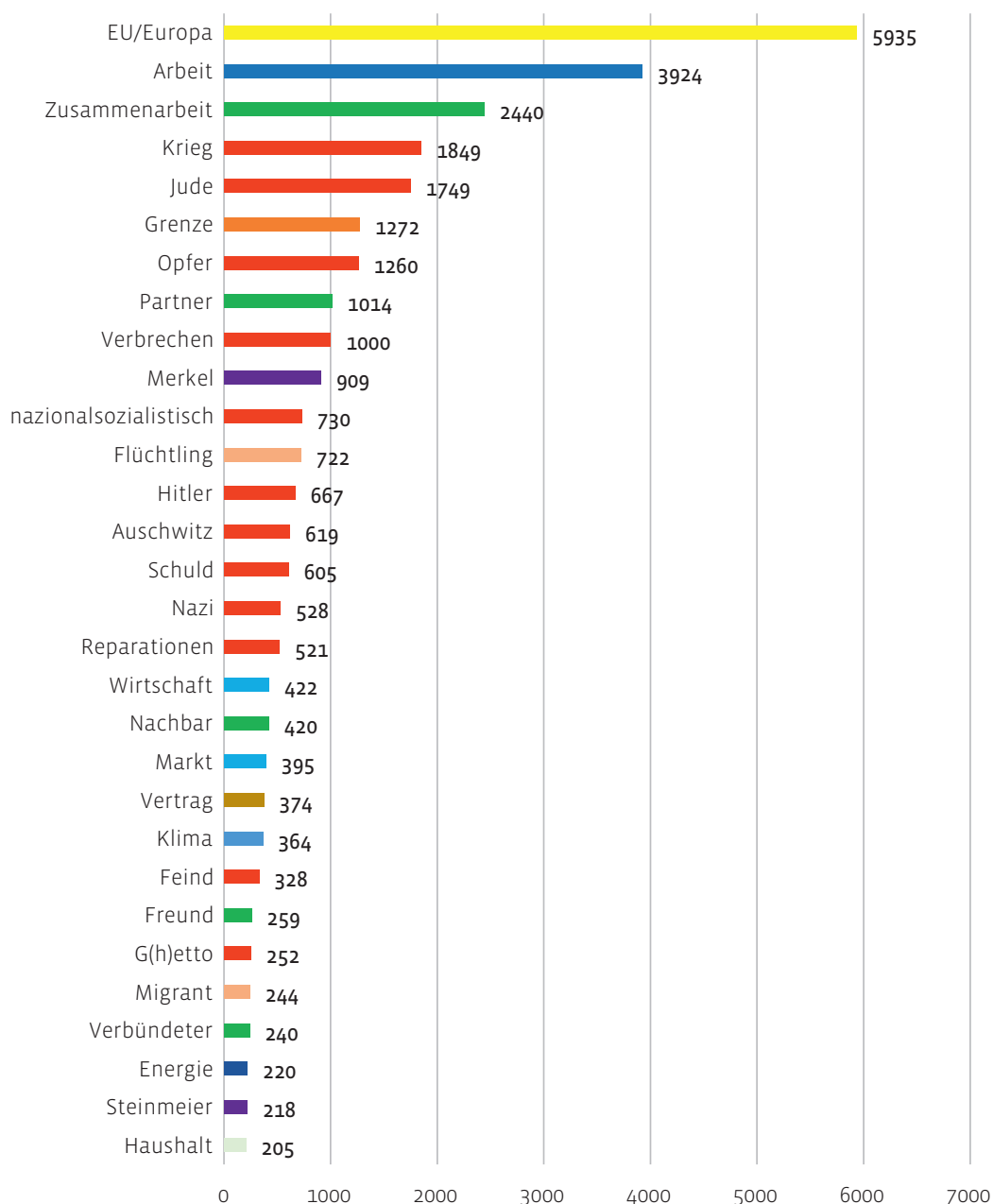
**Abbildung 4:** Die 30 am häufigsten auftretenden analysierten Wörter in Posts und Kommentaren insgesamt – polnisches Korpus



Wenn hingegen nur die Posts analysiert wurden – also Einträge, die durch Personen erstellt wurden, die für das Betreiben einer bestimmten Seite auf

Facebook verantwortlich sind – gestaltete sich die Hierarchie der Häufigkeit des Auftretens grundlegend anders. An erster Stelle standen hier Wörter beginnend mit »EU-/Euro-« (gleichbedeutend mit einer breiten Gruppe von Wörtern zu europäischen Themen), gefolgt von »Arbeit«, »Zusammenarbeit« sowie »Krieg« und »Jude«.

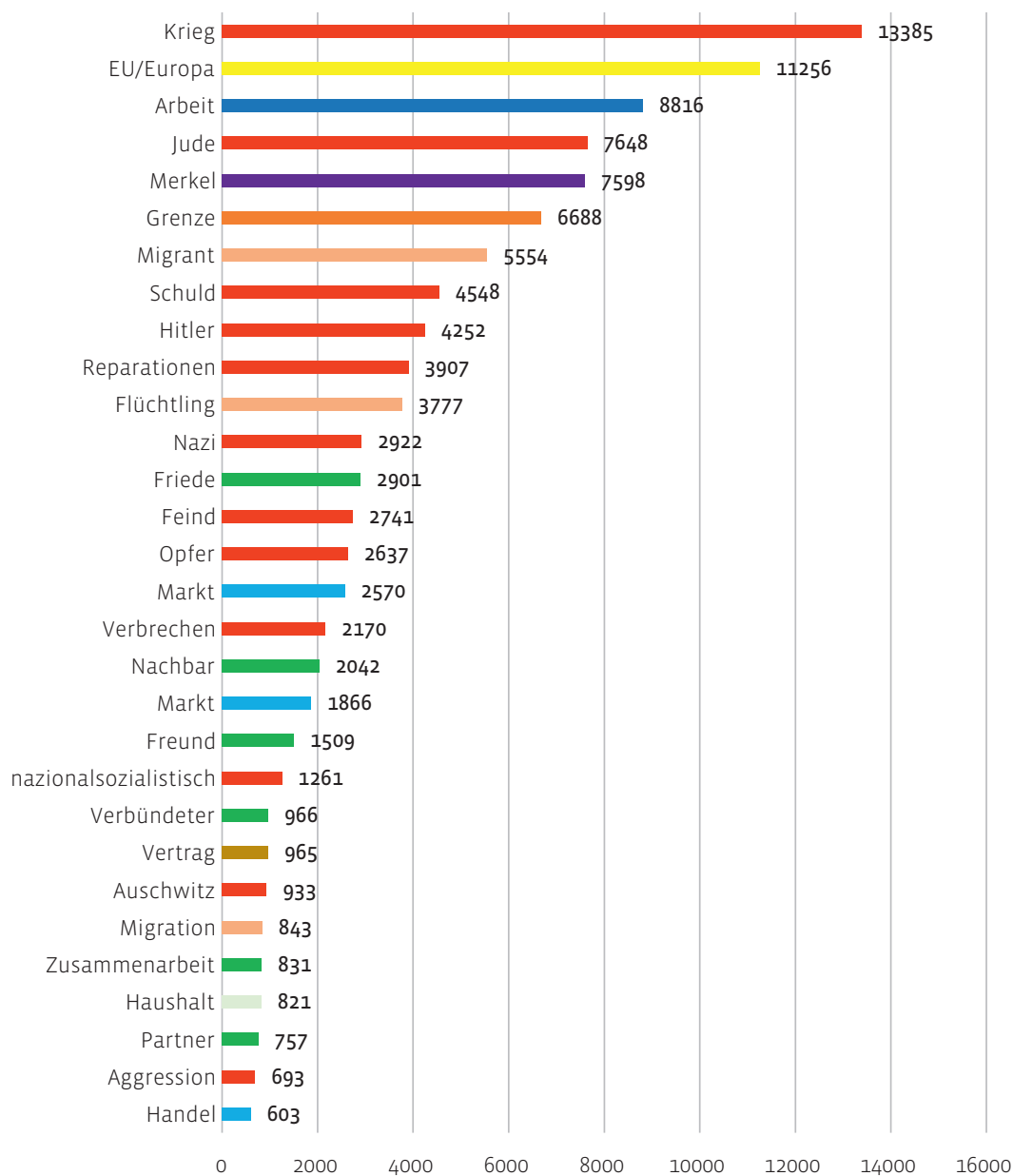
**Abbildung 5:** Die dreißig am häufigsten auftretenden analysierten Wörter in Posts – polnisches Korpus



Das Wort »Krieg« dominierte in den Kommentaren (und auch weitere, mit dem Krieg assoziierte Wörter nahmen eine ganze Reihe von hohen

Positionen in der Auflistung ein). Auf den folgenden Plätzen fanden sich Wörter im Zusammenhang mit europäischen Themen (»EU/Euro«) sowie »Arbeit«, »Jude« und »Merkel«.

**Abbildung 6:** Die dreißig am häufigsten auftretenden analysierten Wörter in den Kommentaren – polnisches Korpus

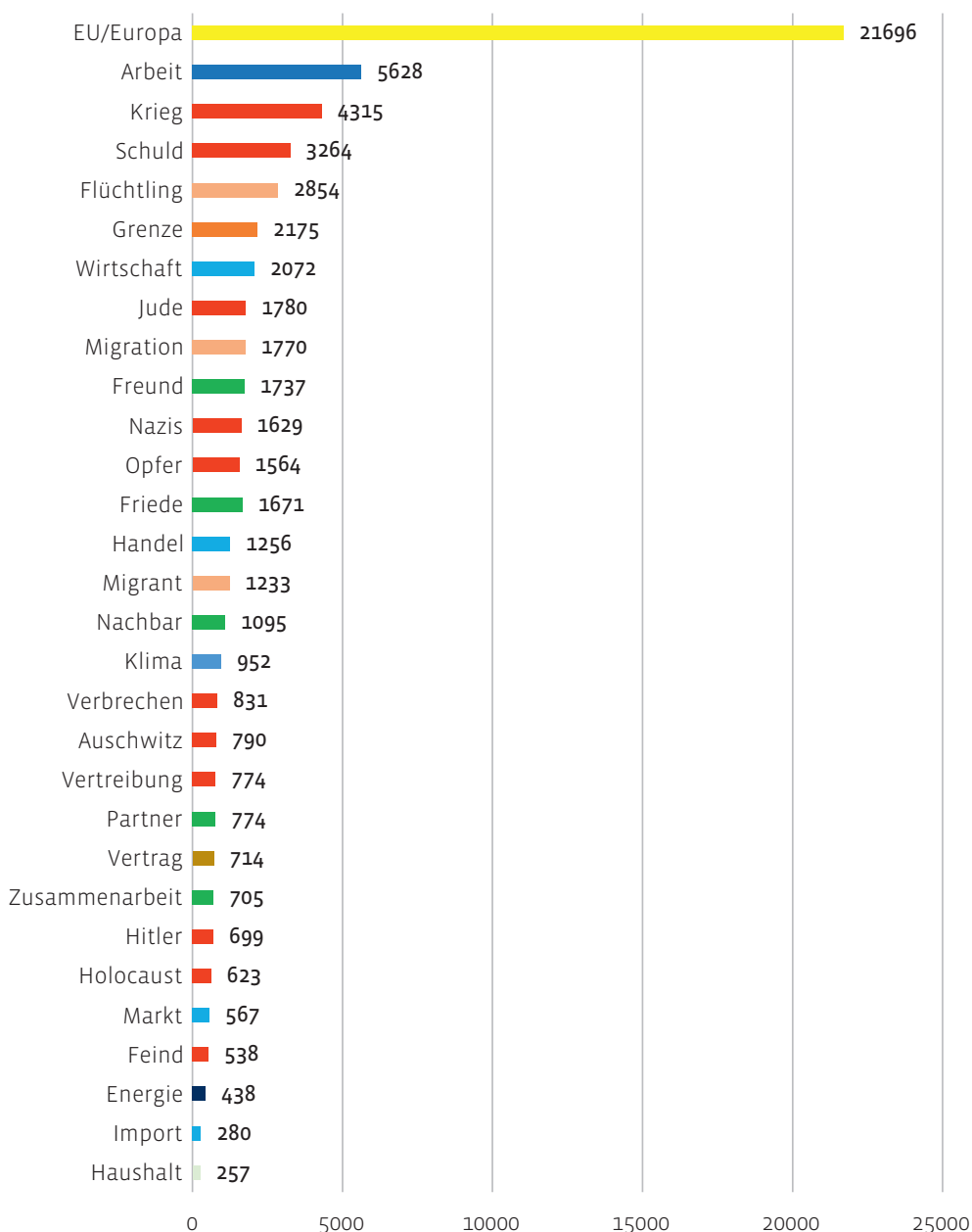


Auf deutscher Seite dominierte bei den verwendeten Wörtern eindeutig »EU« (21 700 Fundstellen). Dabei ist zu berücksichtigen, dass im Deutschen die formalen Abkürzungen verschiedener EU-Institutionen, aber auch alle europabezogenen Wörter (einschließlich

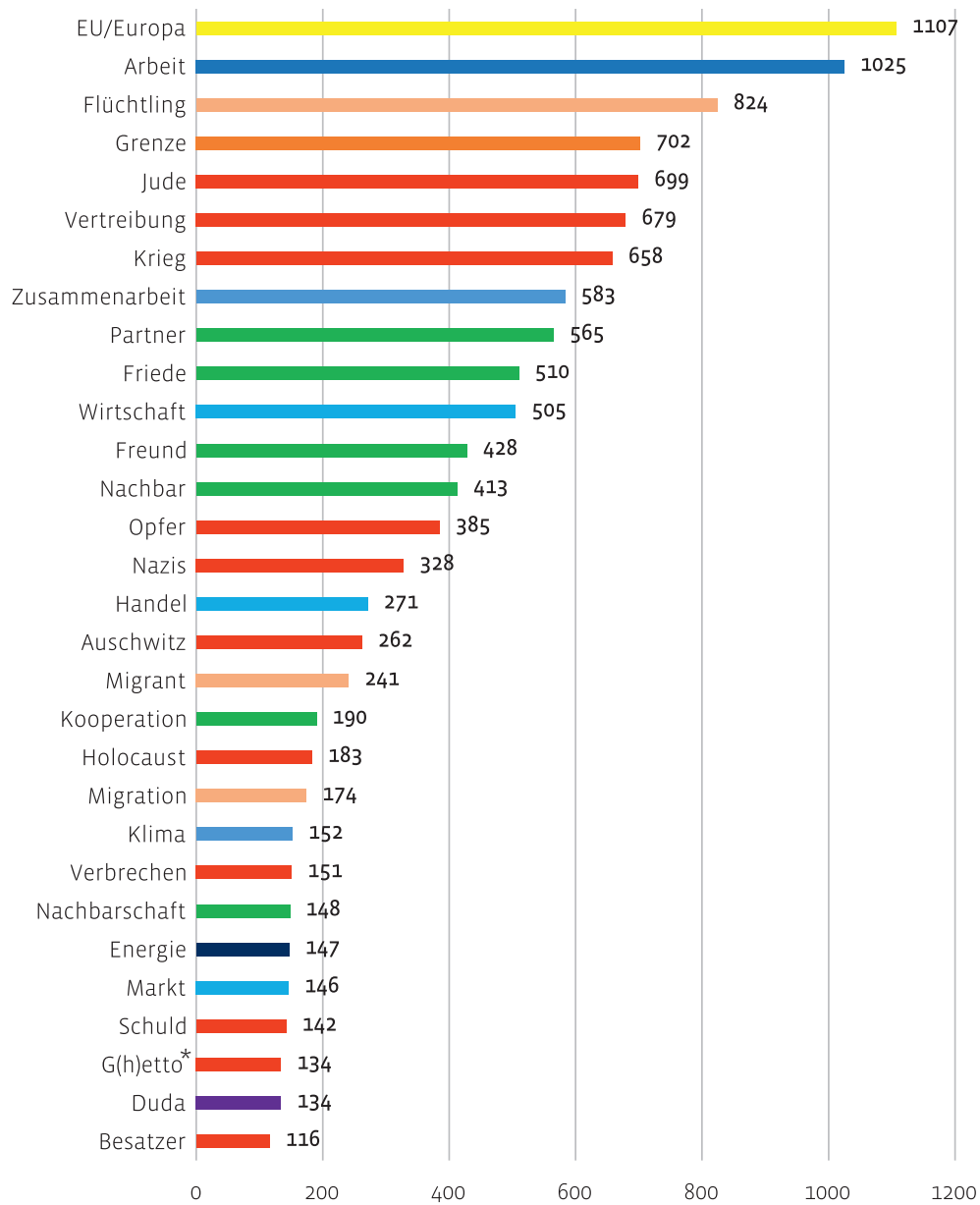
Auf deutscher Seite waren die mit Abstand am häufigsten auftretenden Wörter solche mit Bezug zu Europa

der Adjektive »europäisch/e/r«) mit der Vorsilbe »EU« beginnen. In der polnischen Sprache musste hingegen zwischen Wörtern mit der Abkürzung »EU« und der Vorsilbe »Euro« unterschieden werden, die in den Analysen zur Aufrechterhaltung der Vergleichbarkeit zusammengefasst wurden.) Auf den weiteren Plätzen befanden sich »Arbeit« (ca. 5 700), »Krieg«, »Schuld« und »Flüchtling«.

**Abbildung 7:** Die dreißig am häufigsten auftretenden analysierten Wörter in Posts und Kommentaren – deutsches Korpus



**Abbildung 8:** Die dreißig am häufigsten auftretenden analysierten Wörter in Posts – deutsches Korpus



\* In der deutschen Sprache finden sich zwei richtige Schreibeweisen: "Getto" und "Ghetto".



**Abbildung 9:** Die dreißig am häufigsten auftretenden analysierten Wörter in Kommentaren – deutsches Korpus





Zu Analysezwecken wurden einige der Wörter, auf deren Grundlage das Korpus durchsucht wurde, anschließend bestimmten thematischen Gruppen zugeordnet. Dadurch konnten wir mehrere thematische Bereiche unterscheiden und feststellen, welche am häufigsten aufgegriffen wurden.<sup>45</sup> Bei der Analyse wurde auch zwischen den Posts und den unter ihnen platzierten Kommentaren unterschieden. Dadurch konnte festgestellt werden, ob der Autor der Verlautbarung einer bestimmten Seite in Bezug auf ein bestimmtes Thema eher neutral bzw. positiv oder negativ kommunizierte und welche Reaktionen ein bestimmtes Thema dann unter den Empfänger:innen der Nachricht hervorruft, die einen bestimmten Post kommentierten. Ähnliche Vergleiche wurden in Bezug auf die gesuchten Schlüsselwörter durchgeführt, wodurch noch detaillierter ermittelt werden kann, was unter den Nutzer:innen von Facebook in Bezug auf das Nachbarland und die deutsch-polnischen Beziehungen positive oder negative Emotionen hervorruft.

### **Die Aussage von Einträgen, aufgeschlüsselt nach Themen**

Die Analyse aller Einträge – also von Posts und Kommentaren – nach definierten Wortgruppen ermöglicht es uns festzustellen, ob ein Thema oder eine Fragestellung mit einer bestimmten positiv oder negativ konnotierten Aussage beschrieben und diskutiert wurde. Auf polnischer Seite war der Anteil an negativ konnotierten Einträgen generell sehr hoch – dies betraf fast drei Viertel der Einträge über Personen, Migration oder die weit gefasste Kriegsthematik. In Deutschland war der Anteil der negativ konnotierten Aussagen deutlich geringer. Die meisten von ihnen wurden im Hinblick auf die EU-Erweiterung festgestellt (10 %). Mit Blick auf den Krieg waren es demgegenüber nur 8 %, und

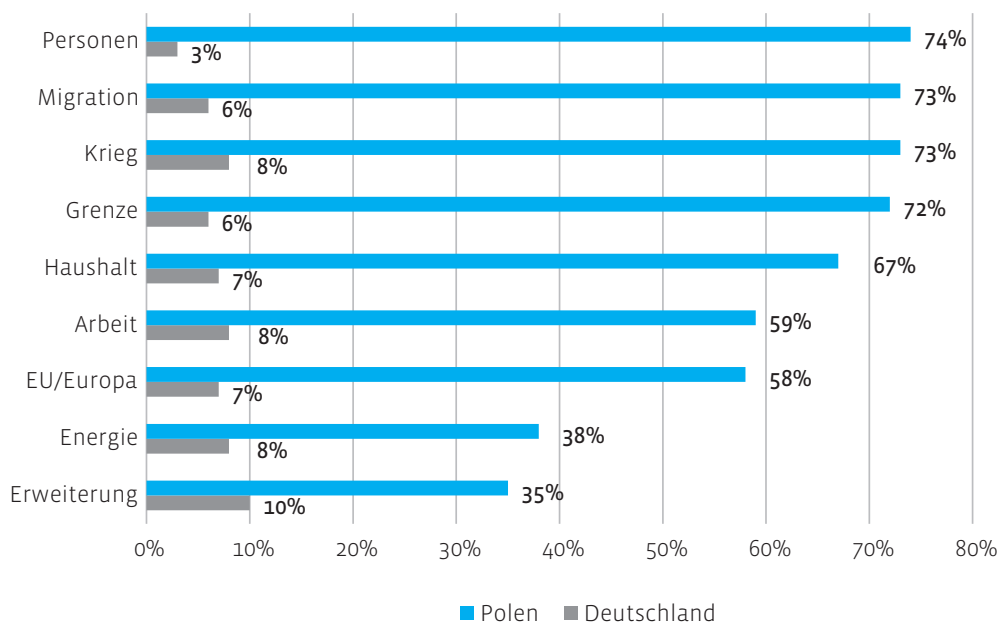
Auf der polnischen Seite lag der Prozentsatz der negativ konnotierten Einträge, unabhängig von ihrem Thema, viel höher als auf der deutschen. Die höchsten Prozentsätze wurden bei Fragen im Zusammenhang mit Personen, Migration oder der weit gefassten Kriegsthematik erzielt. In Deutschland galt das für das Thema EU-Erweiterung. Außerdem wurden europäische Themen zehnmal seltener negativ dargestellt, als dies in Polen der Fall war

---

<sup>45</sup> Dazu gehörten die folgenden Gruppen: Krieg (enthielt Wörter wie: Krieg, Hitler, Steinbach, Auschwitz, Vertriebene, Aussiedler, Aggression, Nazis, Schuld, Opfer, Holocaust, Besatzung, Verbrechen, Ghetto, Feind, Jude, Reparationen), Partnerschaft (Versöhnung, Nachbar, Nachbarschaft, Verständigung, Frieden, Verbündeter, Partner, Zusammenarbeit, Freund, Zusammenarbeit), Klima, Migration, Erweiterung, Europäische Union (EU/Europa), Grenze, Haushalt, Wirtschaft, Vertrag, Flucht, Personen (Namen von Personen).

europäische Themen (abgesehen von der Erweiterung) förderten einen noch geringeren Prozentsatz an negativen Einträgen (7 %) zutage.

**Abbildung 10:** Prozentsatz der negativen Aussagen von Posts und Kommentaren für ausgewählte Wortgruppen insgesamt – polnisches und deutsches Korpus



Für die Untersuchung der Kommunikation ist die Unterscheidung bedeutsam, ob eine derart negative Aussage bei Posts oder Kommentaren zu finden war. Die Analyse der Wortgruppen zeigt, dass auf polnischer Seite alle in Posts angesprochenen Themen weitgehend neutral diskutiert wurden. Zu jenen Themen, die in den Posts mit einer positiven Aussage präsentiert wurden, gehörten in erster Linie die deutsch-polnische Partnerschaft (11 % der diesbezüglichen Posts können in ihrer Aussage als positiv bezeichnet werden), die Erweiterung der Europäischen Union (10 %) und der deutsch-polnische Nachbarschaftsvertrag (7 %). Positive Kommentare bezogen sich demgegenüber auf Partnerschaft und Energie (jeweils 4 %) sowie die EU-Erweiterung (3 %). Die Prozentsätze dieser positiv konnotierten Einträge sind somit relativ niedrig. Allerdings ist hierbei zu berücksichtigen, dass die Kategorisierung in positive, neutrale und negative Posts automatisch anhand von Schlüsselwörtern vorgenommen wurde. Eine solche automatische Klassifizierung macht es unmöglich, Aspekte wie Ironie, die Benutzung von Metaphern oder die Bestimmung der Aussage im Vergleich mit der Person des Autors eines Posts zu berücksichtigen. Die Analyse des generierten Korpus lässt jedoch den Schluss zu, dass sich mit Blick auf die Posts von Institutionen, diplomatischen Vertretungen oder den meisten politischen Parteien diese automatische Klassifizierung in den allermeisten Fällen bewährt hat. Andererseits enthielten die Posts einzelner Personen (Politiker)

und der Medien nicht selten Ironie oder Metaphern, was dazu führte, dass ein Post, der generell neutrale oder positive Vokabeln verwendet, eigentlich in die Gruppe der negativen Posts aufgenommen werden müsste. Dies ist vermutlich für einen niedrigen einstelligen Prozentwert der Posts der Fall. In den hier diskutierten Fällen haben wir jedoch nicht korrigierend in die quantitativen Daten eingegriffen. In den folgenden Kapiteln, die sich mit der Aussage befassen, haben wir allerdings Beispiele dafür angeführt, wie eine in der Theorie neutral oder positiv wirkende Aussage in der Tat negativ gemeint sein kann.

Auf dem polnischen Facebook waren insbesondere Posts zu den folgenden Themen negativ eingefärbt: Krieg (28%), Migration (25%) und Europa (17%). Die meisten negativen Kommentare betrafen die Themen Krieg (82%), Europa (80%), Migration und Arbeit (jeweils 78%). Im Allgemeinen enthielt der überwiegende Teil der Kommentare eine negativ konnotiert Aussage. Hierbei verdienen jedoch gleich mehrere Punkte weitere Aufmerksamkeit. Es überrascht sicherlich kaum, dass Posts mit dem Wort Krieg stark negativ eingefärbt sind.

Analysiert man jedoch die Posts und Kommentare, die Wörter aus dieser Gruppe enthalten, getrennt, so wird deutlich, dass vor allem im letzteren Fall die Aussage negativ war (82% der Kommentare), während bei Posts neutrale Botschaften (ca. 69% der Posts) solche negativer Natur (28%) überwogen. Die inhaltliche Analyse der Einträge zeigt, dass viele dieser Posts über Feierlichkeiten zu Kriegsjubiläen berichteten, wodurch sie eine neutrale Aussage enthielten (z. B. »Am 8. Mai begehen wir den Tag des Sieges, Polen hat zusammen mit den Alliierten Hitlerdeutschland besiegt, Millionen von Menschen konnten aus der Zwangsarbeit, aus den Vernichtungslagern, von der Front zu ihren Familien zurückkehren. Ungezählte Menschen waren froh darüber, diesen größten Krieg der Menschheitsgeschichte überstanden zu haben. Ehre und Ruhm den Helden, Ehre und Ruhm allen polnischen Soldaten, ungeachtet dessen, welche Uniform sie an diesem Tag trugen. #VergesseneSoldaten« [Die Linke – Wahlkomitee Bündnis der Demokratischen Linken (Lewica – KW Sojusz Lewicy Demokratycznej), 8.5.2018]).

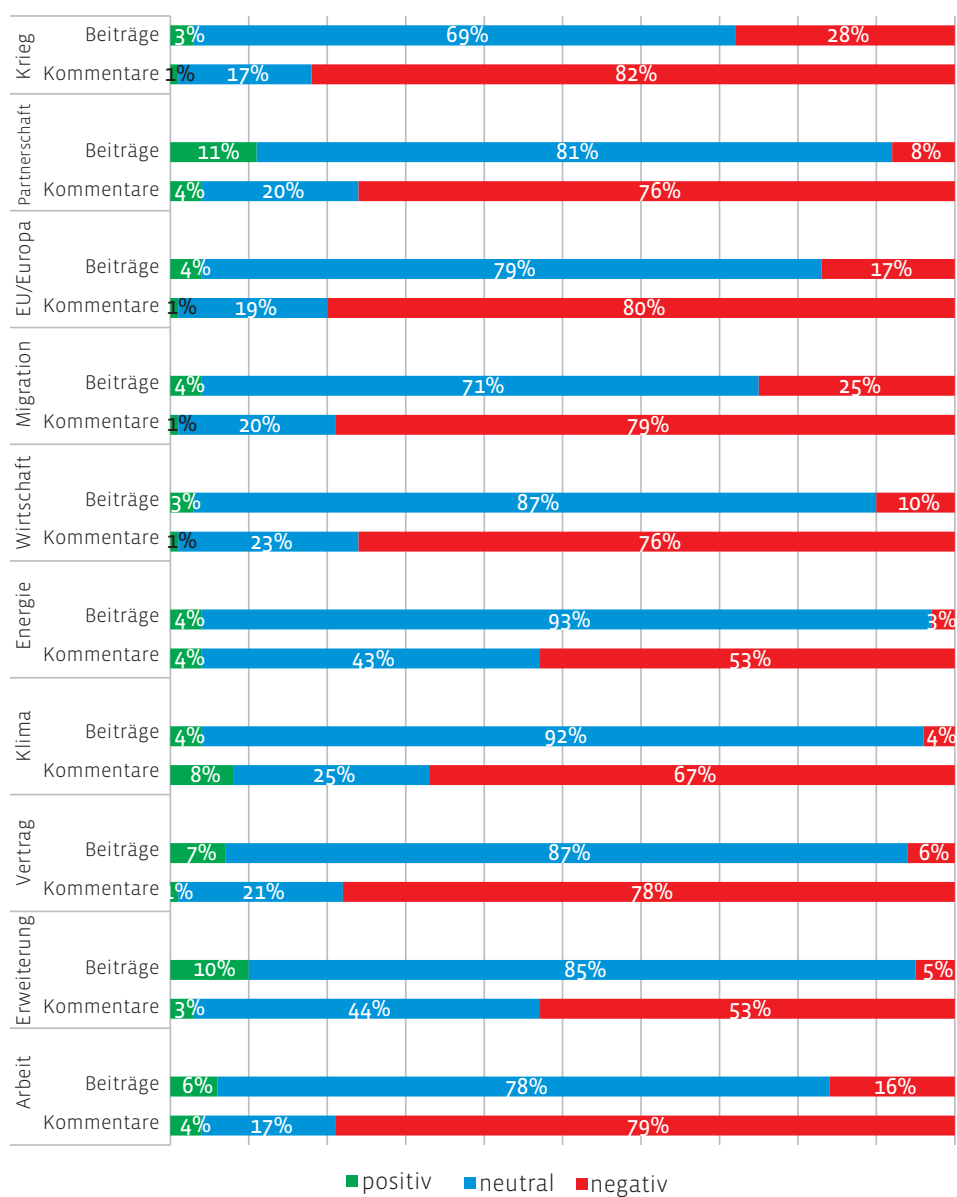
Gleichzeitig war der Kontext, in dem sie auftauchten, im Gegensatz zur im Allgemeinen (gemäß der landläufigen Annahme) positiven oder neutralen Aussage der Bezeichnung »Partnerschaft«, in der Mehrheit der Fälle (54%) negativ, bei 40% neutral und nur bei 6% positiv. Dabei überwiegen auch in diesem Fall in den Kommentaren die negativen Aussagen der eingestellten Inhalte (76%), wohingegen die Botschaften in den Posts überwiegend als neutral (81%) und nur bei 8% als negativ einzustufen sind.

Auf ähnliche Weise lassen sich die Einträge aus der Gruppe »Wirtschaft« kommentieren. Die Wirtschaftsbeziehungen gehören zu den positiven

Die Aussage der polnischen Kommentare zu Deutschland und den deutsch-polnischen Beziehungen war überwiegend negativ, sogar dann, wenn sie Schlüsselwörter aus der mit Partnerschaft verbundenen Gruppe verwendeten

Beispielen für das Funktionieren der deutsch-polnischen Beziehungen. Umso mehr überrascht es daher, dass fast zwei Drittel der Materialien, die Bezüge zur Wirtschaft enthielten (64 %), eine negative Aussage aufwiesen. Auch hier zeigt sich erneut die Tendenz, dass diese negativen Konnotationen vor allem in den Kommentaren dominieren (76 %) und dort mehr als dreimal häufiger vorkommen als neutrale Aussagen (23 %). Bei den Posts ist wiederum das Gegenteil der Fall (87 % neutrale gegenüber 10 % negativen Aussagen). Trotz der oben erwähnten positiven Auswirkungen auf die breit verstandenen deutsch-polnischen Kontakte finden sich positive Aussagen nur in 2 % der Texte aus dieser Gruppe.

**Abbildung 11:** Verteilung der Charakteristik der Aussagen von Posts und Kommentaren ausgewählter Themengruppen – polnisches Korpus



»Ich hätte nie gedacht, dass es in diesem Saal notwendig sein würde, darüber zu diskutieren, was Nazi-Deutschland war. In Deutschland haben sie überhaupt kein moralisches Recht dazu, über Polen zu sprechen! Sie haben doch die Hekatombe der polnischen Nation verursacht, und trotzdem belehren sie uns immer wieder. Wir müssen genaues Wissen über den Zweiten Weltkrieg vermitteln. (...)«  
[Krieg, negative Aussage, KUKIZ15, 25.1.2018]

»Der polnische Staatspräsident Andrzej Duda und deutsche Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier auf den Feierlichkeiten zum 80. Jahrestag des Ausbruchs des 2. Weltkriegs.#80WW2«  
[Krieg, neutrale Aussage, Kanzlei des Präsidenten der Republik Polen, 1.9.2019]

»Überraschend! Die deutsche Linke verlangt Reparationszahlungen an Polen. »Ohne die Anerkennung der Verantwortung ist Versöhnung unmöglich.«  
[Versöhnung, positive Aussage, wPolityce.pl, 27.8.2019]

»»Somalische Flüchtlinge haben eine unbekannt Form der arzneimittelresistenten Tuberkulose nach Europa gebracht. Fälle von Infektionen mit dieser Art von Tuberkulose wurden in vier EU-Ländern registriert, in denen die Krankheit als ausgerottet galt« – schreibt die deutsche Medizinzeitschrift »Deutsches Ärzteblatt«  
[EU/Europa, neutrale Aussage, Tygodnik Sieci, 3.1.2017]

»Der Steinkohlenbergbau in Deutschland ist nach 200 Jahren Geschichte. Zwar wird immer noch 13 Prozent der Elektrizität aus der Verbrennung von Steinkohle gewonnen, aber diese wird importiert. Dazu müssen noch 24 Prozent aus Braunkohle hinzugerechnet werden. Die für die Jahre 2035–38 vorgeschlagene vollständige Einstellung der Kohleverbrennung in der Energiewirtschaft wird von Experten bereits jetzt als unrealistisch angesehen.«

[Energie, neutrale Aussage, OKO.press, 17.1.2019]

»Seit Ende vergangenen Jahres finden in Deutschland jeden Freitag Schüler-Klimastreiks statt. Dieser ›freitägliche‹ Protest wurde hier von der größten Zahl von Menschen in ganz Europa unterstützt. Im März gingen 300 000 Jugendliche in 220 deutschen Städten auf die Straße.«

[Klima, neutrale Aussage, OKO.press, 11.8. 2019]

»Am 5. Juli 2019 nahm Bundeskanzlerin Angela Merkel am Westbalkan-Gipfel in Posen teil. Im Rahmen der Pressekonferenz dankte Bundeskanzlerin #Merkel der polnischen Seite für die hervorragende Organisation des Gipfels. Eine starke regionale Zusammenarbeit der Länder des Westbalkans untereinander und mit der Europäischen Union liegt in unserem gemeinsamen Interesse. Deutschland und Polen wollen ihnen eine glaubwürdige europäische Perspektive bieten. Der Gipfel #WBSummitPoznan fand vom 3. bis 5. Juli während der polnischen Präsidentschaft des sogenannten Berliner Prozesses statt. Dabei handelt es sich um eine Initiative Deutschlands aus dem Jahr 2014. Sie unterstützt die regionale Zusammenarbeit auf dem Westbalkan und ergänzt die EU-Erweiterungspolitik.«

[Erweiterung, positive Aussage, Deutsche Botschaft, 5.7.2019]

In Deutschland wurden in den Posts mit positiver Ausrichtung die Themen der EU-Erweiterung (50 %), der breit verstandenen Partnerschaft in den deutsch-polnischen Beziehungen (46 %) und der deutsch-polnische Nachbarschaftsvertrag (39 %) diskutiert. Unter den Kommentaren betrafen wiederum die meisten positiven nicht nur die Partnerschaft (33 %), sondern auch das Klima (24 %) und europäische Themen (»EU/Europa«) (23 %).

Negative Aussagen waren in deutschen Posts überaus selten vorhanden (höchstens in 2 % der Posts zum Thema Migration). Anders verhielt es sich jedoch bei den Kommentaren. Unter den Themen mit den meisten negativen schriftlichen Reaktionen auf dem deutschen Facebook fanden sich die Erweiterung der Europäischen Union (20 %), Energie (12 %) und Krieg (8 %).

Der Vergleich von polnischen und deutschen Posts und Kommentaren in Bezug auf die Aussage ihrer Botschaft zeigt, dass auf polnischer Seite die Posts selbst häufiger negativ gehalten waren als die deutschen. Bei den Kommentaren ist der Unterschied noch deutlicher. Dies dürfte nicht zuletzt mit der sogenannten »deutschen Karte« zusammenhängen, die Akteure aus Politik und der medialen Öffentlichkeit allgemein in Polen bisweilen spielen.<sup>16</sup> Da sich diese »deutsche Karte« immer auf ein historisches Framing Deutschlands beruft, sind negativ konnotierte Posts bzw. Kommentare in diesem Zusammenhang durchaus erwartbar. Auf der anderen Seite der Oder und Neiße, in Deutschland, gibt es keine vergleichbare »polnische Karte«, auf die Akteure aus Politik und Öffentlichkeit zurückgreifen würden, hierfür ist Polen schlicht zu wenig im öffentlichen Diskurs in Deutschland verankert. Daher ist es erwartbar, dass sich in den originären Posts auf deutscher Seite kaum negativ konnotierte Erwähnungen Polens nachweisen lassen. Gleichzeitig bedeutet dies natürlich nicht, dass es in Deutschland kein vergleichbares negatives Framing Polens gibt. Selbstverständlich sind derartige negative Framings und Stereotypen über Polen auch im deutschen Diskurs vorhanden und lassen sich daher auch in Nutzerkommentaren nachweisen.

Deutsche Posts wiesen sehr selten eine negative Aussage auf

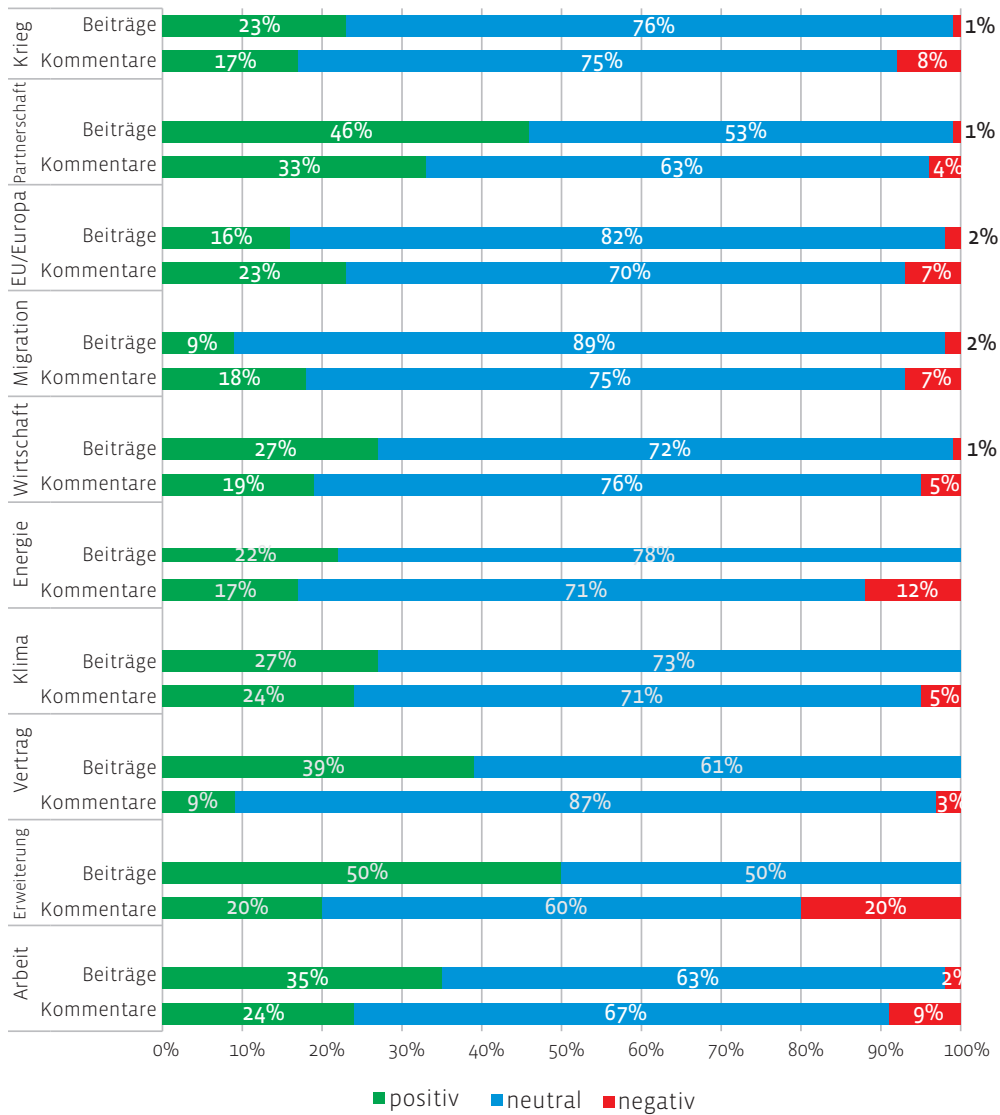
Polnische Posts, insbesondere aber Kommentare über Deutschland und die deutsch-polnischen Beziehungen, fallen auf Facebook häufiger negativ als die deutschen über Polen und die deutsch-polnischen Beziehungen aus

---

<sup>16</sup> Unter dem Begriff »deutsche Karte« wird die Nutzenanwendung der deutschen Thematik in Polen verstanden – der Verbindungen einer Person zu Deutschland, das Vertreten (angeblich) deutscher Interessen und ein zu großes Entgegenkommen gegenüber Deutschland v. a. in außen – und geschichtspolitischen Fragen. Vgl. auch Arendarska, Łada-Konefal, Sendhardt: Nachbarschaft im Rahmen, S. 267.



**Abbildung 12:** Verteilung der Aussagen von Posts und Kommentaren ausgewählter Themengruppen – deutsches Korpus



»Steinmeier in Warschau: Deutsch-polnische Beziehungen stärken ++Außenminister Frank-Walter Steinmeier hat in dieser Woche Polen besucht. Es war ein Besuch ganz im Geiste der engen deutsch-polnischen Zusammenarbeit.«

[Partnerschaft, positive Aussage, Auswärtiges Amt, 22.1.2016]

»Mit Senatsmarschall Grodzki bin ich mir einig, dass die zweiten Parlaments-Kammern in Deutschland und Polen – Bundesrat und Senat – unverzichtbare Akteure in den parlamentarischen Demokratien sind. Und wir wollen gemeinsam dazu beitragen, die ökologische Energiewende voranzubringen.«  
[Energie, positive Aussage, Dietmar Woidke, 22.1.2020]

»Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier und Elke Bündenbender sind heute und morgen zu Gast in Polen. »Wir haben viel zu verlieren. Zerbricht der Zusammenhalt der Europäischen Union, gewinnt dadurch niemand von uns an nationaler Durchsetzungsfähigkeit. Im Gegenteil: Wir werden sie verlieren. Getrennt voneinander würden wir nicht nur an wirtschaftlicher Stärke verlieren, sondern auch an politischer Handlungsfähigkeit.«  
[Wirtschaft, neutrale Aussage, Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier, 5.6.2018]

»Die Deutsch-polnische Partnerschaft. Ist sie Wunsch oder Wirklichkeit?«  
[Partnerschaft, neutrale Aussage, FAZ, 16.6.2016]

»Heute vor 28 Jahren (am 17. Juni 1991) haben #Polen und #Deutschland in Bonn den Vertrag über gute Nachbarschaft und freundschaftliche Zusammenarbeit unterzeichnet.«  
[Vertrag, positive Aussage, Polnische Botschaft in Deutschland, 17.6.2019]

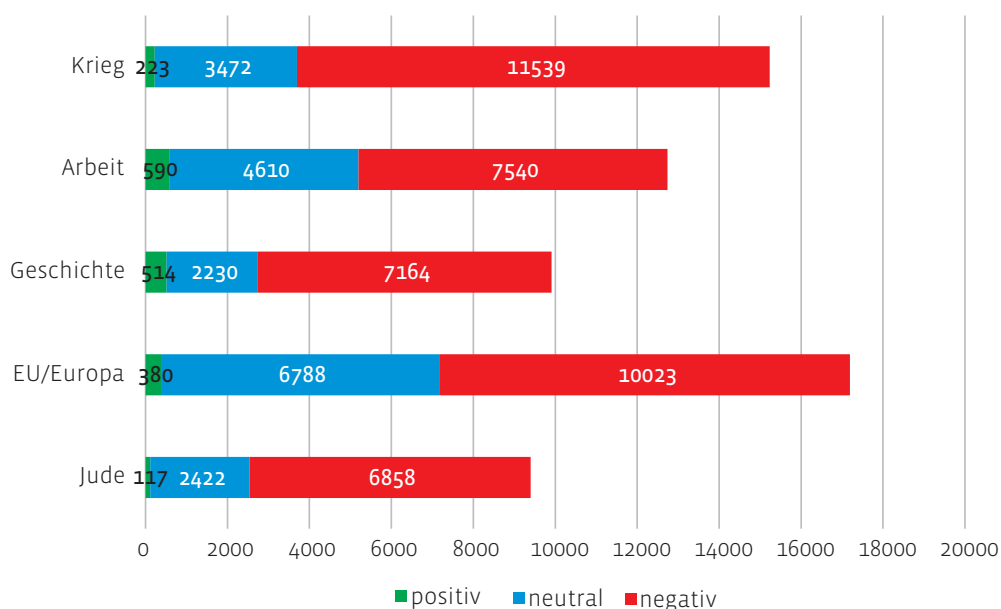
Die Wörter, die, wie oben beschrieben, im polnischen Korpus am häufigsten auftauchten, waren solche in Verbindung mit »EU-/Euro«, gefolgt von »Krieg«, »Arbeit«, »Geschichte« und »Jude«. In all diesen Fällen überstieg der Anteil negativer Einträge, in denen sie auftauchten, deutlich die Summe aus dem Anteil positiver und neutraler Einträge

In Deutschland waren die häufigsten Wörter »EU«, »Arbeit«, »Macht« und »Krieg«. Der Prozentsatz der mit ihnen verbundenen neutralen und positiven Aussagen war höher als der der negativen

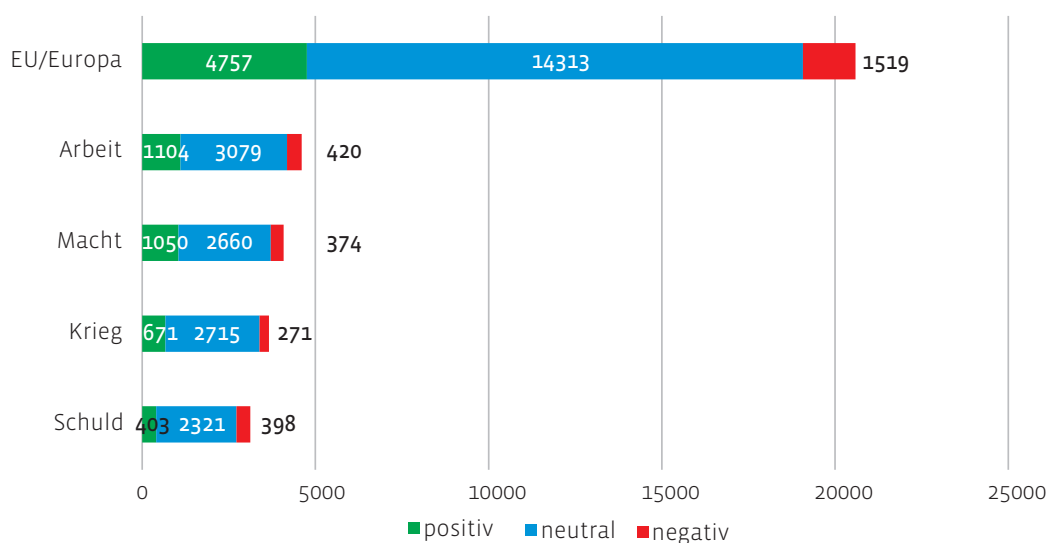
### Die Aussage von Einträgen, die die ausgewählten Wörter enthalten

Im nächsten Schritt kann genauer analysiert werden, welche konkreten Wörter die meisten negativen Emotionen ausgelöst haben. Die Wörter, die, wie oben beschrieben, im polnischen Korpus am häufigsten auftauchten, waren solche in Verbindung mit »EU-/Euro«, gefolgt von »Krieg«, »Arbeit«, »Geschichte« und »Jude«. In all diesen Fällen überstieg der Anteil negativer Einträge, in denen sie auftauchten, deutlich die Summe aus dem Anteil positiver und neutraler Einträge. Auf deutscher Seite nahm das Schlagwort »EU/Europa« eine ausgesprochene Sonderstellung ein, denn es tauchte deutlich häufiger als die nachfolgenden Wörter »Arbeit«, »Macht« oder »Krieg« auf. In diesem Fall war der Prozentsatz der neutralen und positiven Aussagen höher als der der negativen.

**Abbildung 13:** Die am häufigsten auftauchenden Wörter, aufgeschlüsselt nach der Aussage der Einträge, aus denen sie stammen – polnisches Korpus



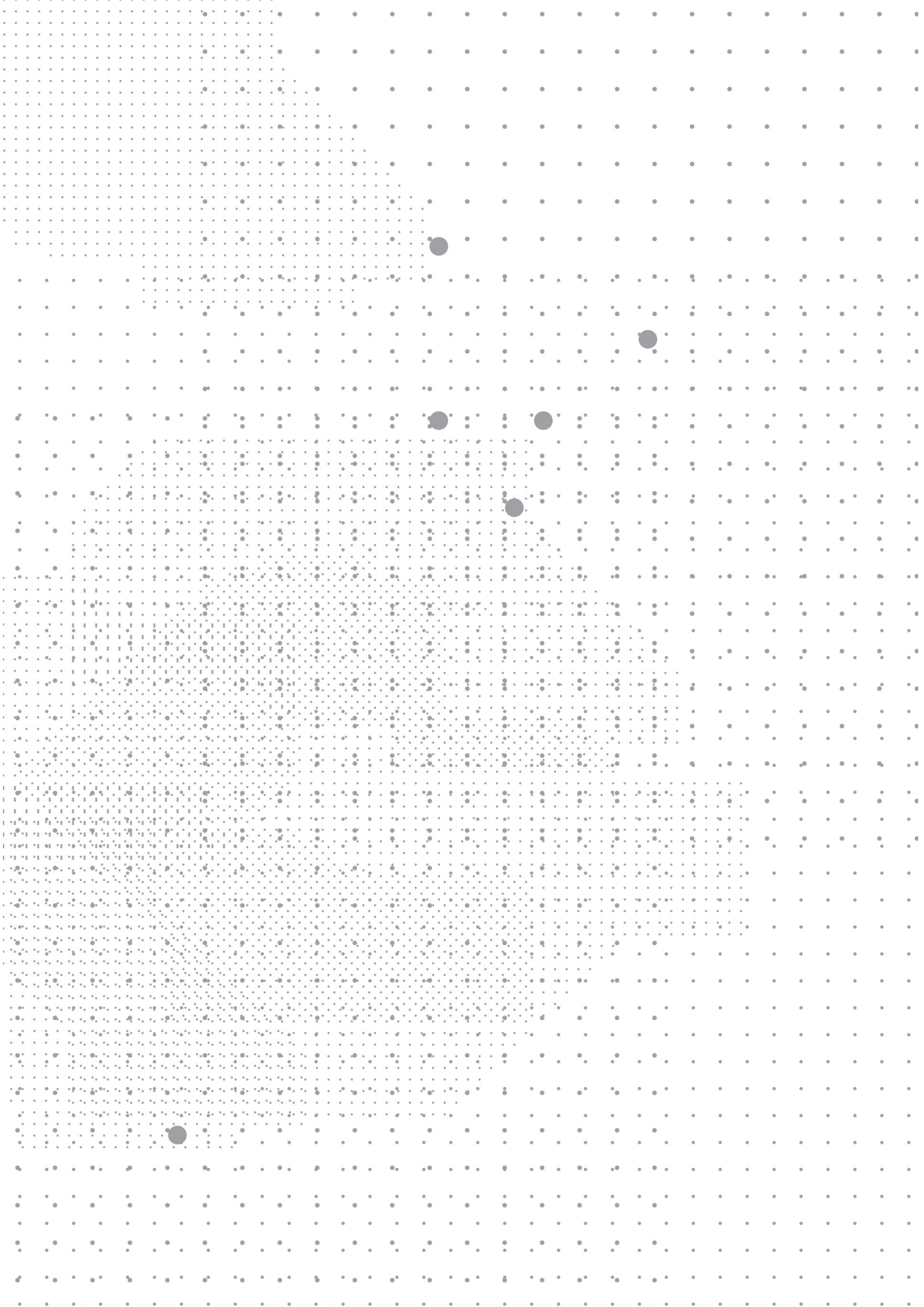
**Abbildung 14:** Die am häufigsten auftretenden Wörter, aufgeschlüsselt nach der Aussage der Einträge, aus denen sie stammen – deutsches Korpus



Analysiert man die Einträge – also die Posts und Kommentare insgesamt – im Hinblick auf die Wörter, die am häufigsten in positiven und negativen Einträgen vorkamen, so gestaltet sich auf polnischer Seite die Rangliste der drei am häufigsten vorkommenden positiven Begriffe wie folgt: »Frank-Walter Steinmeier« (14 %), »Joachim Gauck« (12 %) und »Władysław Bartoszewski« (10 %). Dabei handelt es sich um die Namen von Politikern, die an der deutsch-polnischen Verständigung beteiligt waren (obwohl Steinmeiers Person in Polen wegen seiner Zusammenarbeit mit Gerhard Schröder<sup>37</sup> negativ assoziiert wird und Władysław Bartoszewski darüber hinaus in PiS-nahen Kreisen wegen seiner Äußerungen, die der Rhetorik dieser Partei widersprachen, kritisiert wurde). Auf deutscher Seite waren »Warschau« (in allen positiven Einträgen), »Jubiläum« (in allen positiven Einträgen) und »Zloty« (82 %) die häufigsten Wörter in Texten mit positiven Aussagen.

Im Gegensatz dazu enthielten die Texte mit der negativsten Aussage in Polen die Wörter: »Dieb« (93 %), »Erika Steinbach« (93 %) und »Propaganda« (91 %), und in Deutschland den Namen »Beata Szydło« (33 %), das Wort »Jude« (»Jüdin«) (29 %) und »Erweiterung« (20 %). Erneut zeigt sich die Tendenz einer viel größeren negativen Emotionalität der Einträge auf polnischer Seite.

<sup>37</sup> Frank-Walter Steinmeier – Bundespräsident der Bundesrepublik Deutschland seit 2017, in den Jahren 1999–2005 Kanzleramtschef unter Gerhard Schröder, Außenminister 2005–2009 (Kabinett Merkel I) und zudem ab 2007 Vizekanzler, in den Jahren 2013–2017 erneut Außenminister (Kabinett Merkel III).





Für die Analyse der Inhalte von Facebook, das als Soziales Netzwerk auf der Aktivität seiner Nutzer und Nutzerinnen basiert, ist es entscheidend zu untersuchen, inwieweit Posts auf einzelnen Seiten die Reaktion anderer Facebook-Nutzer ausgelöst haben. Zu diesem Zwecke haben wir den Interaktivitätsindex (Interactivity Index, INI) verwendet. Dabei handelt es sich um einen von der Firma *Sotrender* erstellten proprietären Indikator für die Aktivität auf einer Seite in den Sozialen Medien. Für die Berechnung des INI werden einzelne Aktivitäten berücksichtigt und ihnen entsprechend ihrer Bedeutung für eine bestimmte Seite angemessene Gewichtungen zugewiesen. Dadurch hilft INI bei der Beantwortung der Frage, welche Inhalte für Nutzer/Empfänger:innen, unter Berücksichtigung der Bedeutung individueller Aktivitäten, am ansprechendsten waren. Der INI wird berechnet, indem einer bestimmten Interaktivität eine Gewichtung zugewiesen wird: Like = 1, Kommentar = 4, Post (mit Textstatus oder Multimediastatus, z. B. ein Foto, YouTube-Link) = 12, Teilen = 16. Der Indikator INI ist ein Maß für die Aktivität der Nutzer auf einer bestimmten Seite und hängt nicht direkt von der Anzahl der Posts ab, die auf einer bestimmten Seite gepostet werden.<sup>18</sup>

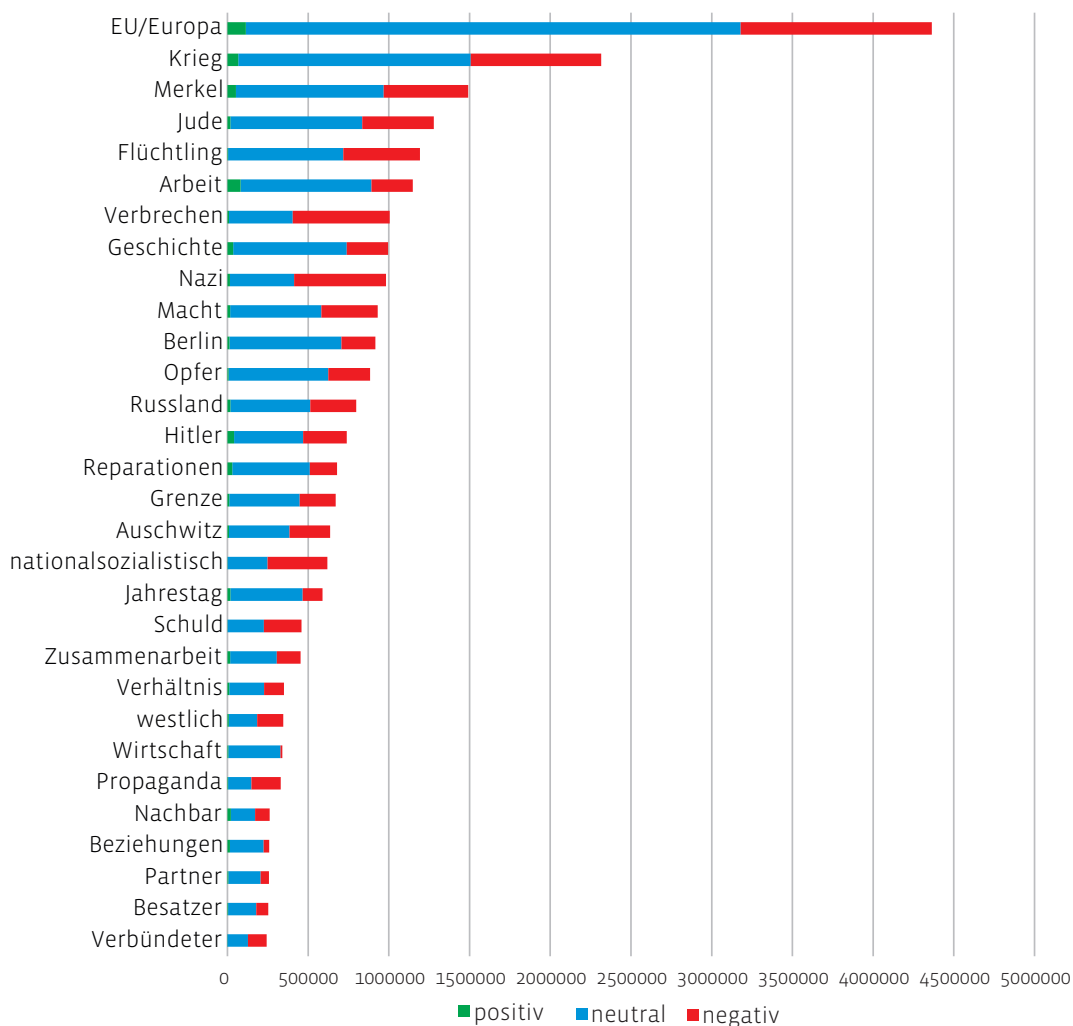
Die Analyse des Interaktivitätsindex INI pro Post mit diesem Wort zeigt, dass auf polnischer Seite die Posts mit den Wörtern »EU-/Euro«, »Krieg«, »Merkel«, »Jude« und »Flüchtling« die stärkste Interaktivität hervorriefen.

Auf polnischer Seite riefen die Posts mit den Wörtern »EU-/Euro«, »Krieg«, »Merkel«, »Jude« und »Flüchtling« die stärkste Interaktivität hervor

---

<sup>18</sup> Nur in dem Fall, in dem die INI-Summe bereitgestellt wird, hängt der Wert von der Anzahl der Posts ab.

**Abbildung 15:** Die dreißig Wörter mit dem höchsten Interaktivitätsindex (INI-Summe) einzelner Wörter unter Berücksichtigung der Verteilung der Aussage- polnisches Korpus



In der obigen Abbildung hängt der Wert auch von der Gesamtzahl der Posts auf der Seite ab.

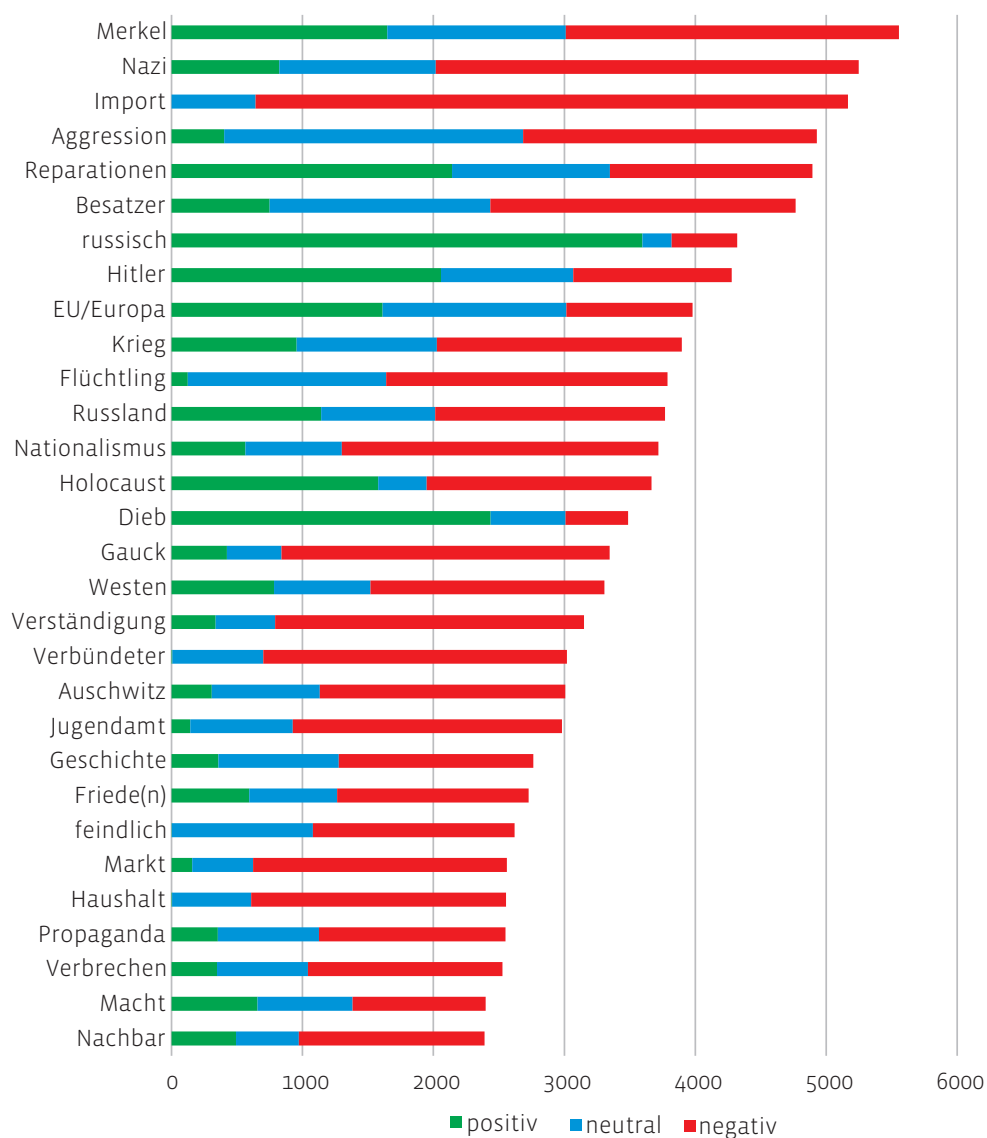
Hierbei ist zu beachten, dass die Abbildung mit der INI-Summe den gesamten Interaktivitätsindex für jedes einzelne Wort anzeigt. Dank dessen können Unterschiede in der »Beliebtheit« einzelner Wörter erkannt werden. In diesem Fall besteht eine große Abhängigkeit von der Anzahl der Posts mit einem bestimmten Wort (in anderen Aufstellungen spielt die Anzahl der Posts keine Rolle). Bei dieser Abbildung (mit der Summe) addieren wir die INI aller Posts mit einer bestimmten Aussage, was beispielsweise darauf hindeutet, dass es sehr viele neutrale Posts mit dem Wort »Merkel« gab und daher alle Posts zusammengenommen eine hohe INI-Summe erreichten. Andererseits besteht die wichtige Frage, bei welcher Aussage die Posts mit dem jeweiligen Wort die größte Interaktivität erzeugten.

Die Antwort auf diese Frage liefert eine andere Aufstellung, die die INI-Summe dividiert durch die Anzahl der Posts mit einem bestimmten Wort

und einer bestimmten Aussage darstellt. Sie zeigt, dass für einen einzelnen Post das Wort »Merkel« dann die größte Interaktivität erzeugt, wenn es zusammen mit einer negativen Aussage verwendet wird. Die gleiche Beziehung trat bei den nächsten beiden Wörtern – »Nazi« und »Import« – sowie bei der überwiegenden Mehrheit der Wörter aus den Top 30 auf.

Auf dem polnischen Facebook erzeugten jene Posts, die das analysierte Wort zusammen mit einer negativen Aussage enthielten, eine höhere Interaktivität als solche mit einer positiven oder neutralen Aussage

**Abbildung 16:** Die dreißig Wörter mit dem höchsten Interaktivitätsindex (INI-Summe), der auf einen Post mit diesem Wort entfiel– polnisches Korpus



Diese Abbildung zeigt den gesamten INI geteilt durch die Anzahl des Vorkommens eines bestimmten Wortes an (ein bestimmtes Wort kann in einem Post mehrmals vorkommen). Zum Beispiel fanden sich 15 Posts mit dem Wort »Dieb« und einer negativen Aussage, das Wort selbst tauchte in ihnen aber ganze 58-mal auf. Sie werden separat durch die Anzahl der negativen, positiven und neutralen Posts geteilt.

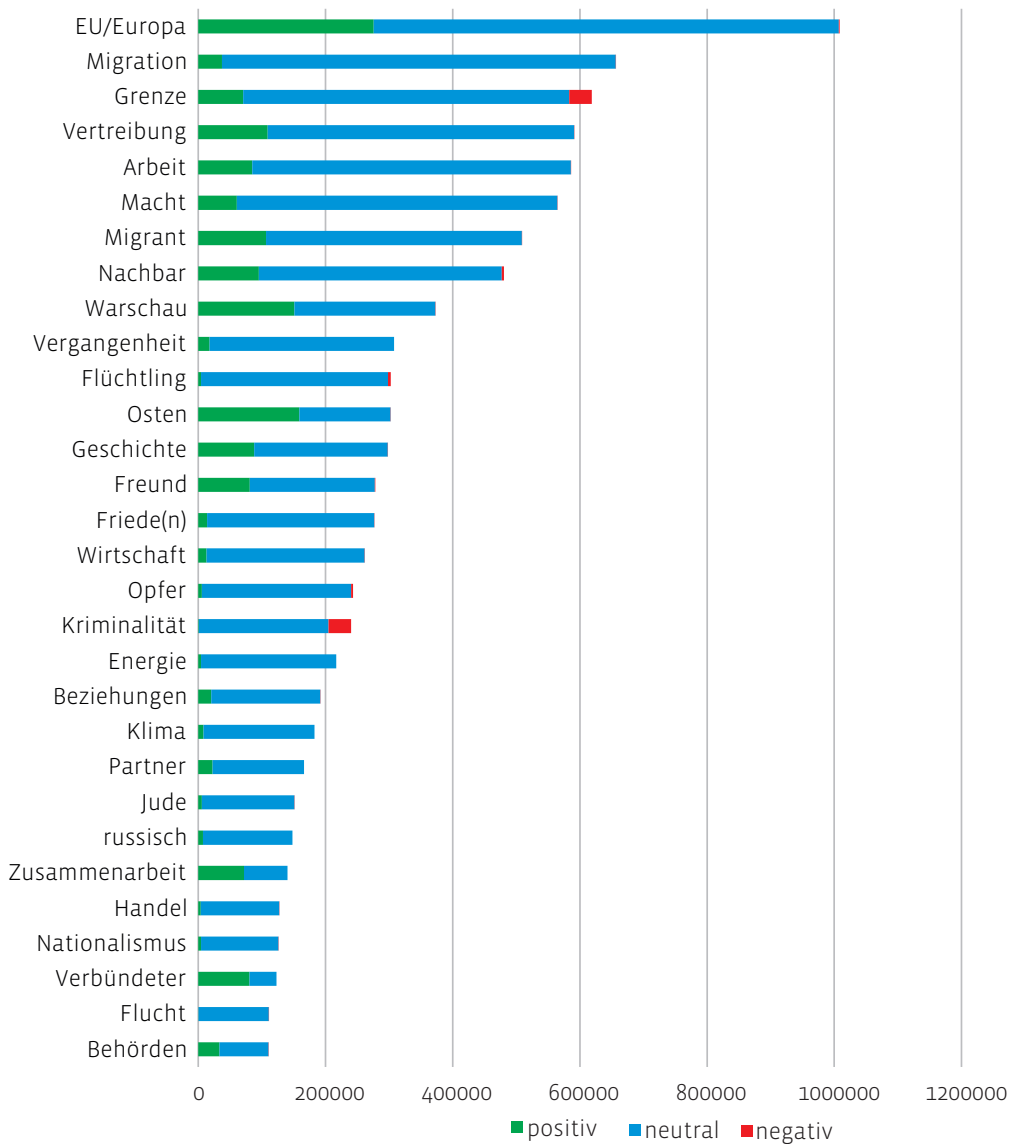


Unter den deutschsprachigen Einträgen generierten die Posts mit den Wörtern »EU«, »Migrationen«, »Grenze«, »Vertreibung« und »Arbeit« die höchste Interaktivität – viele davon mit einer neutralen Aussage. Die INI-

Polnische Einträge erzeugten eine höhere Interaktivität der Empfänger:innen als deutsche Einträge

Werte waren jedoch niedriger (maximal bis zu etwa einer Million oder über sechshunderttausend) als auf der polnischen Seite (für die ersten sieben Positionen erreichten die Werte über eine Million).

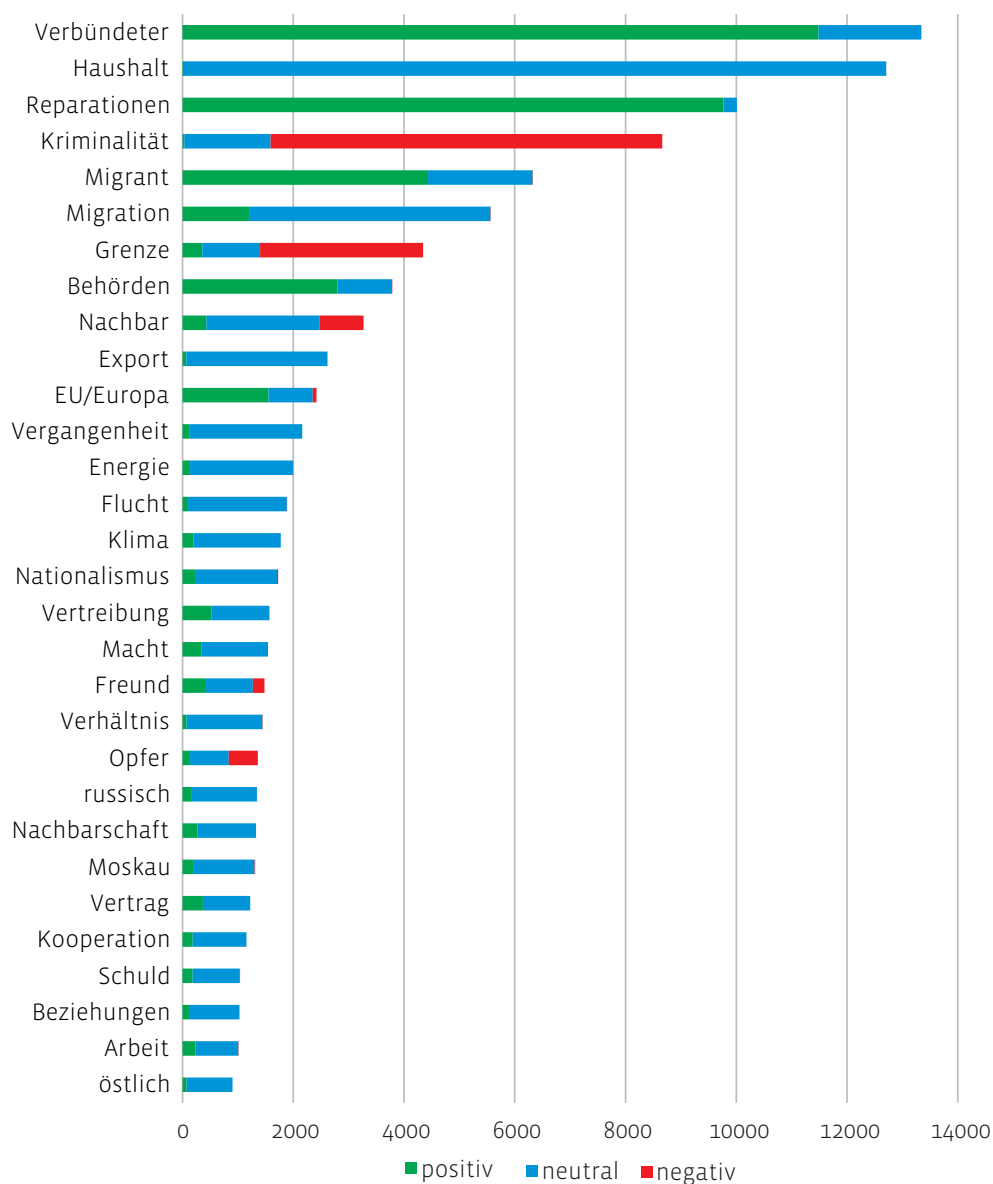
**Abbildung 17:** Die dreißig Wörter mit dem höchsten Interaktivitätsindex (INI-Summe) einzelner Wörter unter Berücksichtigung der Verteilung der Aussage – deutsches Korpus



Analysiert man hingegen die Interaktivität von Wörtern in Bezug auf ihre Aussagen, dann wird erkennbar, dass in Deutschland die Wörter »Verbündeter«, »Budget«, »Reparaturen«, »Kriminalität« und »Migrant« die höchste Interaktivität hervorriefen, wobei nur Posts mit dem Wort »Kriminalität« überwiegend negativ gehalten waren. Die Interaktivität auf dem deutschsprachigen Facebook war gleichzeitig höher als auf dem polnischen (in Deutschland – »Verbündeter« – ungefähr 13 400, gegenüber circa 5 500 für »Merkel« in Polen).

Auf dem deutschen Facebook erfreuten sich Posts, die das analysierte Wort enthielten und deren Aussage eher positiv oder neutral als negativ war, einer höheren Interaktivität

**Abbildung 18:** Die dreißig Wörter mit dem höchsten Interaktivitätsindex (INI-Summe), der auf einen Post mit diesem Wort entfiel – deutsches Korpus



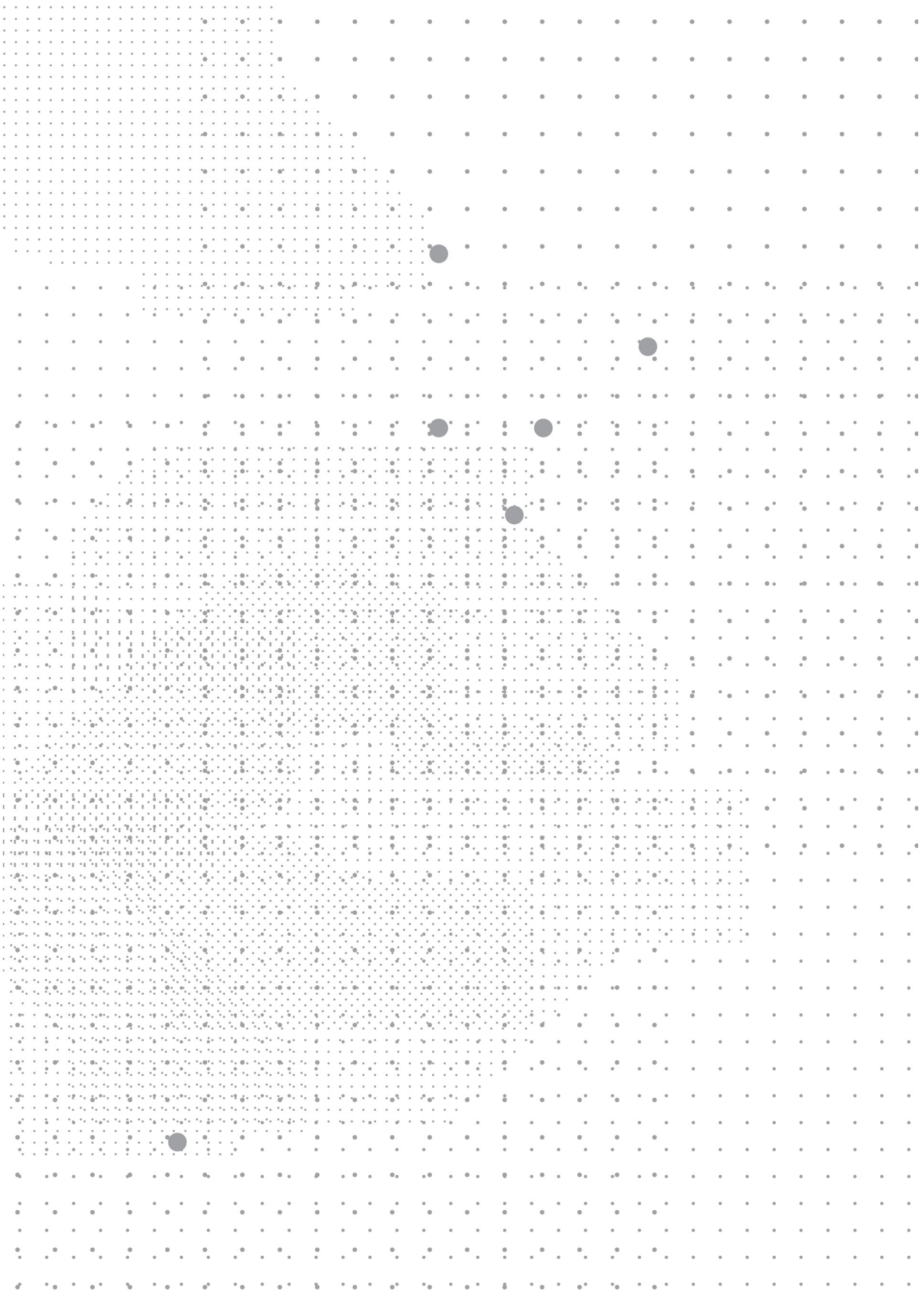
Allerdings lässt sich erst nach Berechnung des INI-Durchschnitts ermitteln, wie viel Interaktivität allein durch die Verwendung eines bestimmten Wortes verursacht wurde – hierbei erhält man die Werte, indem die INI-Summe durch die Anzahl der Posts mit einem bestimmten Wort geteilt wird. Auf polnischsprachigen Seiten wiesen Posts mit den Wörtern »Import«, »Bewohner«, »Nachbar«, »Nationalismus« und »Russe« den höchsten Durchschnitt auf. Der Ton dieser Posts war häufiger negativ als positiv oder neutral. Auf deutschsprachigen Seiten war der INI-Durchschnitt bei Posts mit den Wörtern »Verbündeter«, »Budget«, »Kriminalität«, »Reparationen« und »Migrant« am höchsten, aber in diesen Posts dominierte nur bedingt eine negative Aussage.

## Die am häufigsten von einzelnen Seiten verwendeten Wörter



Für die Zwecke der Untersuchung wurden, wie im Abschnitt zur Methodologie erwähnt, mehrere Dutzend Seiten von Institutionen, Redaktionen, diplomatischen Vertretungen und Personen ausgewählt, die die deutsch-polnischen Beziehungen kommentieren. Durch die Analyse konnte festgestellt werden, welche der untersuchten Wörter auf diesen Seiten am häufigsten verwendet wurden. Unter Betrachtung der zur Gruppe »Krieg« und »Partnerschaft« gehörenden Wörter lassen sich mehrere Schlussfolgerungen ziehen.

Über die »Zusammenarbeit« schrieben am häufigsten die diplomatischen Vertretungen: beide Botschaften (die deutsche 505-mal, die polnische 316-mal), die deutschen Konsulate in Polen sowie das Deutsch-Polnische Jugendwerk und das Radio COSMO auf Polnisch und die Deutsch-Polnische Industrie – und Handelskammer (101-mal). Das Wort »Krieg« wurde an erster Stelle unter allen untersuchten Gruppen auf der Seite der Parteien Kukiz'15 (177-mal) und Gemeinsam (Razem – 76-mal) sowie in den Seiten verschiedener Medien verwendet: RZECZPOSPOLITA, Niezależna.pl, POLITYKA, GAZETA WYBORCZA (62-mal) und die Seiten der Parteien Konföderation (50-mal) und Bürgerplattform (40-mal) – wie hieraus ersichtlich wird, sind diese Zahlen niedriger als beim Wort »Partnerschaft«. Die Partei Recht und Gerechtigkeit verwendete aus den beiden analysierten Gruppen am häufigsten das Wort »Verbrechen«, allerdings nur 12-mal.

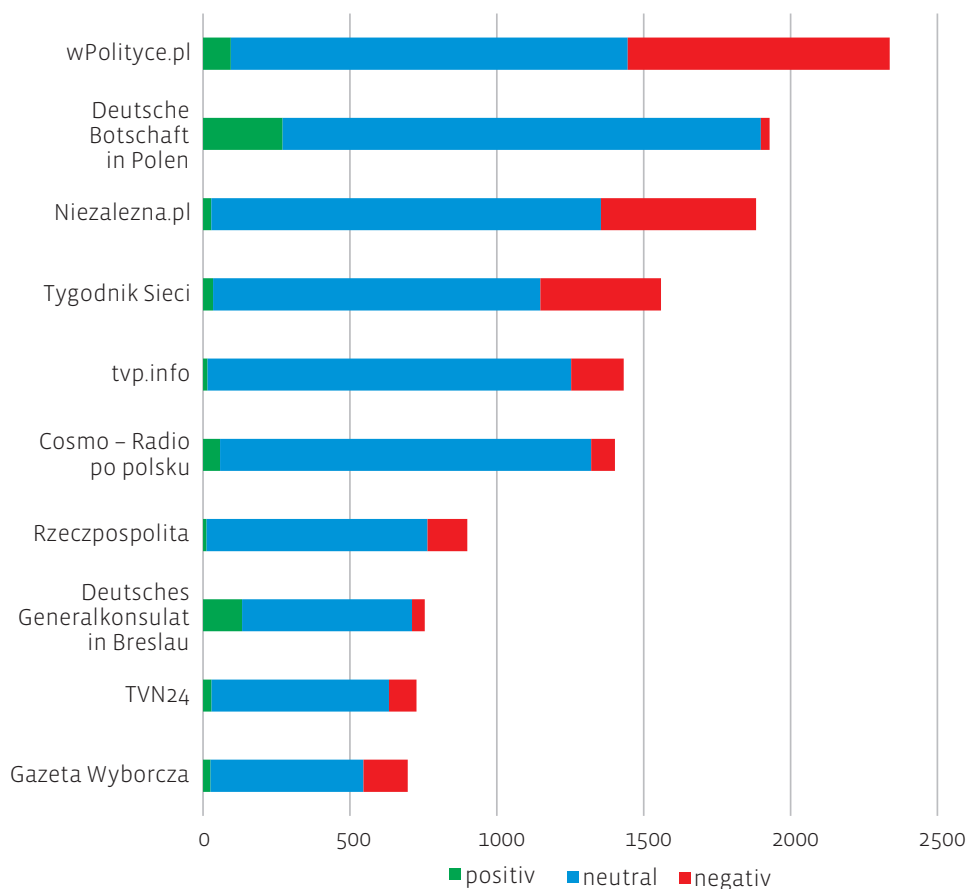




Ein weiterer wichtiger Indikator, der die Beschreibung und den Vergleich der polnischen und deutschen Kommunikation auf Facebook erlaubt, ist die Auflistung der Anzahl und der Aussage der Posts, die von einzelnen Autor:innen – Akteuren der deutsch-polnischen Kommunikation – generiert werden. Wie eingangs erwähnt, haben wir im Rahmen der Analysen mehrere Dutzend Seiten von Institutionen, diplomatischen Vertretungen, Medien und Personen ausgewählt, die an der Kommentierung der Beziehungen zwischen Polen und Deutschland beteiligt sind. Anschließend haben wir festgestellt, wie viele und welche Arten von Posts auf diesen Seiten gepostet wurden.

Die meisten Posts in Polen, die das Wort »Deutschland« und mindestens eines der anderen analysierten Wörter enthielten, wurden auf den Facebook-Seiten von wPolityce.pl, Deutsche Botschaft, Niezależna.pl, TYGODNIK SIECI und tvp.info gepostet. Die überwiegende Mehrheit dieser Posts war neutral gehalten, allerdings überwog die Anzahl der Posts mit negativer Aussage die positiven.

**Abbildung 19:** Die zehn Seiten mit der größten Anzahl von Posts mit den analysierten Wörtern, zusammen mit der Aussage der Posts – polnisches Korpus



*»Eine Woche nach Inkrafttreten des Gesetzes zur Gleichstellung homosexueller und heterosexueller Paare in Deutschland hat das erste homosexuelle Paar ein Kind adoptiert.«*

[TVN, neutrale Aussage, 10.10.2017]

*»Die deutsche Zeitung bewertete die Haltung der polnischen und ungarischen Regierung sehr radikal.«*

[Rzeczpospolita, negative Aussage, 30.11.2015]

*»Die deutsche Tageszeitung wollte Polen verspotten. Sie irrte sich bei der Flagge und lachte ... über Indonesien.«*

[Niezalezna.pl, negative Aussage, 27.11.2015]

*»Fast 90 Prozent der Nachkommen deutscher Vertriebener denken gut über Polen und bewerten die deutsch-polnischen Beziehungen positiv.«*

[Gazeta Wyborcza, positive Aussage, 17.06.2015]

*»Der Rosenmontag in Düsseldorf hat auch in diesem Jahr einen polnischen Akzent. Das Design stammt vom deutschen Künstler Jacques Tilly.«*

[Radio COSMO, neutrale Aussage, 4.3.2019]

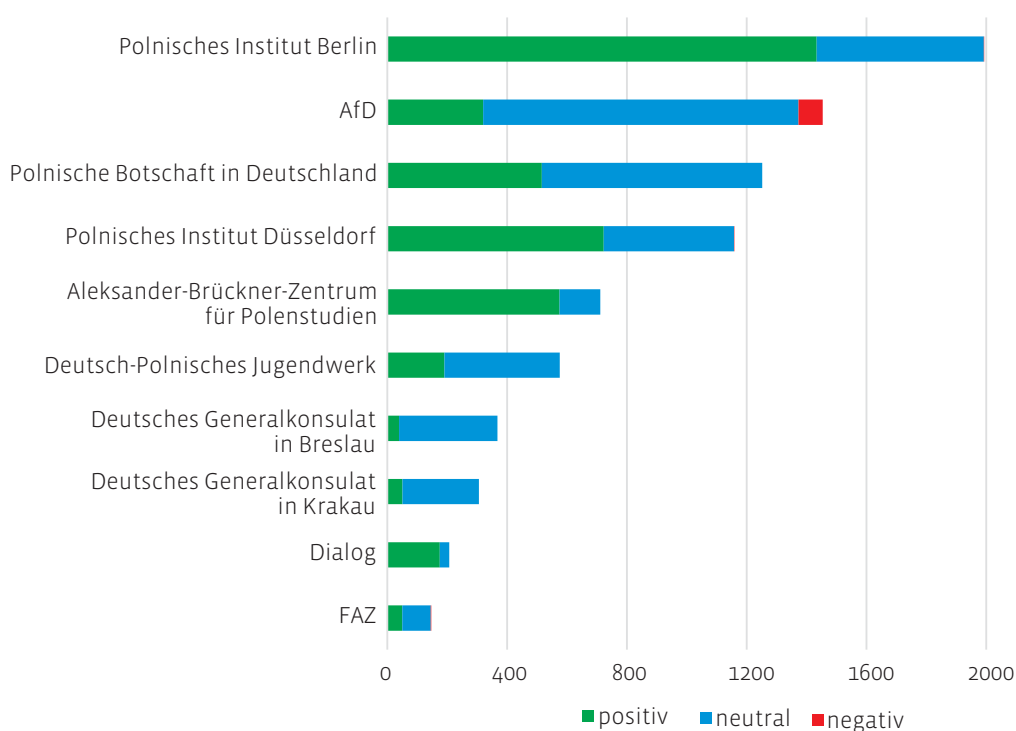
*»Gestern war der 76. Todestag von Dr. Franciszek Witaszek und seiner 29 Mitarbeiter aus dem im Untergrund operierenden Bund der Vergeltung ZWZ, der Sabotage – und Diversionsaktivitäten in Posen betrieb. Nach der Hinrichtung steckten die Deutschen den Kopf des Arztes in ein Gefäß mit Formalin, auf dem auf Deutsch »Kopf eines intelligenten polnischen Massenmörders« geschrieben stand. Die Verschwörer liegen auf dem Zitadellenfriedhof begraben.*

*#wirerinnern.«*

[Bartłomiej Wróblewski, negative Aussage, 9.1.2020]

Auf deutscher Seite wurden die meisten Posts mit dem Wort »Polen« und anderen von der Analyse erfassten Wörtern vom Polnischen Institut in Berlin, der Polnischen Botschaft in Berlin, der Alternative für Deutschland, dem Polnischen Institut in Düsseldorf und dem Aleksander-Brückner-Zentrum für Polenstudien (ABZ) veröffentlicht. Die Posts beider Kulturinstitute waren überwiegend positiv gehalten, jene der AfD und des Aleksander-Brückner-Zentrums neutral. Zugleich ist hervorzuheben, dass im deutschsprachigen Facebook unter den Seiten der Top 5 mit den meisten analysierten Posts drei polnische öffentliche Institutionen zu finden sind, während es sich dabei auf polnischer Seite vor allem um Medien handelte. Auf den polnischsprachigen Seiten erreichte die Anzahl der Posts (was in dieser Analyse bereits mehrfach deutlich geworden ist) überdies höhere Werte. Dies zeigt einmal mehr, dass das Thema »Deutschland« in Polen auf größeres Interesse stößt als das Thema »Polen« in Deutschland – auch bei solchen Akteuren, die nicht »automatisch« für die deutsch-polnischen Beziehungen zuständig sind.

**Abbildung 20:** Die zehn Seiten mit der größten Anzahl von Posts mit den analysierten Wörtern, zusammen mit der Aussage der Posts – deutsches Korpus



*»Polen sind die zweitgrößte Migrantengruppe in Deutschland. Sie sind gut integriert und doch präsent«*

[FAZ, positive Aussage, 1.6.2019]



»Die Polen feiern heute den ›Tag der Freiheit‹, das heißt den 30. Jahrestag der friedlichen Revolution und der demokratischen Wende in unserem Land. Am 4. Juni 1989 fanden in Polen die ersten halbfreien Wahlen zum Sejm und Senat statt, bei der die Oppositionsbewegung Solidarność einen überragenden Sieg über die regierenden Kommunisten errang. Diese Wahlen führten nicht nur zum Niedergang des Kommunismus in #Polen, sondern lösten auch den Dominoeffekt in Mittel – und Osteuropa aus. #Solidarność, #Solidarity«  
[Polnische Botschaft in Deutschland, positive Aussage, 4.6.2019]

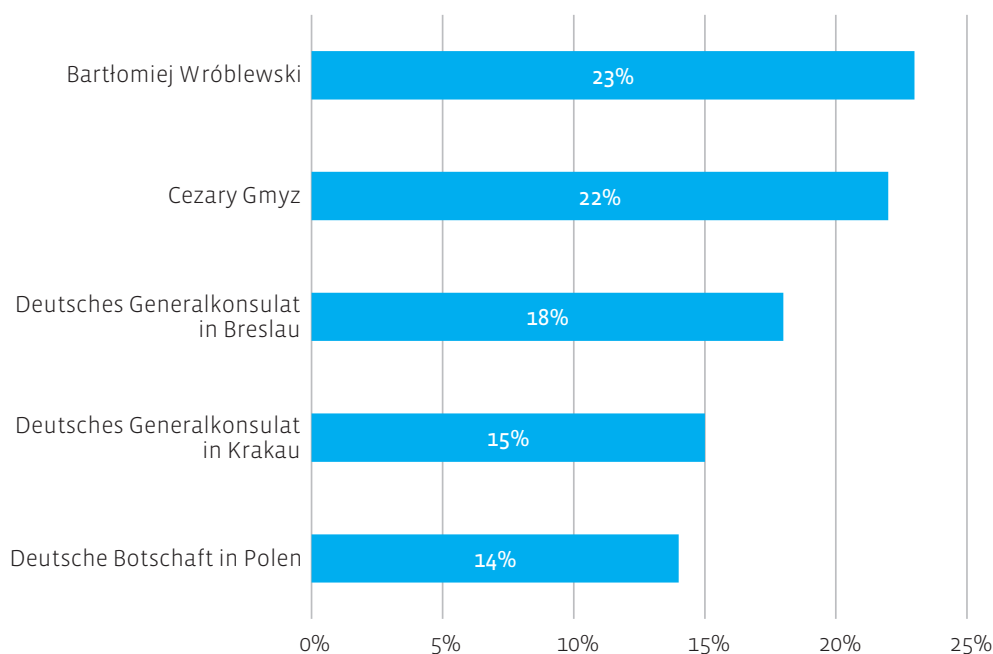
»Der berühmteste polnische Komponist und Dirigent des 20. und 21. Jahrhunderts Krzysztof Penderecki ist nach Angaben seiner Familie heute früh im Alter von 86 Jahren gestorben. R.I.P.«  
[Polnisches Institut in Berlin, neutrale Aussage, 29.3.2020]

»Und noch eine kurze Erinnerung an die Studie zur polnischen Sprache, die am kommenden Montag in Halle durchgeführt wird: Lust, an einer Studie teilzunehmen? Aufruf an alle Hallenser, die in Deutschland geboren sind, deren Eltern / Großeltern aber aus Polen stammen und Polnisch sprechen: Am 7. Mai 2018 führt Magdalena Płotała von der Uniwersytet Śląski in Katowice (PL) eine Studie zur polnischen Sprache in Halle durch. Die Umfrage dauert ca. 20 Minuten. Ausführliche Informationen entnehmen Sie bitte dem beigefügten Bild.«  
[Aleksander-Brückner-Zentrum, neutrale Aussage, 17.4.2018]

Analysiert man alle Seiten hinsichtlich der Aussage ihrer Posts, so fällt auf, dass eine deutliche Minderheit der Posts einen positiven Charakter hatte (worauf bereits in den ersten Teilen des Berichts hingewiesen wurde). Die meisten positiven Posts mit dem Wort »Deutschland« wurden auf polnischer

Seite von Bartłomiej Wróblewski (knapp ein Viertel seiner Posts hatten eine positive Aussage) und Cezary Gmyz sowie den deutschen Konsulaten und der Botschaft in Polen gepostet. Allerdings ist dabei zu berücksichtigen, dass der Anteil dieser positiven Posts weiterhin nur eine deutliche Minderheit aller veröffentlichten Posts darstellte.

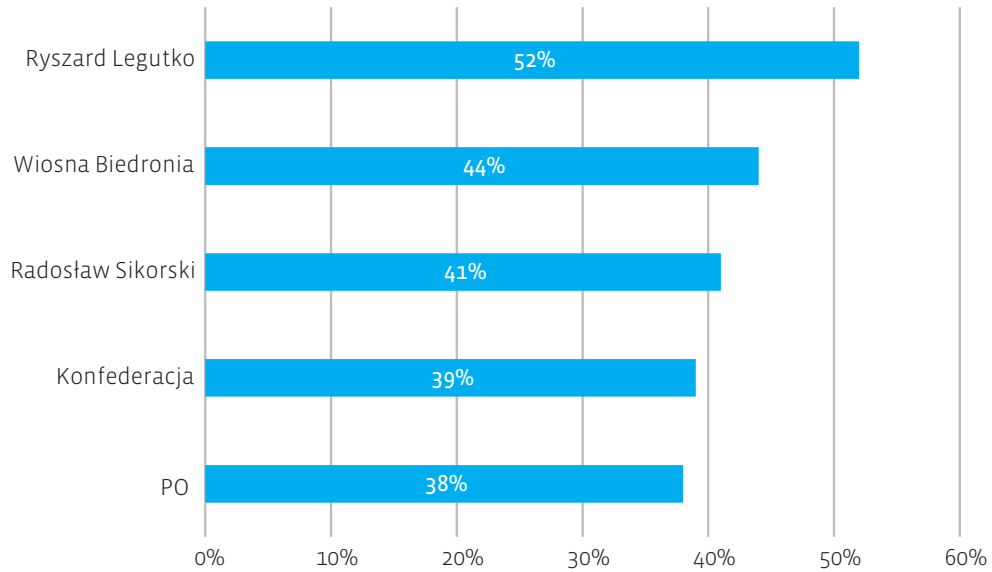
**Abbildung 21:** Seiten mit dem höchsten Prozentsatz an positiven Posts – polnisches Korpus



Die meisten negativen Posts auf polnischer Seite wurden auf den Seiten von Politikern und politischen Parteien festgestellt: Ryszard Legutko und Radosław Sikorski sowie bei den Parteien Frühling, Konföderation und Bürgerplattform. Gleichzeitig war der Prozentsatz der negativen Posts auf diesen Seiten viel höher als jener der positiven oder neutralen Posts.

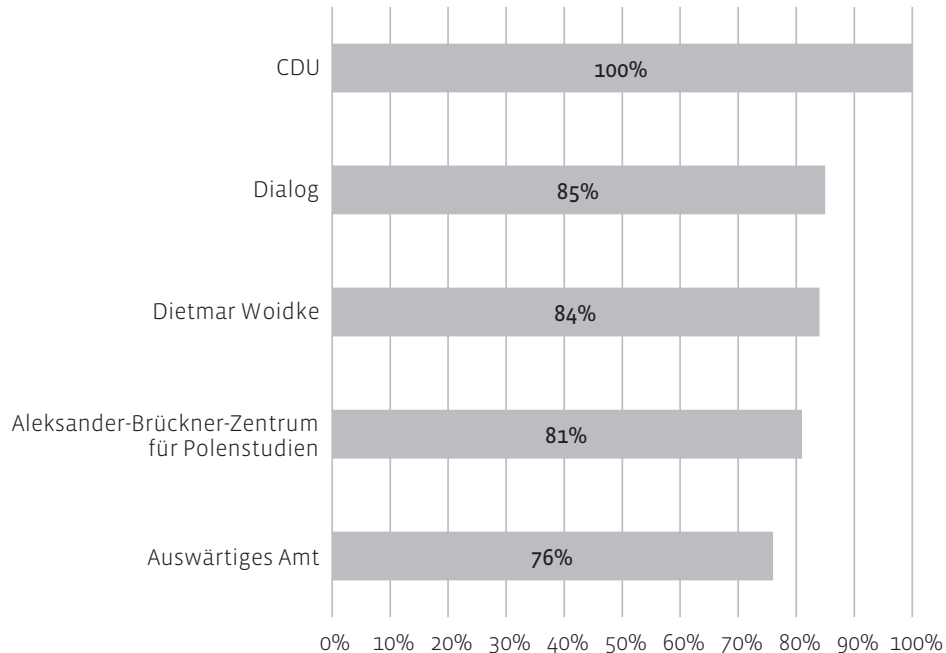
Die meisten negativen Posts auf polnischer Seite wurden auf den Seiten von Politikern und politischen Parteien festgestellt: Ryszard Legutko und Radosław Sikorski sowie bei den Parteien Frühling, Konföderation und Bürgerplattform. Gleichzeitig war der Prozentsatz der negativen Posts auf diesen Seiten viel höher als jener der positiven oder neutralen Posts

**Abbildung 22:** Seiten mit dem höchsten Prozentsatz an negativen Posts – polnisches Korpus



Unter den deutschsprachigen Facebook-Seiten enthielten alle Posts zu Polen der Partei CDU und die überwiegende Mehrheit der Einträge des Magazins »Dialog«, des Koordinators für deutsch-polnische Beziehungen Dietmar Woidke, des Aleksander-Brückner-Zentrums für Polenstudien und des Auswärtigen Amts einen positiven emotionalen Charakter.

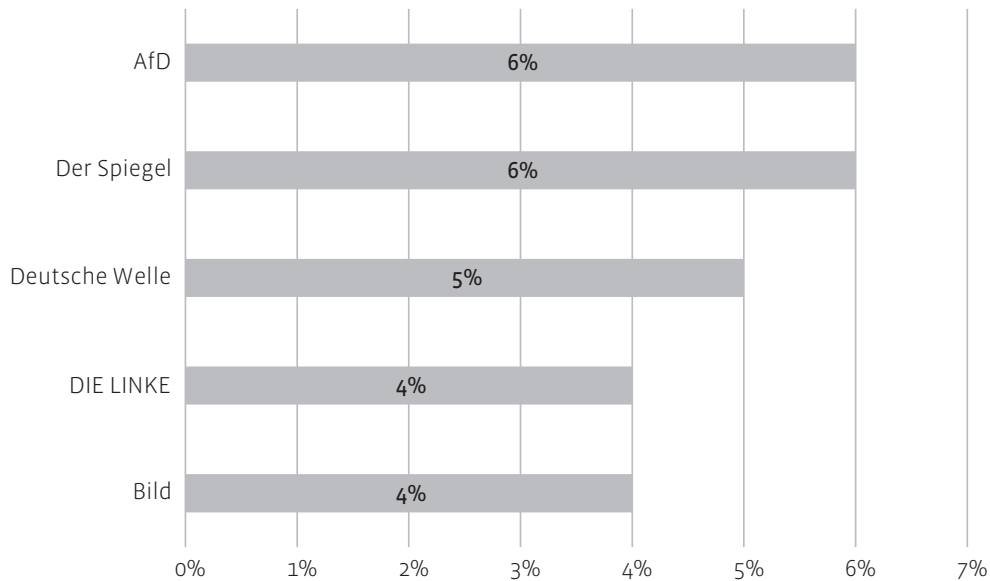
**Abbildung 23:** Seiten mit dem höchsten Prozentsatz an positiven Posts – deutsches Korpus



Der Anteil negativ konnotierter deutscher Einträge war sehr gering – unter denjenigen, bei denen sie am häufigsten auftraten, lagen die Werte zwischen 4 und 6 Prozent aller auf diesen Seiten analysierten Posts. Abgesehen von zwei Parteien an den Rändern des politischen Spektrums (AfD und Die Linke) gehören die Seiten der Medien DER SPIEGEL, DEUTSCHE WELLE und BILD zu den Top 5.

Der Anteil negativer deutscher Einträge war sehr gering – unter denjenigen, bei denen sie am häufigsten auftraten, lagen die Werte zwischen 4 und 6 Prozent aller auf diesen Seiten analysierten Posts

**Abbildung 24:** Seiten mit dem höchsten Prozentsatz an negativen Posts – deutsches Korpus



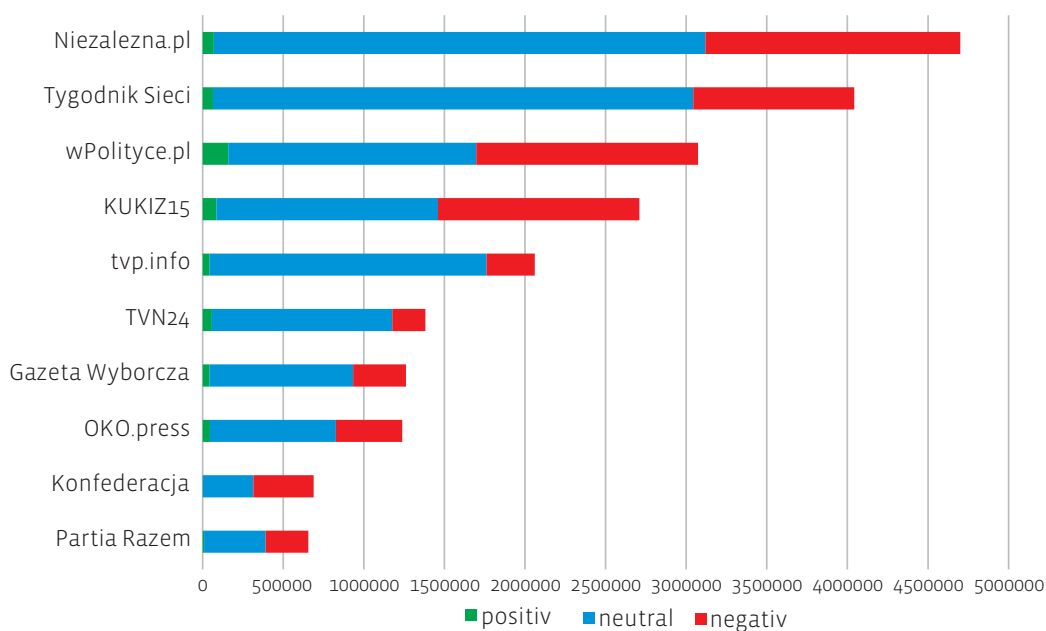
Die meisten positiven Einträge wurden auf dem polnischsprachigen Facebook von diplomatischen Vertretungen (13 % aller analysierten Einträge) und Institutionen (9 %) generiert, während die negativen Einträge von politischen Parteien (31 %), den Medien (22 %) und Einzelpersonen (21 %) stammen. Auf dem deutschsprachigen Facebook gestaltete sich die Tendenz anders. Personen und Institutionen veröffentlichten die meisten Posts mit positiver Stimmung (74 % bzw. 65 %). Bei den Parteien und Medien (22 % und 34 %) lag der Anteil positiver Einträge bereits deutlich niedriger, obgleich höher als in Polen

Fasst man einzelne Seiten zu Gruppen zusammen und vergleicht deren Aussagen, dann lässt sich beobachten, dass auf dem polnischsprachigen Facebook unabhängig von der Gruppe Posts mit einer neutralen Aussage dominierten. Die meisten positiven Einträge wurden von diplomatischen Vertretungen (13 % aller analysierten Einträge) und Institutionen (9 %) generiert, während die negativen Einträge von politischen Parteien (31 %), den Medien (22 %) und Einzelpersonen (21 %) stammen. Auf dem deutschsprachigen Facebook gestaltete sich die Tendenz anders. Personen und Institutionen veröffentlichten die meisten Posts mit positiver Stimmung (74 % bzw. 65 %). Bei den Parteien und Medien (22 % und 34 %) lag der Anteil positiver Einträge bereits deutlich niedriger – obgleich höher als in Polen – und es wurden auch negative Posts gepostet (5 % und 3 %).



Eine weitere Information, die Rückschlüsse auf die Kommunikation über das Nachbarland auf dem polnisch – und deutschsprachigen Facebook zulässt, ist die Abhängigkeit der Interaktion von jenem Akteur, der die Posts veröffentlicht. Auf polnischer Seite ist deutlich zu erkennen, dass die meisten Reaktionen von Posts auf Seiten polnischer Medien, insbesondere jenen, die dem rechten politischen Spektrum zuzuordnen sind, hervorgerufen wurden. Zu den Top 10 dieser Seiten mit hoher Interaktivität gehörten gleichfalls die Seiten kleinerer Parteien wie Kukiz'15, Konföderation und der Partei Gemeinsam. Gleichzeitig fällt auf, dass neutrale Posts die meisten Interaktionen verursachten, wohingegen positive Posts fast überhaupt keine Reaktionen hervorriefen.

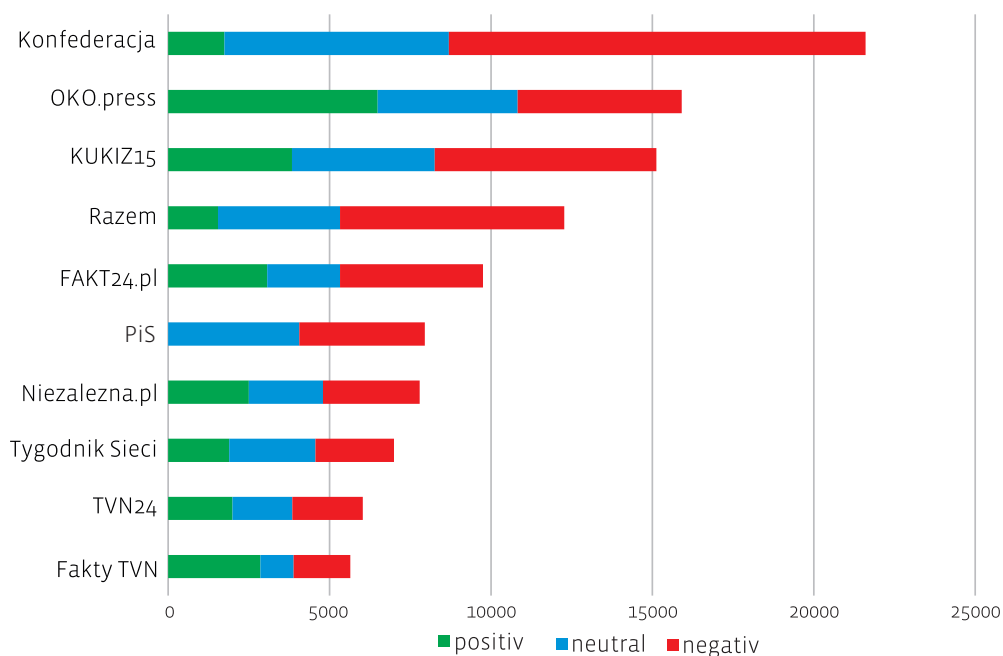
**Abbildung 25:** Summe des Interaktivitätsindex (INI-Summe) für einzelne Seiten, aufgeschlüsselt nach ihrer Aussage – polnisches Korpus



Die höchste durchschnittliche Interaktivität auf polnischer Seite war auf den Seiten von Medien und politischen Parteien erkennbar. Die Aussage der untersuchten interaktivsten Posts war häufiger negativ als positiv oder neutral, aber die Unterschiede waren nicht sehr signifikant

Die Analyse des Durchschnittswertes für den Interaktivitätsindex zeigt zudem, dass er bei den Seiten von Medien und Parteien am höchsten war, obwohl die Reihenfolge hier eine andere ist. Dies bedeutet, dass obgleich auf der Seite Niezalezna.pl die höchste Anzahl an Posts zu verzeichnen war, die Reaktionen auslösten, Niezalezna.pl im Hinblick auf die durchschnittliche Interaktivität für eine bestimmte Seite nicht an der Spitze lag; überdies verteilte sich die durchschnittliche Aussage der Posts einigermaßen gleichmäßig zwischen positiv, neutral und negativ.

**Abbildung 26:** Durchschnittswert des Interaktivitätsindex für einzelne Seiten, aufgeschlüsselt nach ihrer Aussage – polnisches Korpus



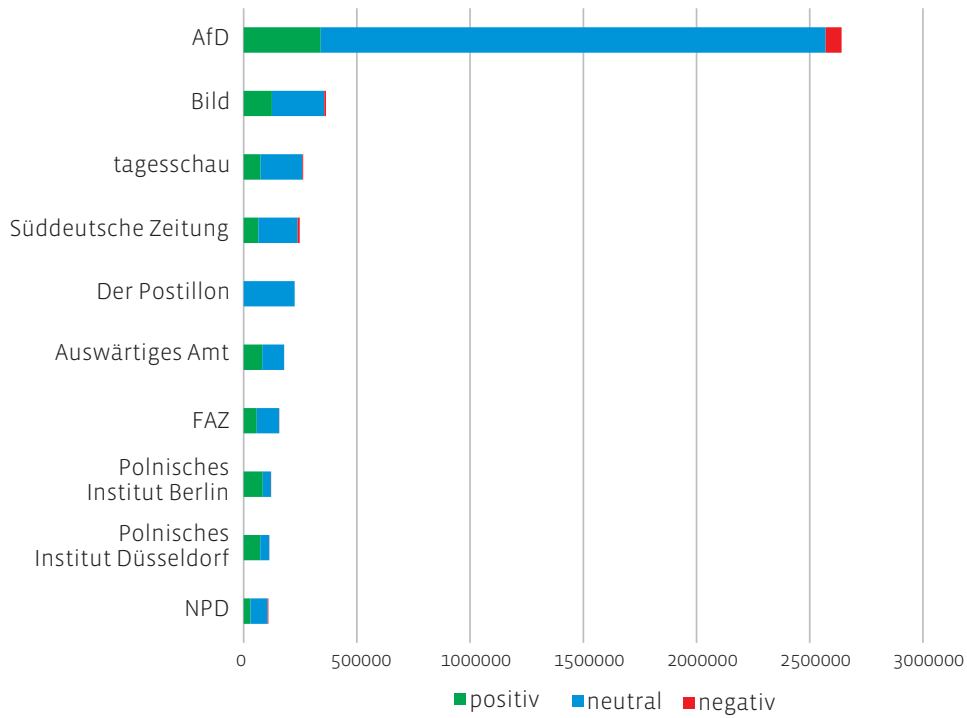
Auf dem deutschsprachigen Facebook war die Interaktivität der Posts, und zwar unabhängig von der Seite, deutlich geringer als auf dem polnischsprachigen, wobei die Reaktionen der Empfänger häufiger von neutralen Posts und erst in zweiter Linie von positiven Posts erzeugt wurden, nicht aber von negativen, wie dies für das polnische Beispiel gilt

Auf dem deutschsprachigen Facebook war die Interaktivität der Posts, und zwar unabhängig von der Seite, deutlich geringer als auf dem polnischsprachigen. In den meisten Fällen überstieg sie nicht die Marke von einer halben Million, wohingegen auf der polnischen Seite alle Seiten der Top 10 Werte oberhalb dieses Werts erreichten.

Auch hier war wieder eine deutliche Tendenz erkennbar, gemäß der Reaktionen vor allem durch neutrale Einträge und erst in zweiter Linie durch positive Einträge erzeugt wurden, nicht aber, wie im

polnischen Fall – durch negative. Wie im Falle Polens erfreuten sich auch im Falle Deutschlands die Einträge von Medien und Parteien der höchsten Interaktivität, wobei unter den Top 10 auch die Seiten der Polnischen Institute zu finden waren.

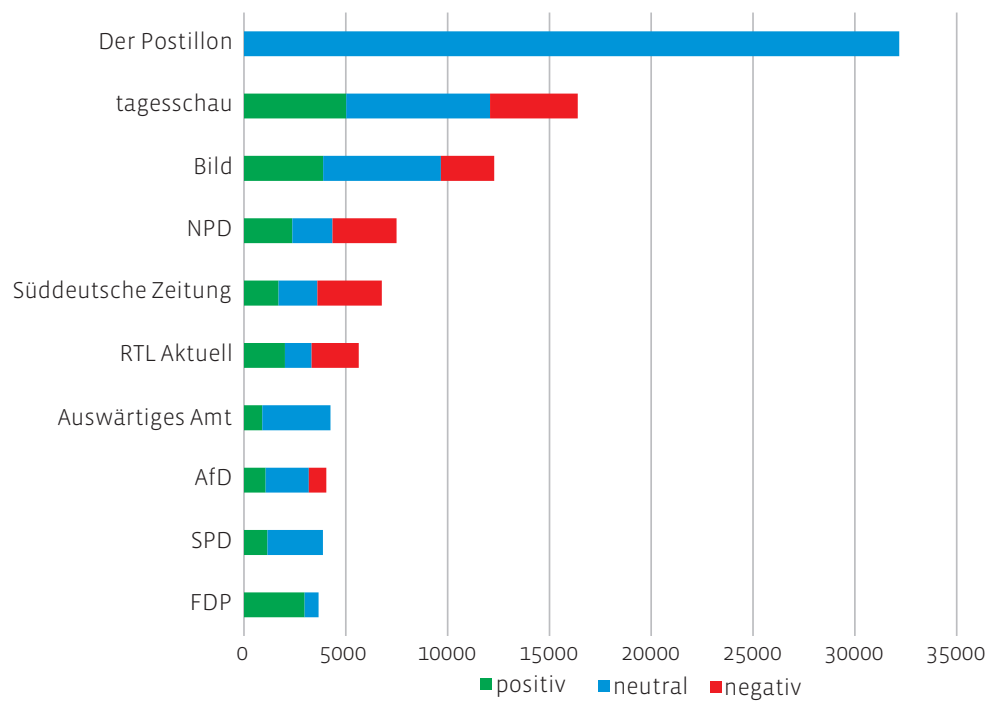
**Abbildung 27:** Summe des Interaktivitätsindexes für einzelne Seiten, aufgeschlüsselt nach ihrer Aussage – deutsches Korpus



Ebenso war die für die Seiten berechnete durchschnittliche Interaktivität auf der deutschen Seite geringer als auf der polnischen Seite, und wiederum war der Prozentsatz der negativen Posts, die Reaktionen hervorriefen, in den meisten Fällen geringer als bei neutralen und manchmal auch positiven Posts.



**Abbildung 28:** Durchschnittswert des Interaktivitätsindexes für einzelne Seiten, aufgeschlüsselt nach ihrer Aussage – deutsches Korpus



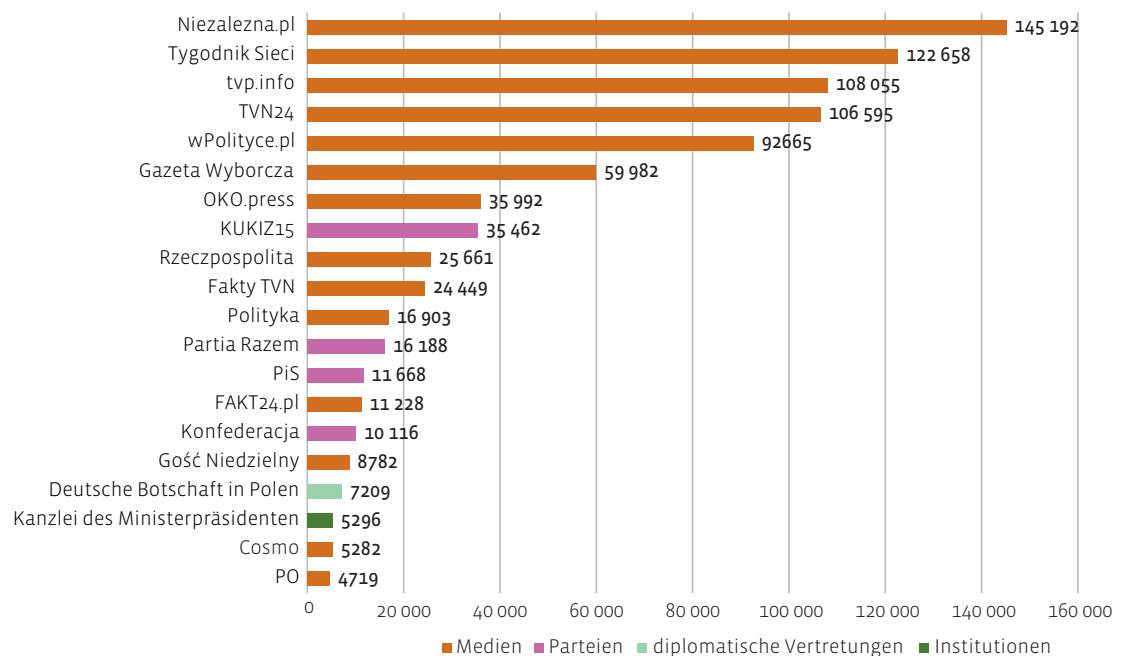


Soziale Medien leben von der Aktivität ihrer Empfänger:innen. Die am meisten geschätzte, weil ansprechendste Form dieser Aktivität ist ein schriftlicher Kommentar zu den Posts des Betreibers der jeweiligen Seite. Die Analyse der geposteten Kommentare beinhaltet die Angabe, auf welchen Seiten die meisten von ihnen eingestellt wurden und welche Aussage die am häufigsten kommentierten Posts haben.

Im Falle Polens erschienen im analysierten Zeitraum die meisten Kommentare (die sich inhaltlich ebenso wie die Posts auf Deutschland und die analysierten Wörter bezogen) auf den Seiten von Medien. Nur eine politische Partei kam in die Top 10, vier davon schafften immerhin den Einzug in die Top 15. Seiten von Institutionen oder einzelnen Personen riefen deutlich weniger Kommentare hervor.

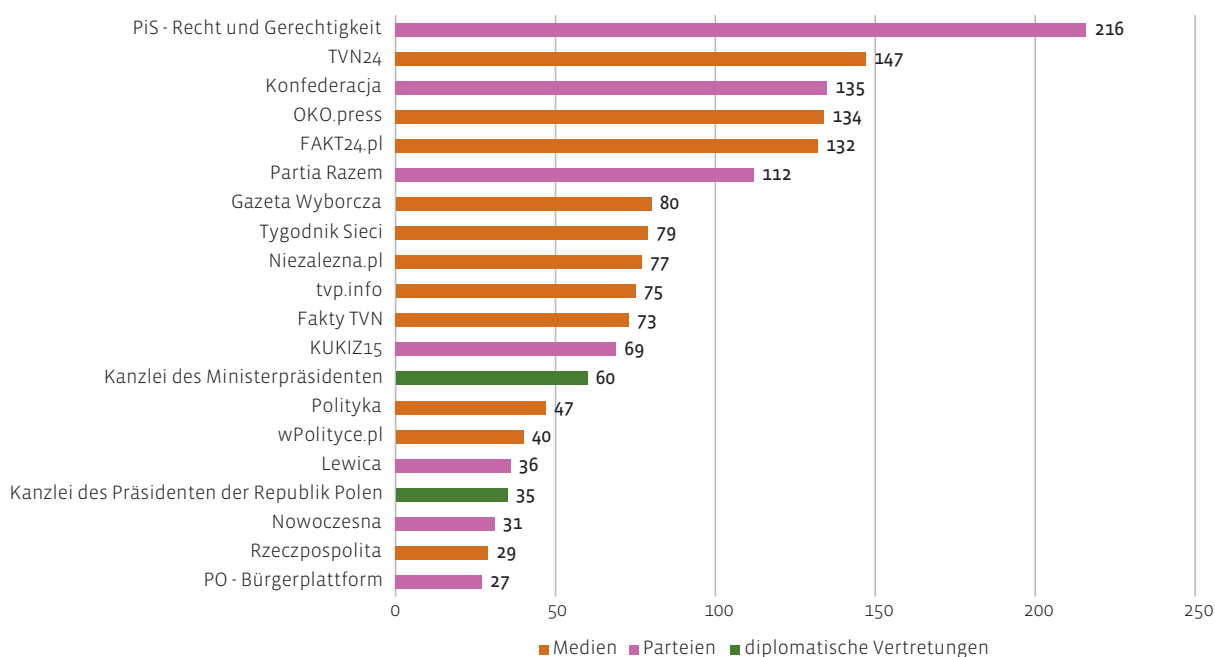
Die meisten Kommentare wurden auf der polnischen Seite durch Posts auf den Seiten von Medien hervorgerufen, aber die höchste durchschnittliche Interaktivität pro Post wurde von der Seite der Partei Recht und Gerechtigkeit erreicht

**Abbildung 29:** Anzahl der Kommentare zu Posts auf einzelnen Seiten, die einen Bezug auf das Nachbarland aufwiesen und die gesuchten Schlüsselwörter enthielten, aufgeschlüsselt nach Seitentypen – polnisches Korpus



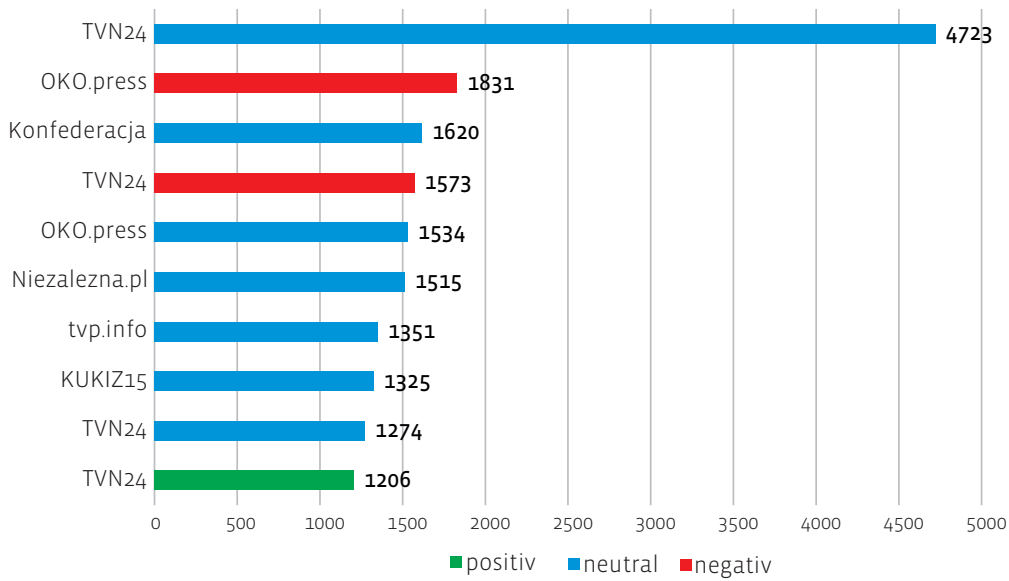
Die Analyse, wie viele Kommentare durchschnittlich durch einen Post hervorgerufen wurden, ergibt ein etwas anderes Bild. Auch in diesem Fall dominierten in Polen die Medien und politische Parteien, wobei jedoch im Durchschnitt ein Post auf der Seite der Partei Recht und Gerechtigkeit mit Abstand die meisten Kommentare erhielt.

**Abbildung 30:** Durchschnittliche Anzahl von Kommentaren auf einzelnen Seiten pro Post – polnisches Korpus



Wenn man andererseits aus dem gesamten Korpus die zehn Posts auswählt, die auf dem polnischen Facebook die meisten Kommentare hervorriefen, dann wird ersichtlich, dass nicht weniger als vier davon auf der Seite von TVN24 erschienen sind. Weitere vier wurden auf den Seiten anderer Medien veröffentlicht, und zwei auf denen der Parteien Konföderation und Kukiz'15. Die Aussage dieser Posts war überwiegend neutral.

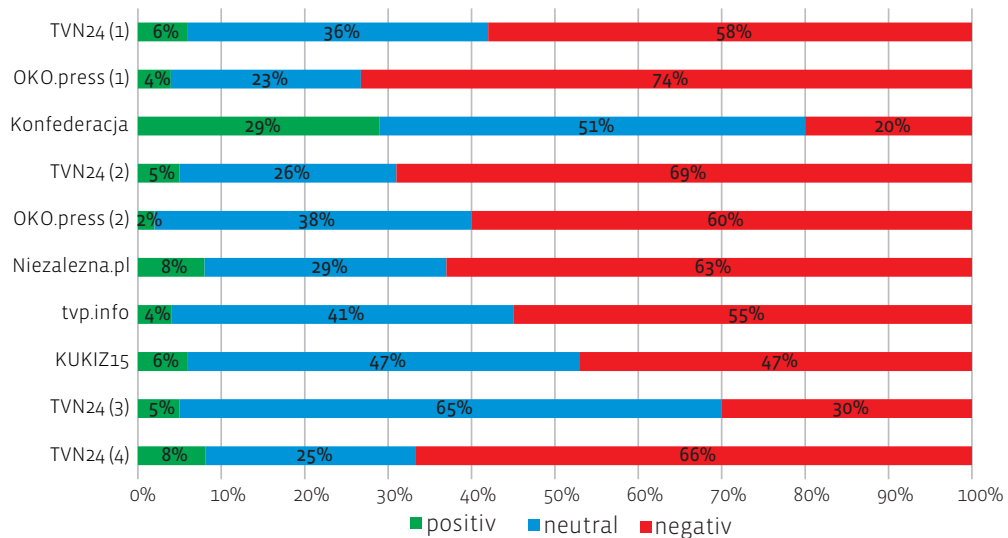
**Abbildung 31:** Aussage der zehn Posts mit den meisten Kommentaren – polnisches Korpus



Die Kommentare zu diesen zumeist neutral gehaltenen Posts waren jedoch bereits überwiegend negativ. Auch bei einem Post mit positiver Aussage waren bis zu zwei Drittel der Kommentare negativ.

Auf dem polnischen Facebook waren die Kommentare unter meist neutral gehaltenen Posts überwiegend negativ

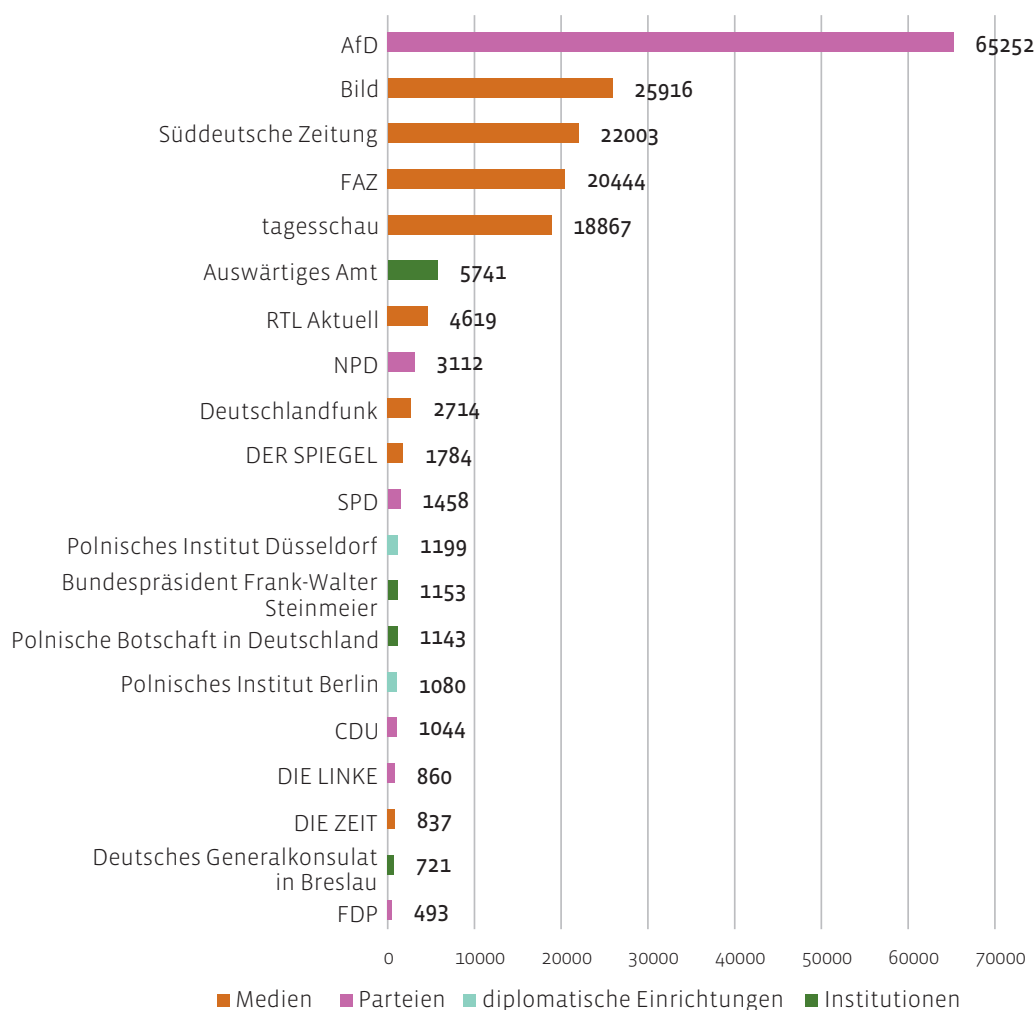
**Abbildung 32:** Aussage der Kommentare unter den zehn Posts mit der größten Anzahl an Kommentaren – polnisches Korpus



Auf der deutschen Seite fanden sich generell deutlich weniger Kommentare als auf der polnischen Seite, was einmal mehr die These bestätigt, dass in Deutschland weniger Interesse am Thema »Polen« besteht

als umgekehrt in Polen am Thema »Deutschland«. An erster Stelle stand die Seite der Alternative für Deutschland. [WYIMEK: Auf der deutschen Seite fanden sich generell deutlich weniger Kommentare als auf der polnischen Seite, was einmal mehr die These bestätigt, dass in Deutschland weniger Interesse am Thema »Polen« besteht. An erster Stelle stand die Seite der Alternative für Deutschland, gefolgt von den Seiten von Medien] Die nächsten Plätze belegten die Seiten von Medien, aber unter den Top 15 waren auch die Polnischen Institute und das deutsche Auswärtige Amt zu finden.

**Abbildung 33:** Anzahl der Kommentare zu Posts auf einzelnen Seiten, die einen Bezug auf das Nachbarland aufwiesen und die gesuchten Schlüsselwörter enthielten, aufgeschlüsselt nach Seitentypen – deutsches Korpus

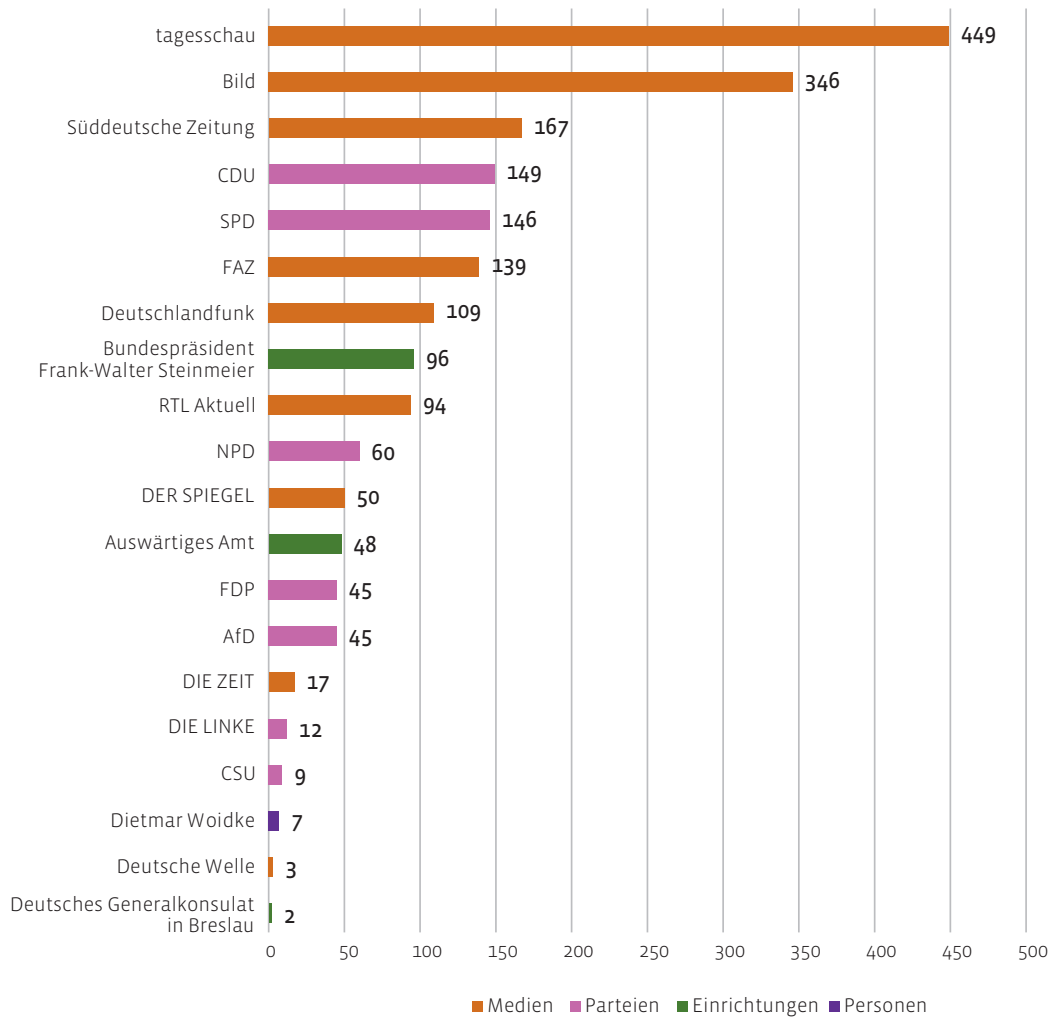


Die höchste durchschnittliche Anzahl an Kommentaren pro Post in Deutschland wurde durch die Seiten von Medien erreicht

Die höchste durchschnittliche Anzahl an Kommentaren pro Post in Deutschland wurde durch die Seiten von Medien erreicht, aber der Einzug in die Top

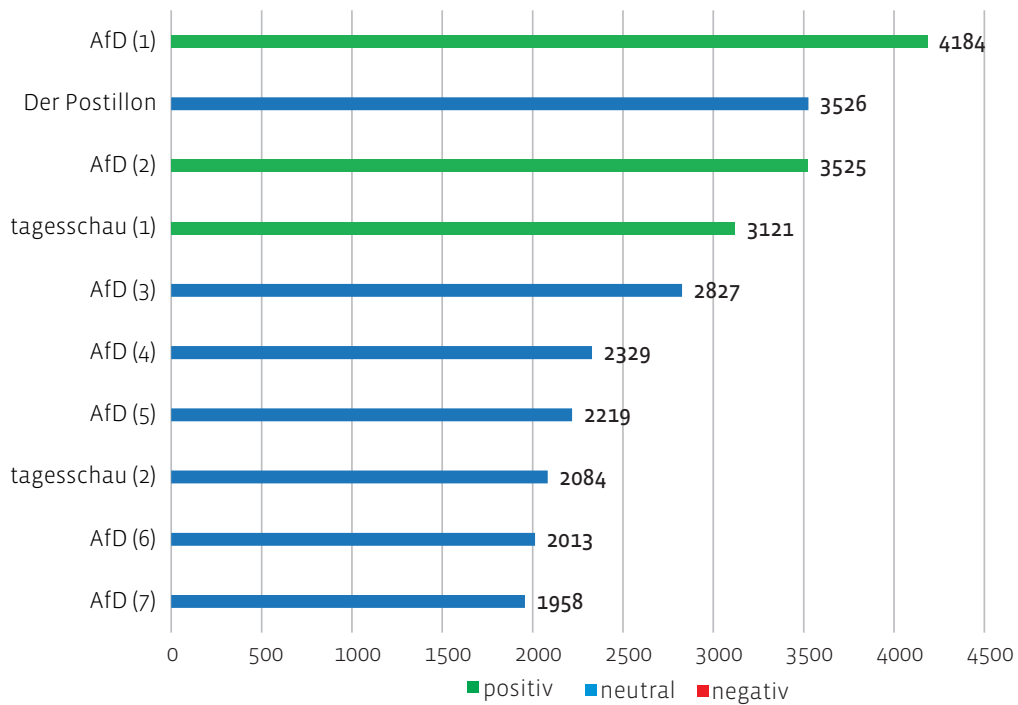
15 gelang auch den Seiten der meisten politischen Parteien sowie denen des Bundespräsidenten und des Auswärtigen Amtes.

**Abbildung 34:** Durchschnittliche Anzahl von Kommentaren auf einzelnen Seiten pro Post – deutsches Korpus



Die meisten der zehn Posts, die die größte Anzahl an Kommentare auslösten, verfügten über eine neutrale Aussage, aber drei der ersten fünf waren positiv gehalten.

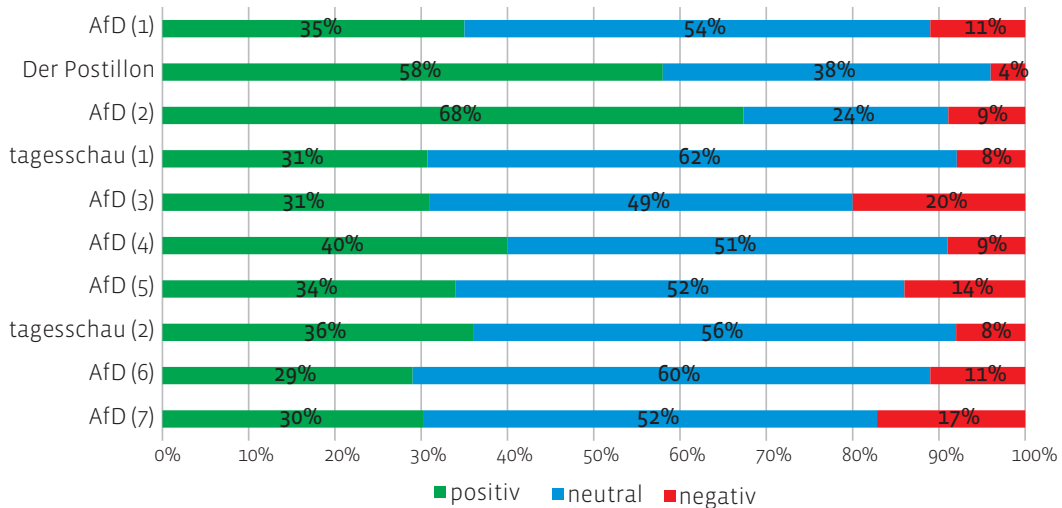
**Abbildung 35:** Aussage der zehn Posts mit den meisten Kommentaren – deutsches Korpus



Die Aussage der Kommentare unter den Posts war zumeist neutral

Außerdem war die Aussage der Kommentare unter diesen Posts zumeist neutral, zudem überwogen die positiven Aussagen die negativen.

**Abbildung 36:** Aussage der Kommentare unter den zehn Posts mit der größten Anzahl an Kommentaren – deutsches Korpus



## Wechselseitige Abhängigkeiten zwischen Aussage, Interaktivität, Kommunikationsdauer und anderen Variablen



Die oben beschriebenen Beziehungen zwischen einzelnen Variablen können verknüpft werden, was die für die polnische und deutsche Kommunikation auf Facebook charakteristischen Trends zusätzlich unterstreicht. Nachfolgend werden die gegenseitigen Abhängigkeiten zwischen Variablen wie dem Absender des Beitrages, dem Zeitpunkt des Einstellens des Materials, dem Inhalt (Schlüsselwörter) und der Aussage sowie der Interaktivität dargestellt.

Auf polnischer Seite gilt zunächst: Je negativer die Aussage der Posts ist, desto mehr Interaktivität erzeugen sie bei den Empfänger:innen. Überdies rufen die Einträge von Parteien und Medien die größte Interaktivität hervor, während Institutionen, diplomatische Vertretungen oder Einzelpersonen mit ihren Posts weniger Interaktivität erzeugen (was auch daran liegt, dass ihre Posts sich eher im Bereich neutraler Einträge bewegen).

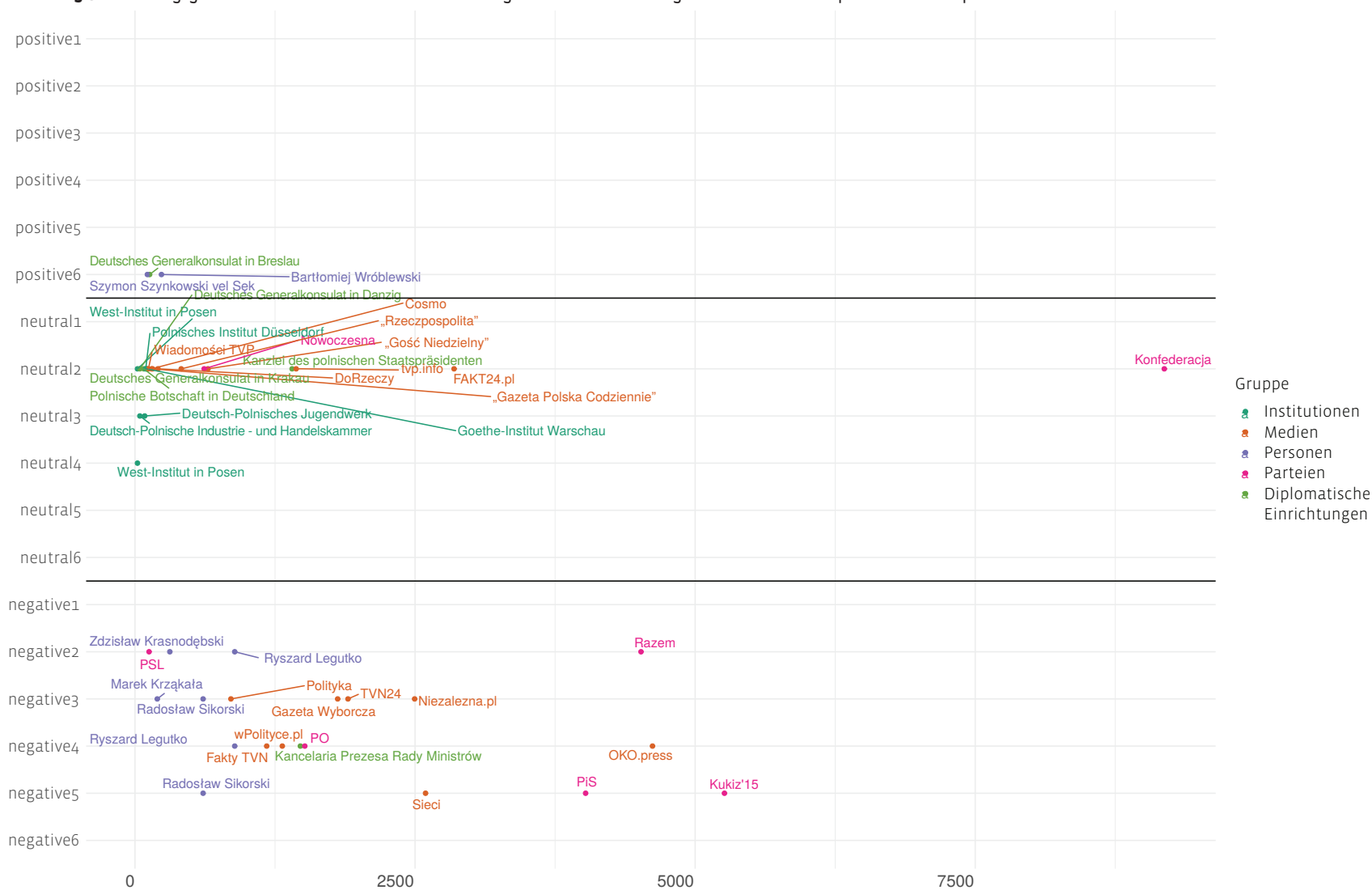
Auch auf deutscher Seite bestätigen sich die in den oben beschriebenen Daten sichtbaren Trends. In erster Linie ist festzustellen, dass die neutralen Posts dominieren, die weniger Interaktivität erzeugen als die polnischen. Die Unterschiede zwischen der Aussage der Posts und der Interaktivität, die sie auf einzelnen Seiten erzeugen, sind unbedeutend.

Auf polnischer Seite gilt zunächst: Je negativer die Aussage der Posts ist, desto mehr Interaktivität erzeugen sie bei den Empfänger:innen

Auf der deutschen Seite dominieren die neutralen Posts, die weniger Interaktivität erzeugen als die polnischen. Die Unterschiede zwischen der Aussage der Posts und der Interaktivität, die sie auf einzelnen Seiten erzeugen, sind unbedeutend

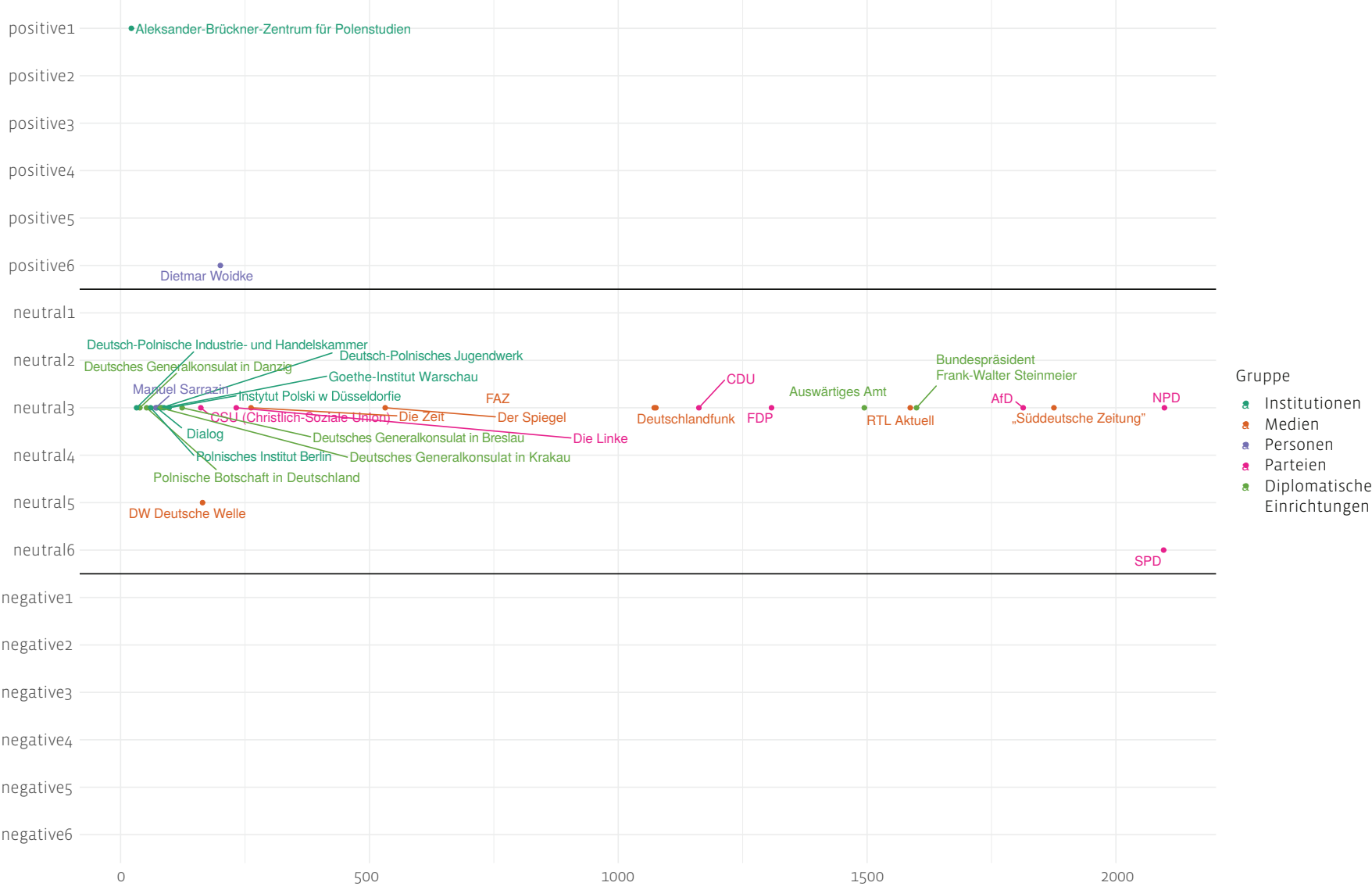


**Abbildung 37.** Abhängigkeit der Interaktivität von der Aussage der Posts auf ausgewählten Seiten - polnisches Korpus



\* Die horizontale Achse zeigt den Interaktivitätsindex (INI) an. Je näher eine Facebook-Seite am rechten Rand liegt, desto mehr Engagement erzeugt sie bei den Fans. Die vertikale Achse zeigt die Aussage der Beiträge auf einer Seite an. Jew weiter unten sich eine Seite befindet, um so negativer wird ihre Aussage bewertet, je höher, desto positiver. Für jede Seite werden der durchschnittliche INI- bzw. Aussagen-Wert berücksichtigt.

Abbildung 38. Abhängigkeit der Interaktivität von der Aussage der Posts auf ausgewählten Seiten - deutsches Korpus



**Abbildung 39.** Abhängigkeit der Interaktivität von der Aussage der Posts auf ausgewählten Seiten nach Gruppen geordnet - polnisches und deutsches Korpus



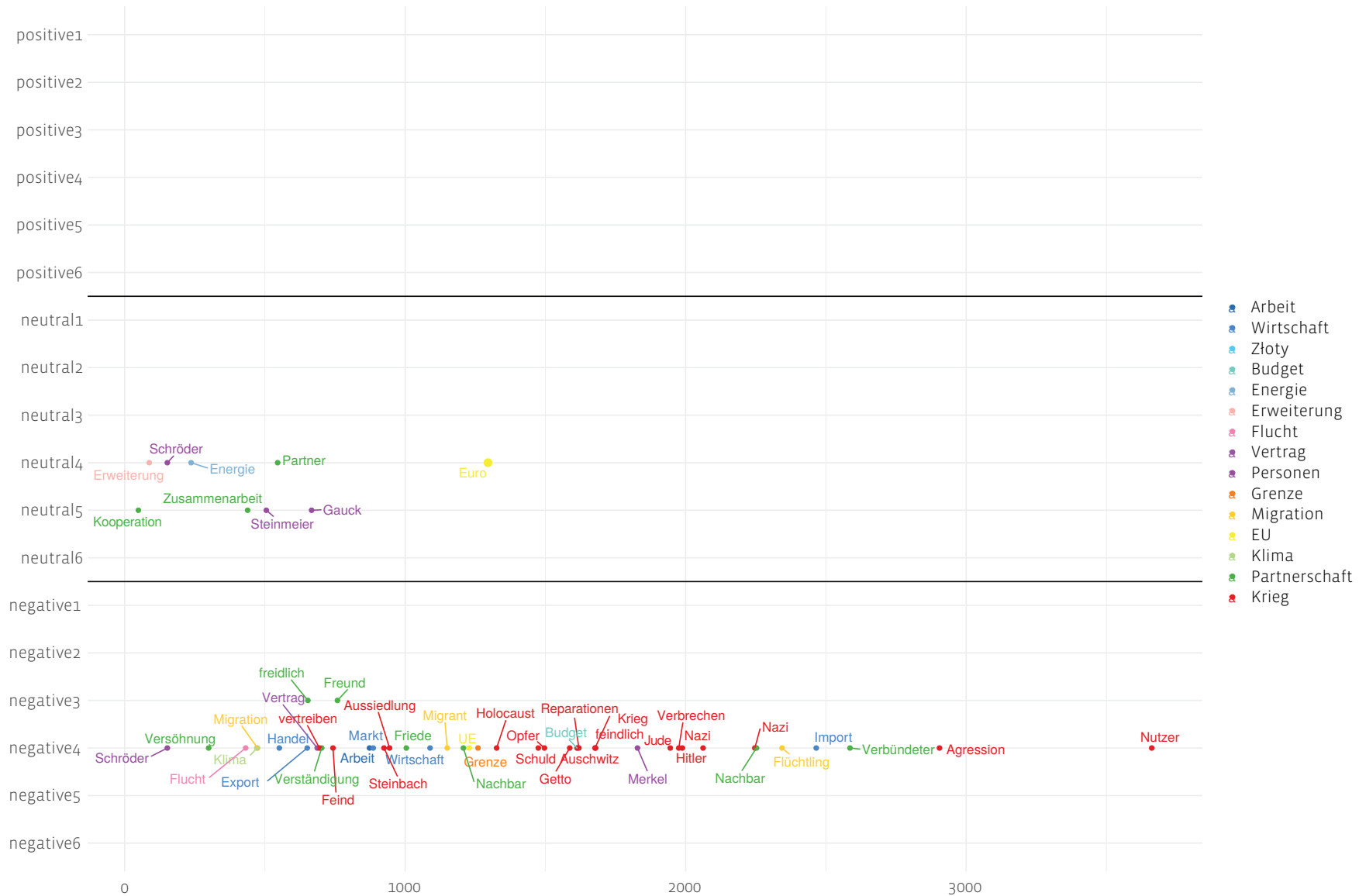
Die Liste der in Gruppen zusammengefassten Seiten zeigt noch deutlicher die Ähnlichkeiten und Unterschiede zwischen polnischen und deutschen Kommunikationsstilen auf Facebook. Die Seiten der Institutionen und diplomatischen Vertretungen befinden sich auf einem ähnlichen Interaktivitätsniveau (hier sei daran erinnert, dass wir die auf Deutsch publizierende polnische Botschaft zu den »deutschen« Seiten hinzurechnen, wohingegen die »polnischen« Seiten auch die deutsche Botschaft in Warschau umfassen). Polnische »Personen« und Parteien erstellten häufiger Posts mit negativer Aussage und erzeugten eine höhere Interaktivität der Empfänger:innen als deutsche.

Für die Schlüsselwörter wurde eine den Seiten ähnliche Karte erstellt – dafür wurden sowohl Posts als auch Kommentare analysiert, die ein bestimmtes Schlüsselwort enthielten. In Polen gehören die meisten Posts und Kommentare mit einer negativen Aussage zur Gruppe »Krieg« und verursachen die höchste Interaktivität der Empfänger:innen.

Auch auf deutscher Seite lässt sich eine deutliche Konzentration von Posts mit Schlüsselwörtern, ihrer Aussage und der Interaktivität in einem Teil der Karte feststellen – und zwar auf der Seite, die ihre Neutralität unabhängig von einem Schlüsselwort oder von der Zugehörigkeit zu irgendeiner Wortgruppe signalisiert. Zu den Ausnahmen gehören Posts mit den Wörtern »Kooperation« und »Partnerschaft«, die sich durch die relativ stärkste positive Färbung, aber eine geringe Interaktivität auszeichnen, sowie »Verbündeter« und »Migration«, die bei einer neutralen Aussage eine relativ höhere Interaktivität als andere Wörter erzeugen.

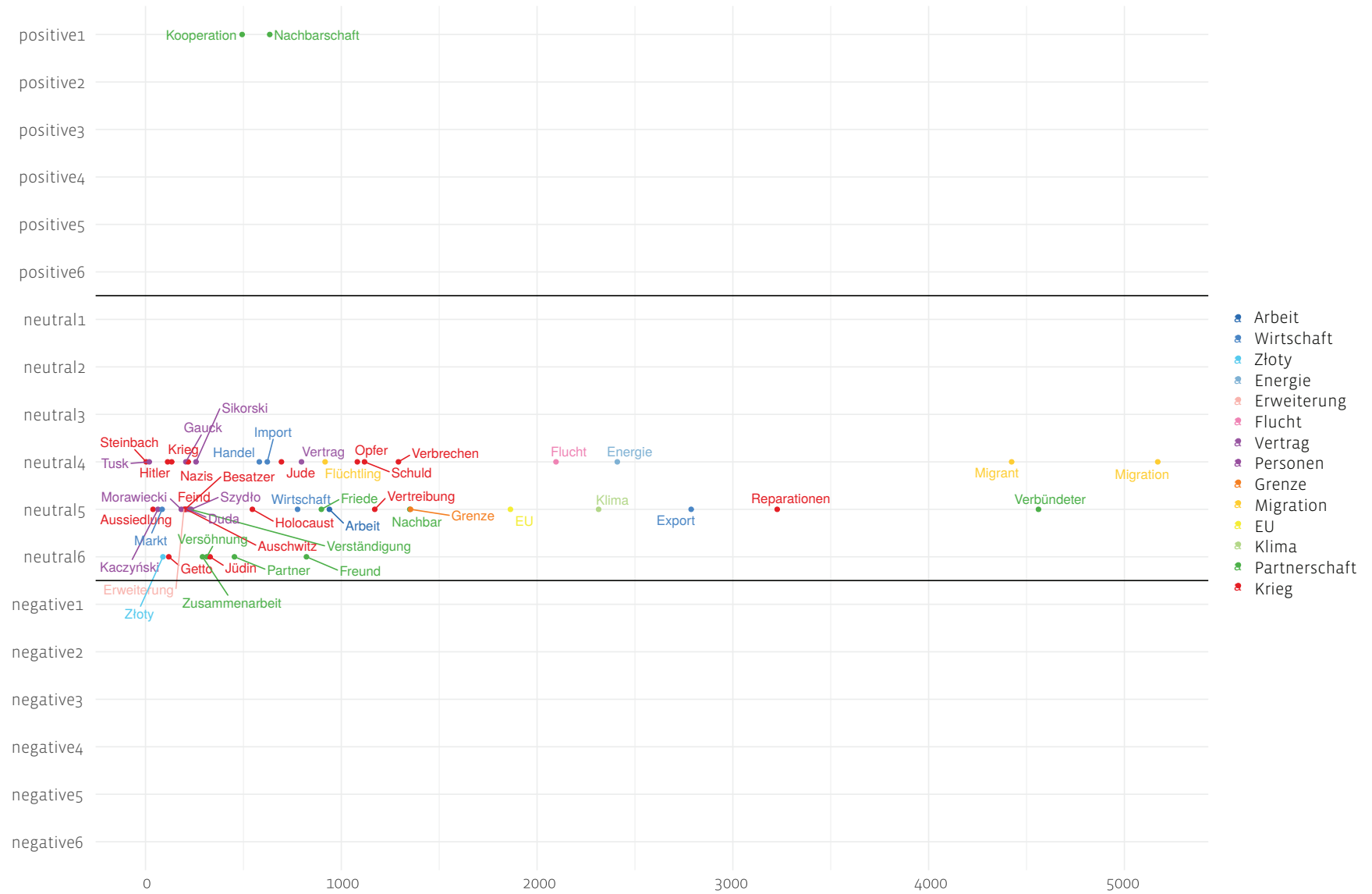
Auf der Karte mit der Darstellung von Aussage und Interaktivität von polnischen und deutschen Einträgen, aufgeschlüsselt in thematische Gruppen, ist deutlich zu erkennen, dass polnische Texte mit negativer Aussage und deutsche Texte mit neutraler Aussage eine vergleichbare Interaktivität erzeugen. Bei mehreren Themen bewirkten neutrale Einträge auf deutscher Seite sogar eine noch stärkere Interaktivität der Empfänger:innen als negative Einträge auf polnischer Seite, wie etwa im Falle von »Migration«, »Klima«, »Europäische Union«.

**Abbildung 40.** Abhängigkeit der Interaktivität von der Aussage der Posts und Kommentare, die ausgewählte Schlüsselwörter beinhalten - polnisches Korpus

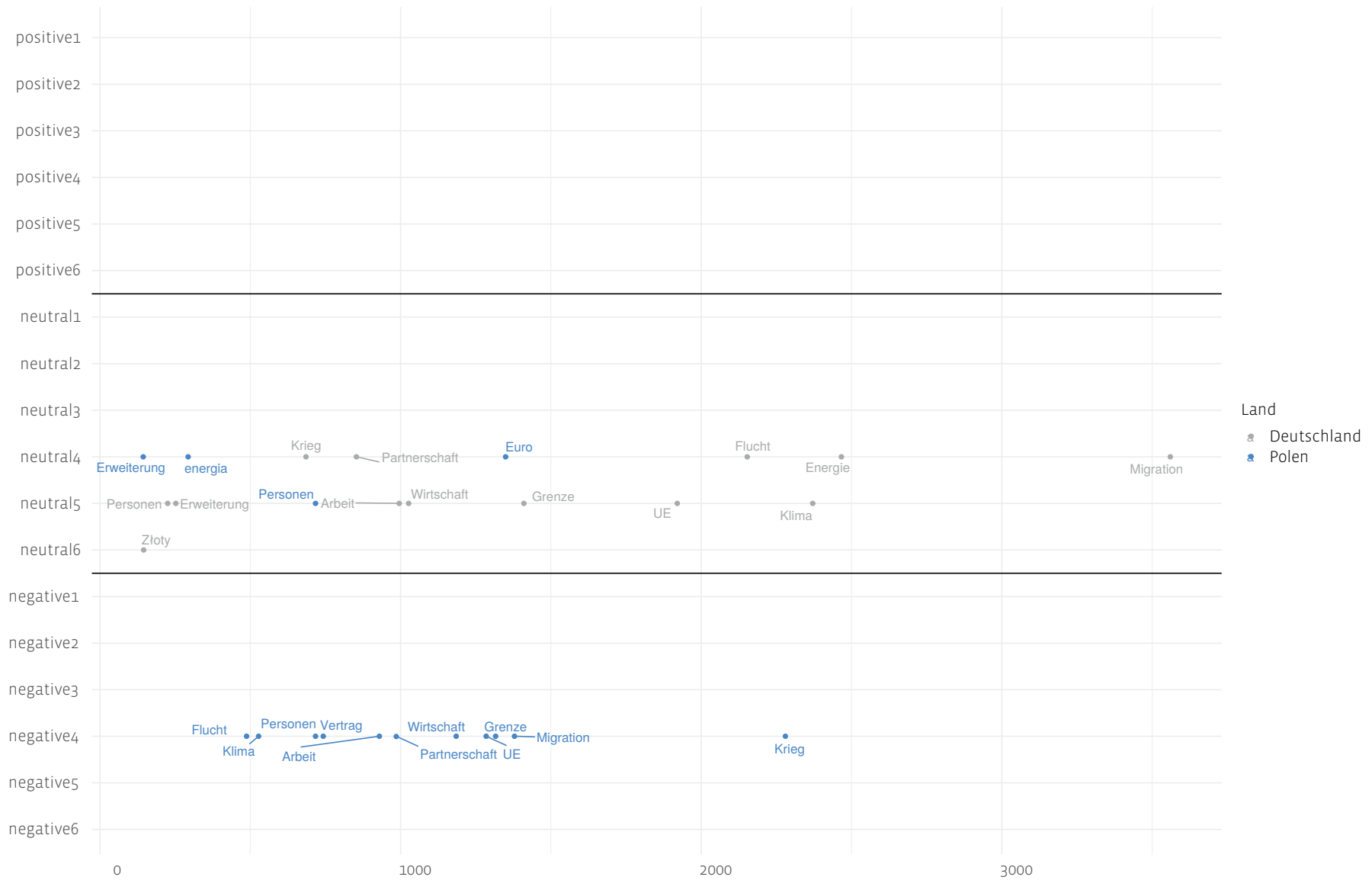


\* Der Name Schröder erscheint zweimal in der Abbildung. Dies ist darauf zurückzuführen, dass der Begriff in dem Post gleich häufig mit neutraler und negativer Aussage vorkommt, und somit ein zwei Bereichen erscheint, die Auskunft über die Aussage des Posts geben.

**Abbildung 41.** Abhängigkeit der Interaktivität von der Aussage der Posts und Kommentare, die ausgewählte Schlüsselwörter beinhalten - deutsches Korpus



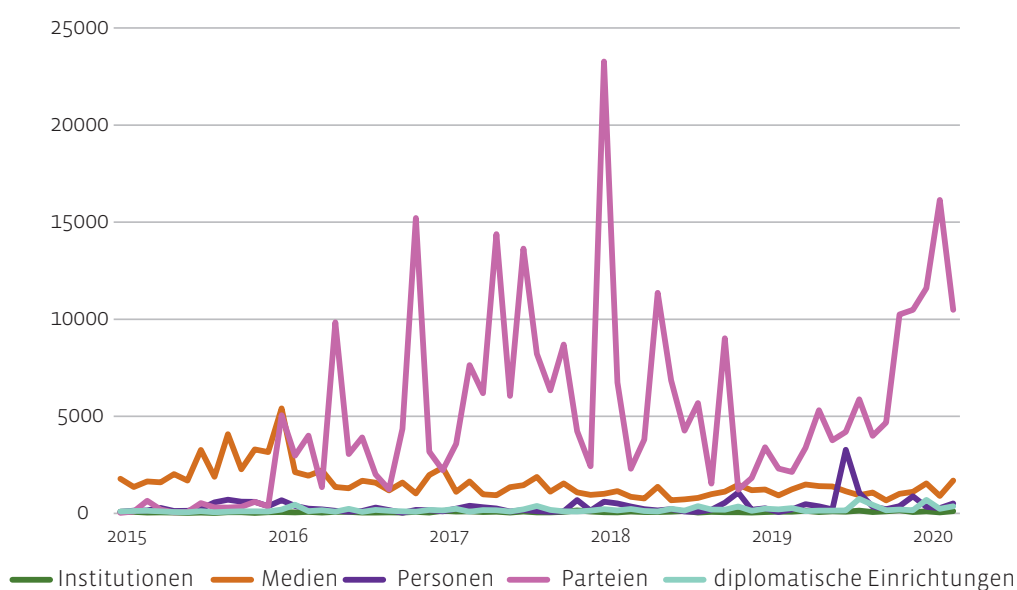
**Abbildung 42.** Abhängigkeit der Interaktivität von der Aussage der Posts und Kommentare, die ausgewählte Schlüsselwörter beinhalten, aufgeschlüsselt nach Seitengruppen  
 - polnisches und deutsches Korpus



## Die Veränderung des Interaktivitätsindex im Laufe der Jahre

Die Analyse der Veränderungen in der Interaktivität einzelner Arten von Seiten in den Jahren 2018–2020<sup>29</sup> zeigt signifikante Unterschiede zwischen ihren verschiedenen Typen. Auf polnischen Seiten ist bei diplomatischen Vertretungen, Institutionen und Personen eine Interaktivität auf einem stabilen, niedrigen Niveau zu verzeichnen, wobei im letzteren Fall leichte Steigerungen zu verzeichnen sind. Andererseits ist bei politischen Parteien eine große Dynamik der Interaktivität festzustellen. Diese Interaktivität blieb trotz Veränderungen auf einem höheren Niveau als bei anderen Seitentypen.

**Abbildung 43:** Durchschnitt des Interaktivitätsindex für jeden Seitentyp im Laufe der Jahre – polnisches Korpus

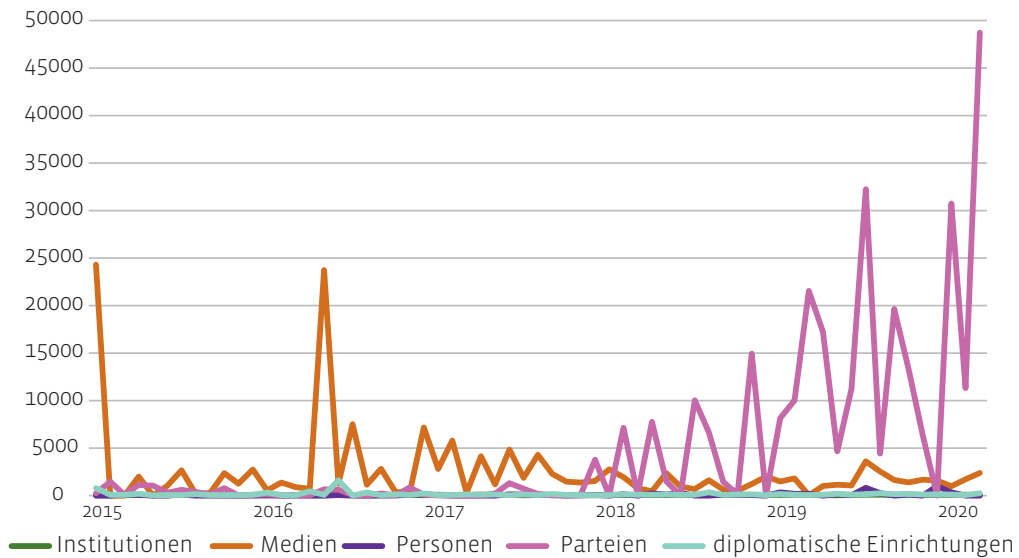


Auf dem deutschsprachigen Facebook sind die Trends in Bezug auf die stabile und geringe Interaktivität der Seiten von diplomatischen Vertretungen, Institutionen und Personen ähnlich. Die Interaktivität der Seiten von Medien stabilisierte sich auf einem leicht höheren Niveau. Eine ähnliche Tendenz gab es in Polen. Schließlich wiesen die Seiten der deutschen politischen Parteien seit dem Jahr 2018 im Zeitverlauf eine immer höhere und vielfältigere Interaktivität auf.

<sup>29</sup> Für die Analyse der zeitlichen Veränderungen wurden die Jahre 2018–2020 ausgewählt, da für diesen Zeitraum vergleichsweise die meisten Materialien zusammengetragen wurden, was größere Rückschlussmöglichkeiten bietet.

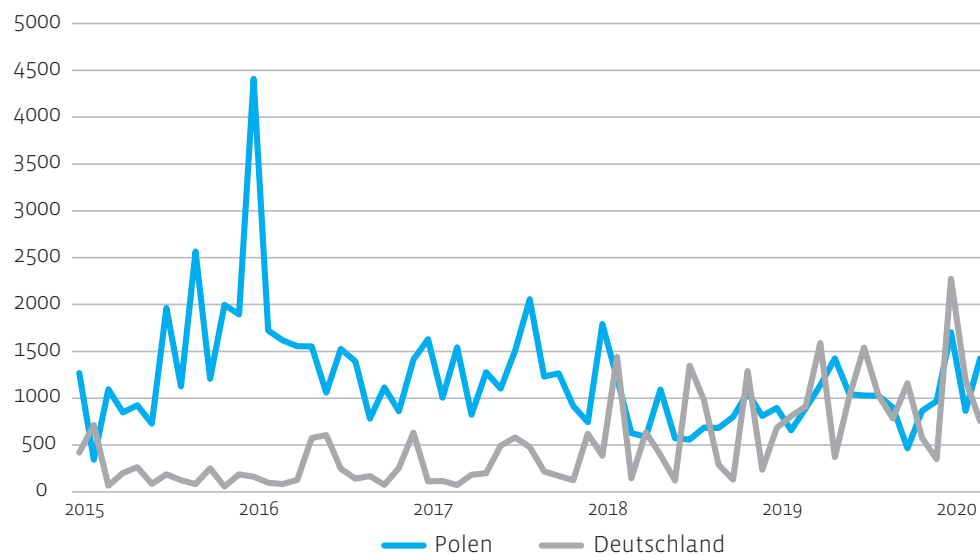


**Abbildung 44:** Durchschnitt des Interaktivitätsindex für jeden Seitentyp im Laufe der Jahre – deutsches Korpus



Vergleicht man den durchschnittlichen INI für alle polnischen und deutschen Seiten, so zeigt sich, dass die Dynamik der durch polnische Einträge über Deutschland hervorgerufenen Interaktivität geringer war als auf dem deutschsprachigen Facebook in Bezug auf Polen – in vielen Monaten war die Interaktivität auf polnischer Seite höher als auf der deutschen Seite.

**Abbildung 45:** Durchschnitt des Interaktivitätsindex für polnische und deutsche Seiten im Laufe der Jahre

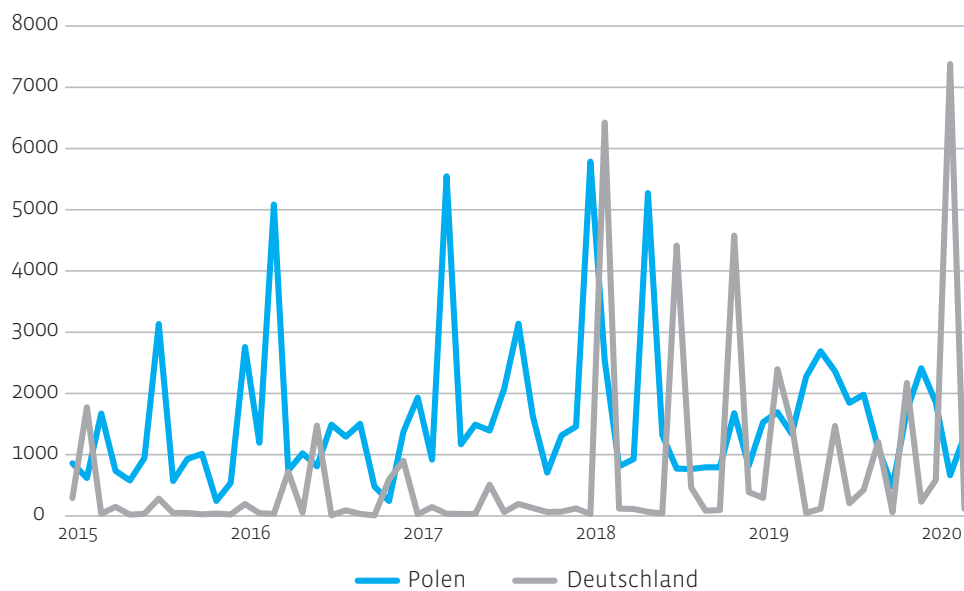


Um die Interaktivität polnischer und deutscher Seiten im Laufe der Jahre zu vergleichen, wurden je nach verwendeten Schlüsselwörtern mehrere Wortgruppen ausgewählt. Bei der Gruppe »Krieg« schwankte die

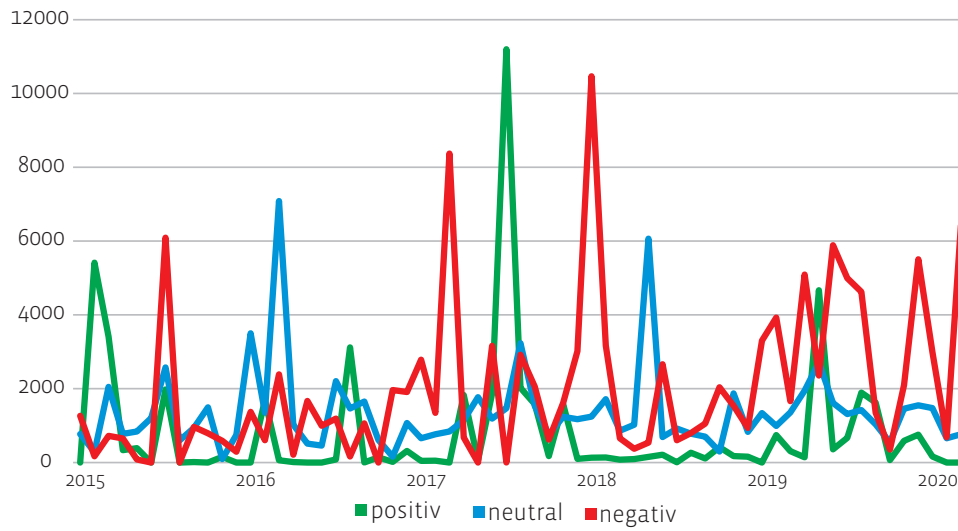
Interaktivität auf beiden Seiten erheblich. Bei den Gruppen »Europäische Union« und »Energie« wurde hingegen auf den deutschsprachigen Seiten eine größere Interaktivität festgestellt. Auch hier war in allen drei Fällen die Veränderungsdynamik auf deutscher Seite größer.

Die Einteilung nach Interaktivität mit jahresunabhängiger Aufschlüsselung hinsichtlich der Aussage zeigt, dass auf polnischer Seite die durch Einträge mit negativen Aussagen verursachte Interaktivität in den meisten Fällen höher war als auf deutscher Seite (mit Ausnahme der Gruppe »Energie«, wo die höchste Interaktivität durch neutrale Aussagen hervorgerufen wurde), auf der diese manchmal fast überhaupt nicht auftraten. Auf deutscher Seite wurde die relativ größte Interaktivität durch neutrale Einträge verursacht.

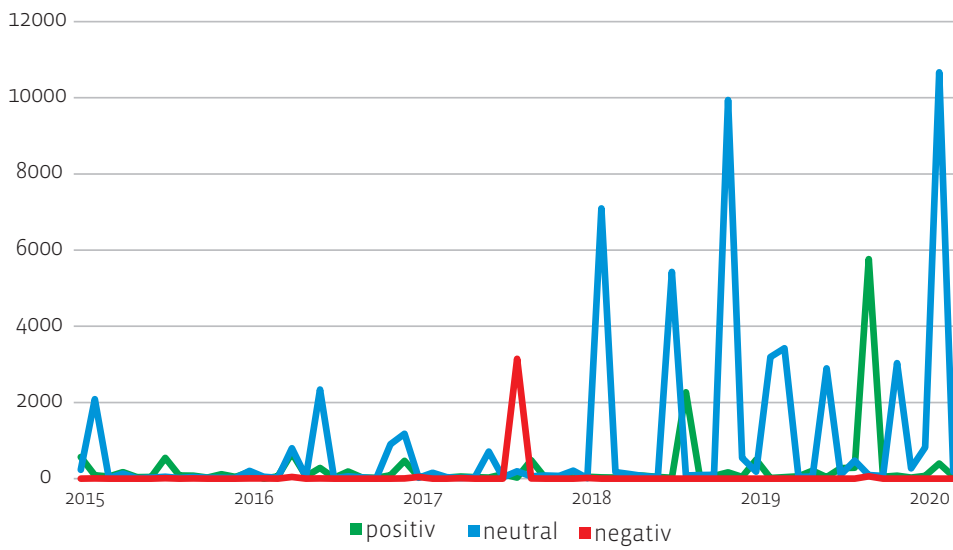
**Abbildung 46:** Mittelwert des Interaktivitätsindex für Wörter aus der Gruppe »Krieg« im Laufe der Jahre – polnisches und deutsches Korpus



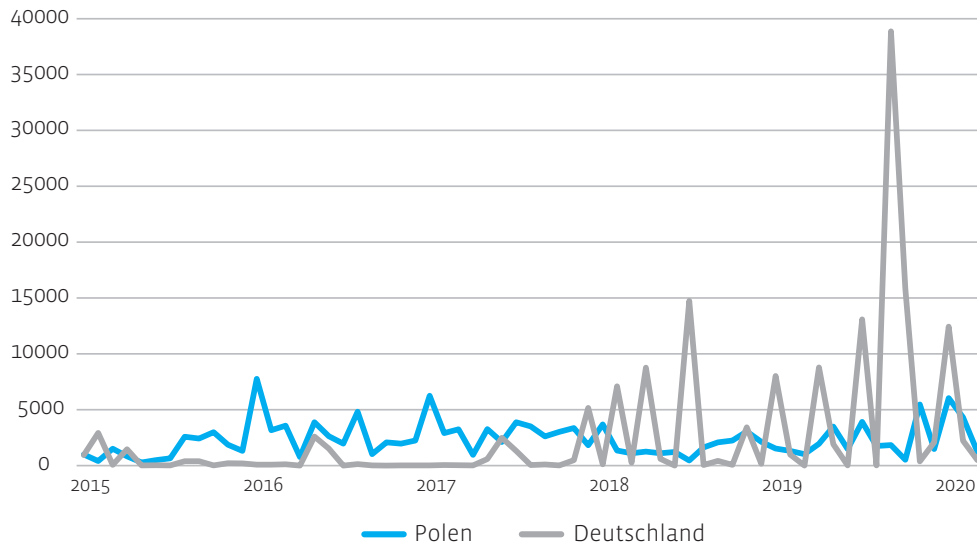
**Abbildung 47:** Mittelwert des Interaktivitätsindex für Wörter aus der Gruppe »Krieg« im Laufe der Jahre, aufgeschlüsselt nach der Aussage – polnisches Korpus



**Abbildung 48:** Mittelwert des Interaktivitätsindex für Wörter aus der Gruppe »Krieg« im Laufe der Jahre, aufgeschlüsselt nach der Aussage – deutsches Korpus

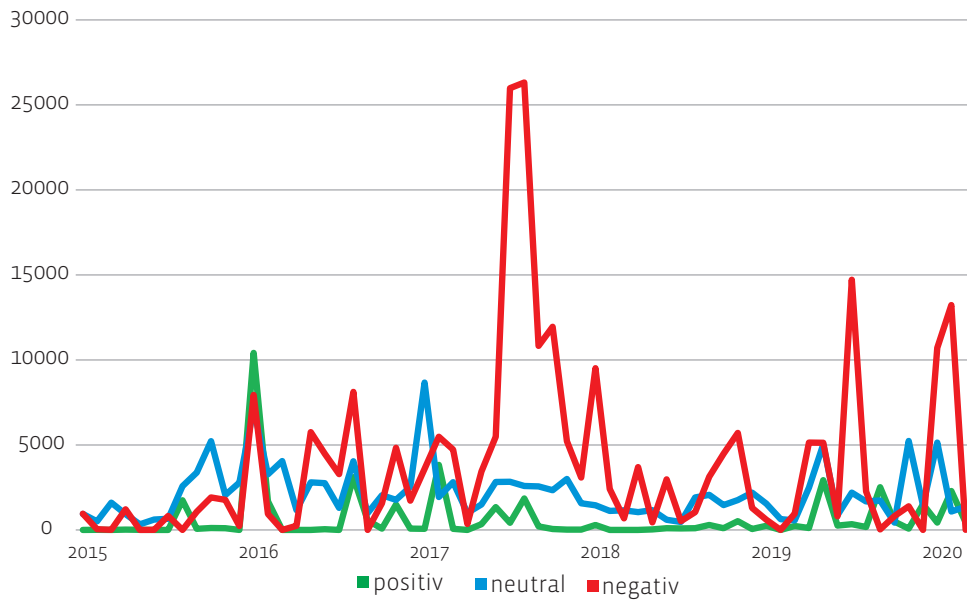


**Abbildung 49:** Mittelwert des Interaktivitätsindex für Wörter aus der Gruppe »EU/Europa« im Laufe der Jahre – polnisches und deutsches Korpus

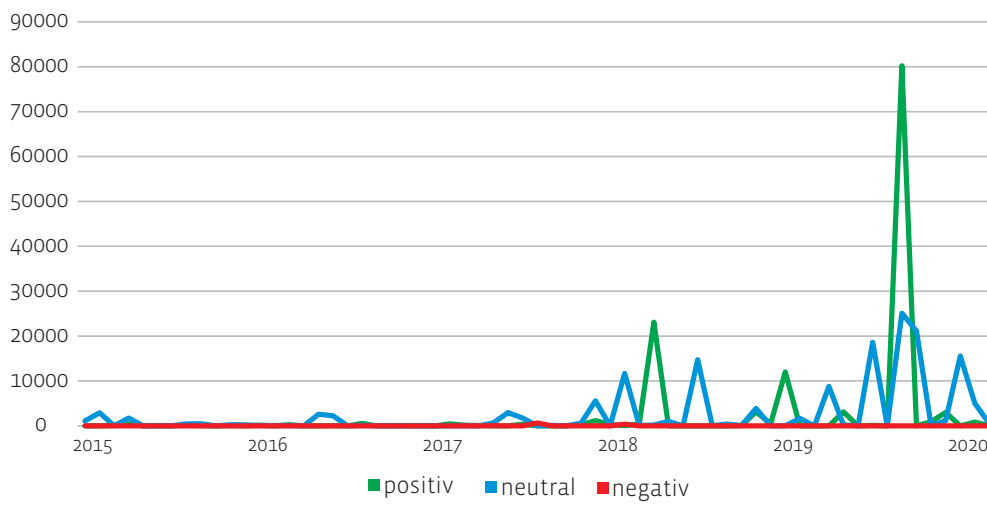


Aufgeschlüsselt nach der Aussage:

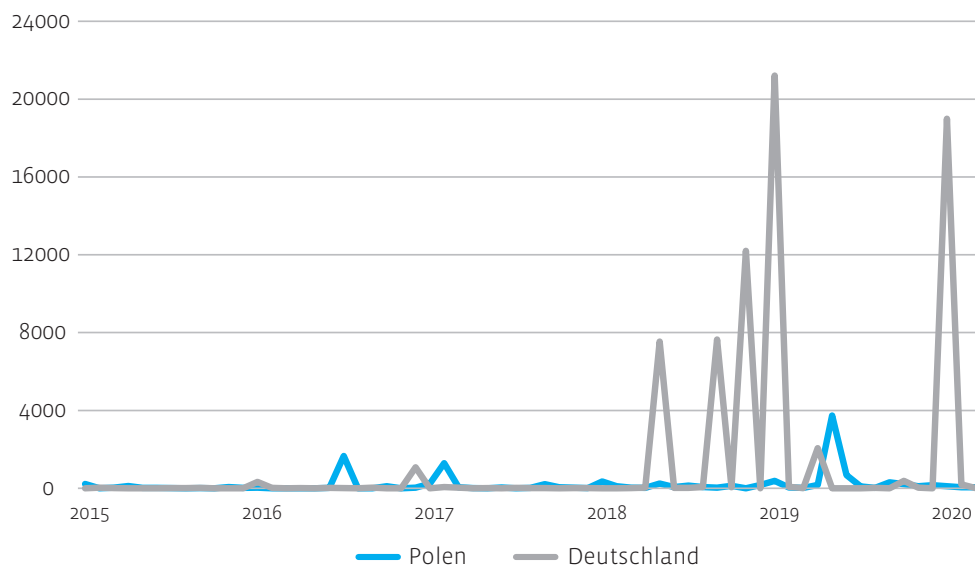
**Abbildung 50:** Mittelwert des Interaktivitätsindex für Wörter aus der Gruppe »EU/Europa« im Laufe der Jahre, aufgeschlüsselt nach der Aussage – polnisches Korpus



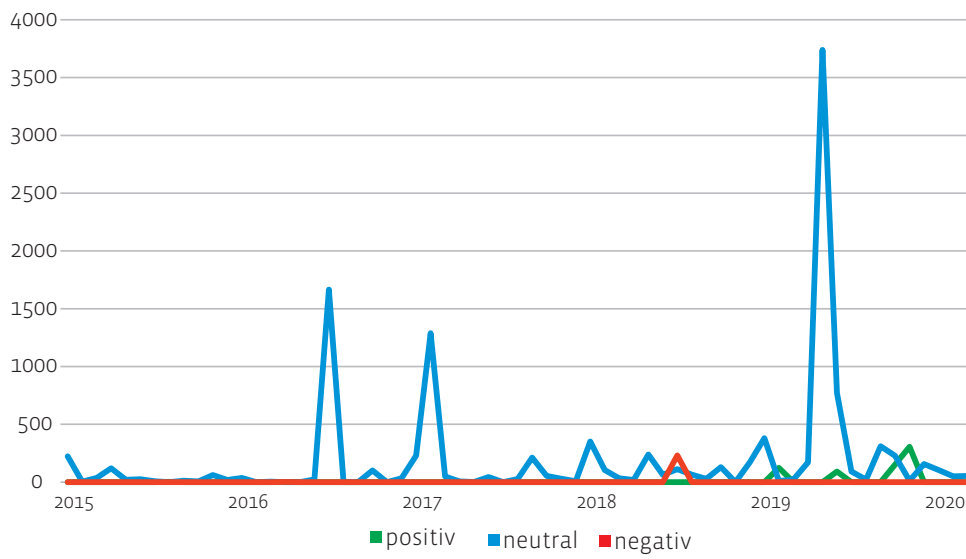
**Abbildung 51:** Mittelwert des Interaktivitätsindex für Wörter aus der Gruppe »EU/Europa« im Laufe der Jahre, aufgeschlüsselt nach der Aussage – deutsches Korpus



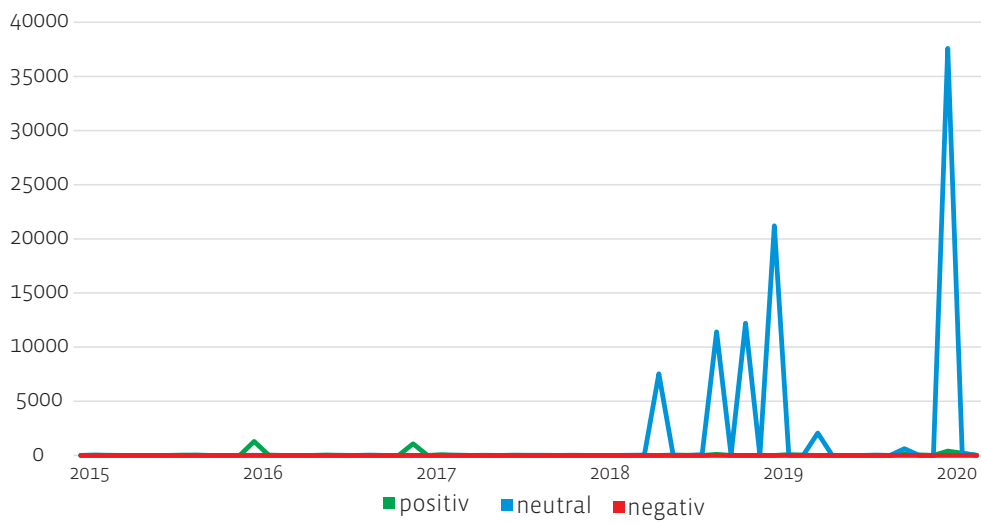
**Abbildung 52:** Mittelwert des Interaktivitätsindex für Wörter aus der Gruppe »Energie« im Laufe der Jahre – polnisches und deutsches Korpus

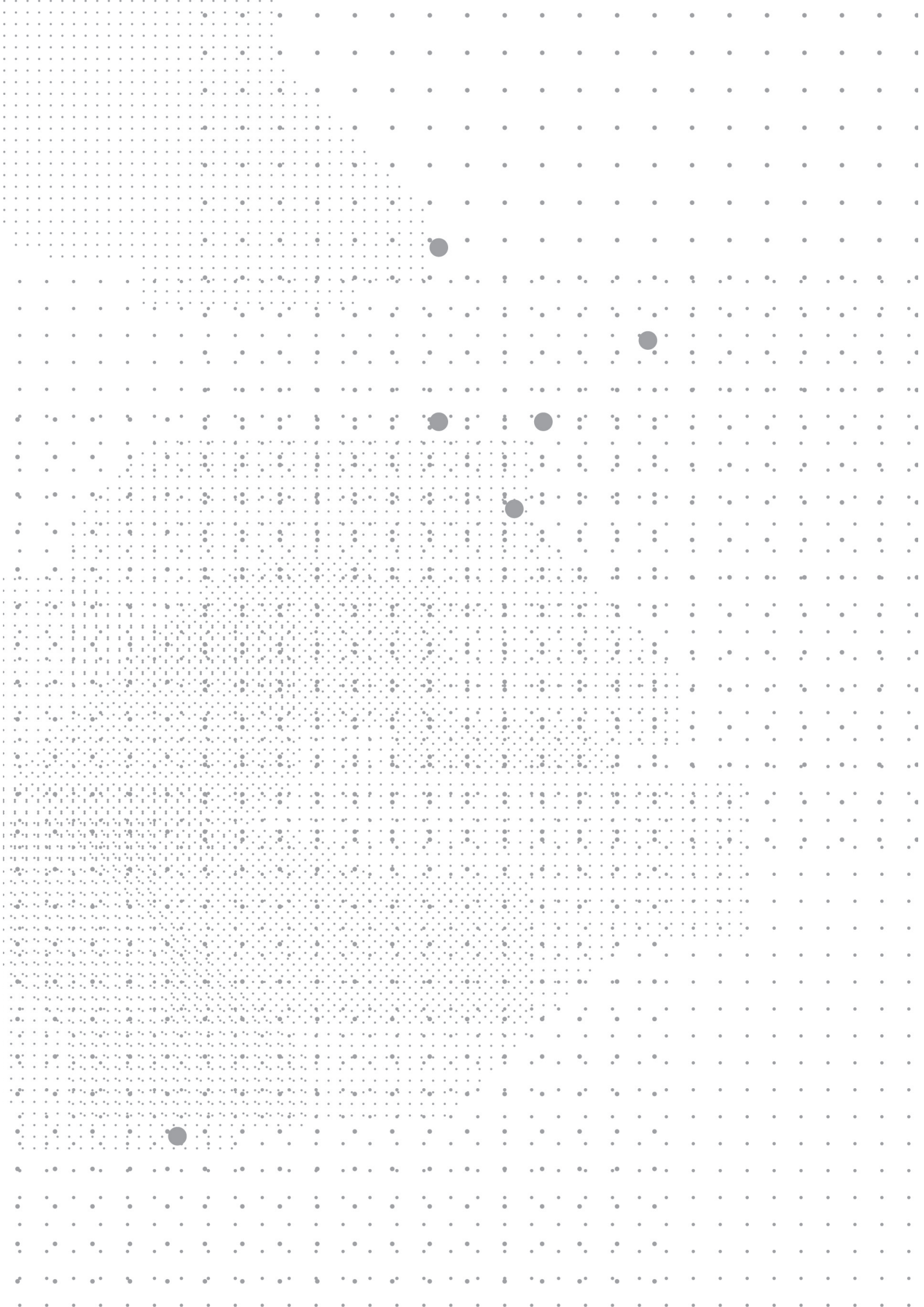


**Abbildung 53:** Mittelwert des Interaktivitätsindex für Wörter aus der Gruppe »Energie« im Laufe der Jahre, aufgeschlüsselt nach der Aussage – polnisches Korpus



**Abbildung 54:** Mittelwert des Interaktivitätsindex für Wörter aus der Gruppe »Energie« im Laufe der Jahre, aufgeschlüsselt nach der Aussage – deutsches Korpus







Die durchgeführte Untersuchung bestätigte nachdrücklich die These zu allgemeinen Tendenzen in der deutsch-polnischen Kommunikation, dass der Stil der politischen Kommunikation in den Sozialen Medien in Polen und Deutschland unterschiedlich ist. Das weit gefasste »deutsche« Thema erfreut sich eines größeren Interesses (ausgedrückt durch eine größere Anzahl von Einträgen, die auch von Akteuren erstellt wurden, die nicht direkt für die Gestaltung der gegenseitigen Beziehungen verantwortlich sind, sowie die Kommentare zu diesen Einträgen) und der emotionalen Beteiligung der Schreibenden (insbesondere finden sich mehr Texte mit einer negativen Aussage). Überdies konnte erneut bestätigt werden, dass die Kriegsthematik in der polnischen Kommunikation über Deutschland und die deutsch-polnischen Beziehungen stark präsent ist. Auf deutscher Seite wird Polen demgegenüber außergewöhnlich oft im europäischen Kontext beschrieben.

Deutsche Einträge zielen oft darauf ab, zu informieren und eine positive Atmosphäre in den deutsch-polnischen Beziehungen zu schaffen – sie verweisen darauf, was beide Seiten verbindet. Einen ähnlichen Zweck verfolgen polnischsprachige Einträge von Institutionen, diplomatischen Vertretungen und Organisationen. Andererseits ist die Kommunikation von Einzelpersonen in Polen viel stärker darauf ausgerichtet, ein zumeist negatives Deutschlandbild zu erzeugen. Gleichzeitig beziehen sich einzelne Akteure bei der Erwähnung Deutschlands nicht selten auf ihre politischen Konkurrenten und formulieren ihnen gegenüber Vorwürfe – je nach parteipolitischer Zugehörigkeit entweder als zu unterwürfig oder deutschlandfeindlich. Die höhere Emotionalität scheint die These von Facebook als einem »Druckablassventil« zu stützen. Gleichzeitig sieht man, dass auch hier Frames genutzt werden, die nicht originär Facebook entstammen, sondern sich über längere Zeiträume hinweg auch in Printmedien nachweisen lassen.

Was bedeuten diese Ergebnisse für die deutsch-polnische Kommunikation, also die Art und Weise wie Deutsche und Polen einander (medial) betrachten? Die Untersuchungen deuten darauf hin, dass ein Großteil der Kommunikation über Deutschland und Polen in sozialen Netzwerken wie Facebook die Beziehungen zwischen den beiden Ländern in einem negativen Licht zeigt und das gerade diese Art von Posts zu einer hohen Interaktion und Verbreitung führen. Selbst Posts mit positiver Aussage ziehen häufig eine wahre Flut negativer Kommentare nach sich. Diese negative Grundstimmung mag unter Umständen weniger mit den deutsch-polnischen Beziehungen an sich, sondern vielmehr mit der Rolle der Sozialen Medien als elektronischer Stammtisch zu tun haben, an dem die Nutzer:innen ihrem Ärger Luft machen



wollen. Dabei sollte jedoch nicht unterschätzt werden, dass – im Gegensatz zur begrenzten Reichweite des Stammtischs im Wirtshaus – der elektronische Stammtisch eine weitaus größere Reichweite besitzt, insbesondere auch bei Nachrichten mit zweifelhaftem Wahrheitsgehalt. So übertraf etwa im Jahr 2018 die Reichweite der acht erfolgreichsten Falschmeldungen auf Facebook diejenige fast aller Artikel der größten Nachrichtenseiten in Deutschland, mit Ausnahme eines Online-Artikels der Süddeutschen Zeitung.<sup>20</sup> Für die deutsch-polnische Kommunikation bedeutet dies, weniger auf die Potenziale Sozialer Netzwerke für einen demokratischeren Meinungs austausch zu setzen und sich in einem viel stärkeren Maße die möglichen Effekte von (bewusster) Desinformation sowie von schlicht negativer (bisweilen aber auch positiver) Stimmungsmache auf die deutsch-polnischen Beziehungen bewusst zu machen.

---

<sup>20</sup> <https://www.buzzfeed.de/recherchen/das-sind-der-erfolgreichsten-falschmeldungen-auf-facebook-2018-90134176.html>



### **Merkmale von Modellen zur Bewertung der Aussage – polnische Sprache**

Der Prozess der Durchführung des Modells zur Bewertung der Aussage beginnt mit der Vorverarbeitung (*preprocessing*) des analysierten Textes. Für jeden Text wurde eine *Tokenisierung* durchgeführt – der Inhalt des Eintrags wurde in Wörter und andere aussagekräftige Symbole, z. B. Satzzeichen und Emojis, unterteilt.

Aus dem so vorbereiteten Text wurde dann eine Vektordarstellung erstellt. Texte mit ähnlicher Bedeutung sollten eine ähnliche Vektordarstellung haben. Die Algorithmen, die diese Vektoren erzeugen, das heißt sogenannte *embeddings* (dt. Einbettungen), werden anhand von Textdatenbanken erstellt, damit sie lernen können, welche Wörter, Wendungen oder Sätze eine ähnliche Bedeutung haben. Zur Analyse von Texten aus Sozialen Medien wurde eine neue Datenbank basierend auf dem Einbettungsalgorithmus vom Typ »FastText« von Facebook AI Research (FAIR) erstellt und anhand von Datensätzen von Facebook und Instagram an die Besonderheiten von Texten aus Sozialen Medien angepasst. Dies ist insofern wichtig, dass Modelle zum Erstellen von Einbettungen normalerweise auf der Grundlage von Daten aus formalen Texten oder Wikipedia lernen – also solchen, die den in den Sozialen Medien geschriebenen Texten, die im Projekt verwendet wurden, nicht ähneln.

Anschließend wurden die erhaltenen Vektoren als Eingangsschicht für das neuronale Netzwerk verwendet. Die verwendeten Netzwerke haben je nach Sprache unterschiedliche Architekturen. Für die polnische Sprache wurde ein rekursives Netzwerk des Typs BiGRU (Bidirectional Gated Recurrent Unit) verwendet.

Am Modellausgang wurde die Wahrscheinlichkeit der Zugehörigkeit zu jeder der Stimmungsklassen generiert. Die wahrscheinlichste Gruppe wurde ausgewählt und die Stimmung auf dieser Grundlage bestimmt.

Der Ansatz der Vektordarstellung liefert viel bessere Ergebnisse als der früher verwendete Ansatz zur Analyse der Aussage, der darauf basierte, bestimmten Wörtern eine Aussage zuzuordnen und das Auftreten dieser Wörter zu zählen. Beim vorliegenden Ansatz wird der Kontext, in dem die Wörter verwendet werden, viel stärker berücksichtigt.

## Merkmale von Modellen zur Bewertung der Aussage – deutsche Sprache

Zur Bewertung der Aussage der Texte in deutscher Sprache wurden auf der Plattform Google Cloud verfügbare Tools zur Verarbeitung natürlicher Sprache verwendet. Zunächst wurden die Texte mit einem Spracherkennungsmodell analysiert. In manchen Texten traten neben dem Deutschen noch weitere Sprachen auf (etwa Polnisch, Ukrainisch) – solche Texte konnten keiner Stimmungsanalyse unterzogen werden und mussten daher im ersten Schritt ausgeschlossen werden.

Mit dem Stimmungserkennungsmodell kann die allgemeine – positive, negative oder neutrale – Aussage eines Textes beschrieben werden, allerdings lassen sich dabei keine spezifischen Emotionen identifizieren. Das Ergebnis der Analyse sind zwei Werte – *Score* (dt. Bewertung) und *Magnitude* (dt. Stärke). *Score* nimmt Werte von  $-1$  bis  $1$  an und informiert darüber, ob der Text positiv (Wert über  $0,25$ ), negativ (Wert unter  $-0,25$ ) oder neutral (Wert zwischen  $-0,25$  und  $0,25$ ) gehalten ist. *Magnitude* nimmt Werte von  $0$  bis unendlich an und informiert über die Intensität von Emotionen in einem bestimmten Text (umso höher der Wert ist, desto mehr Inhalt mit emotionaler Aufladung enthält der analysierte Text). Gleichzeitig kann bei Texten, die sowohl viele positive als auch negative Inhalte enthalten, einerseits der Wert für *Score* nahe  $0$ , andererseits der Wert für *Magnitude* sehr hoch sein.



### Medien

Fakt  
Sieci  
DoRzeczy  
Gazeta Polska Codziennie  
Polityka  
Gazeta Wyborcza  
Rzeczpospolita  
Der SPIEGEL  
BILD  
Die Zeit  
Süddeutsche Zeitung  
Frankfurter Allgemeine Zeitung  
RTL Aktuell  
Tagesschau  
Fakty TVN  
Wiadomości TVP 1  
TVN 24  
TVP Info  
Deutsche Welle Polski  
Deutschlandfunk  
Niezalezna.pl  
Oko.press  
Wpolityce.pl  
Gość Niedzielny  
Cosmo Radio po polsku

### Diplomatische Vertretungen und ausgewählte staatliche Institutionen

Präsident der Republik Polen  
Premierminister der Republik Polen  
Ministerium für Auswärtige Angelegenheiten der Republik Polen  
Botschaft der Republik Polen in Berlin  
Bundespräsident  
Auswärtiges Amt  
Deutsche Botschaft in Warschau  
Generalkonsulat der Bundesrepublik Deutschland in Wrocław  
Generalkonsulat der Bundesrepublik Deutschland in Gdańsk  
Generalkonsulat der Bundesrepublik Deutschland in Kraków

## **Institutionen im Bereich der deutsch-polnischen Zusammenarbeit**

Stiftung für deutsch-polnische Zusammenarbeit

Deutsch-Polnisches Jugendwerk

Goethe-Institut

Polnisches Institut in Berlin

Polnisches Institut in Düsseldorf

Deutsch-Polnische Industrie- und Handelskammer

Aleksander-Brückner-Zentrum für Polenstudien

West-Institut in Posen

Dialog

## **Experten, Journalisten, Politiker**

Cezary Gmyz, Journalist (TVP)

Zdzisław Krasnodębski, MdEP (PiS)

Marek Krzakała, Abgeordneter des Sejm (PO)

Ryszard Legutko, MdEP (PiS)

Manuel Sarrazin, ehem. MdB (Bündnis 90/Die Grünen)

Radosław Sikorski, MdEP (PO)

Szymon Szykowski vel Sęk, damals stv. Außenminister, aktuell  
Europaminister der Republik Polen

Roża Thun, MdEP (ehemals PO, aktuell Polska 2050)

Dietmar Woidke, Ministerpräsident des Landes Brandenburg, ehemals  
Koordinator der Bundesregierung für die deutsch-polnische  
zwischenmenschliche und grenznahe Zusammenarbeit

Bartłomiej Wroblewski, Abgeordneter des Sejm (PiS)

## **Politische Parteien**

Recht und Gerechtigkeit (Prawo i Sprawiedliwość, PiS)

Bürgerplattform (Platforma Obywatelska, PO)

Bund der Demokratischen Linken (Sojusz Lewicy Demokratycznej, SLD)

Modern (Nowoczesna)

Frühling (Wiosna)

Gemeinsam (Razem)

Kukiz'15

Europakoalition (Koalicja Europejska)

Polnische Bauern- bzw. Volkspartei (Polskie Stronnictwo Ludowe, PSL)

Konföderation der Freiheit und Unabhängigkeit (Konfederacja Wolność  
i Niepodległość, kurz: Konfederacja)

CDU

CSU

SPD

Die Linke

Bündnis 90/die Grünen

FDP

AfD

NPD



**Dr. Agnieszka Łada-Konefal** – Stellvertretende Direktorin am Deutschen Polen-Institut (DPI) in Darmstadt, bis 2019 Direktorin des Europa-Programms und Senior Analyst am Warschauer Institut für Öffentliche Angelegenheiten (ISP). Promotion in Politikwissenschaft an der Universität Warschau. Studium der Politikwissenschaft in Warschau und Berlin sowie Aufbaustudium in Organisationspsychologie in Dortmund und Executive Master for Public Administration an der Hertie School of Governance. Stellvertretende Vorsitzende des Aufsichtsrates der Stiftung Kreisau für Europäische Verständigung. Spezialisierung auf folgende Bereiche: deutsch-polnische Beziehungen, polnische Außen- und Europapolitik, Wahrnehmung Polens im Ausland bzw. der Ausländer in Polen.

**Bastian Sendhardt** – wissenschaftlicher Mitarbeiter am Deutschen Polen-Institut (DPI) im Büro Berlin, bis April 2020 wissenschaftlicher Mitarbeiter im Warschauer Büro der Friedrich-Ebert-Stiftung. Studium der Politikwissenschaft in Erlangen, Bielefeld und Krakau. Forschungsaufenthalt am Institut für Soziologie der Universität Warschau (2012). Lehraufträge am Aleksanteri-Institut der Universität Helsinki (2013) und der Universität der Bundeswehr München (2019). Derzeit Promotionsprojekt an der Universität der Bundeswehr München zu den Auswirkungen von Diasporapolitiken auf globale politische Ordnungsmuster am Beispiel der Karta Polaka. Wissenschaftliche Schwerpunkte und Interessensgebiete: Diasporaforschung, Grenzforschung, deutsch-polnische Beziehungen, sowie Innen- und Außenpolitik in Polen.

