

Inhalt

Danksagung	9
1 Einleitung	11
1.1 Thema der Arbeit und Begründung	11
1.2 Forschungsfragen und Aufbau der Arbeit	14
2 Forschungsüberblick I: (<i>Im</i>) <i>politeness</i> -Theorien	17
2.1 <i>Politeness</i> als <i>Face-saving</i> -Strategie: Kritik und Grenzen	17
2.2 (<i>Im</i>) <i>politeness</i> ₁ und (<i>im</i>) <i>politeness</i> ₂	20
2.3 Postmoderne Ansätze: <i>relational work</i> , <i>rapport management</i> , <i>genre approach</i>	21
2.3.1 <i>Relational work</i> (LOCHER/WATTS)	22
2.3.2 <i>Rapport management</i> (SPENCER-OATEY)	24
2.3.3 <i>Genre approach</i> (GARCÉS-CONEJOS BLITVICH)	28
2.4 <i>Impoliteness</i> : Intention und (Un-)Angemessenheit	31
2.4.1 <i>Impoliteness</i> und Intention	33
2.4.2 <i>Impoliteness</i> und (Un-)Angemessenheit	35
2.5 (<i>Im</i>) <i>politeness</i> in computervermittelter Kommunikation	36
2.6 Kulturabhängigkeit von (<i>im</i>) <i>politeness</i>	39
2.7 Zwischenfazit: Positionierung dieser Studie	43
3 Forschungsüberblick II: Sprachwissenschaftliche Beschwerde- forschung	45
3.1 Ansätze der sprachwissenschaftlichen Beschwerde- forschung	45
3.1.1 Die wichtigsten Perspektiven: Sprechakt-, Konversations- und Textsorten-(<i>Genre</i> -)Analyse	45
3.1.2 Kontrastive Ansätze	47
3.2 Beschwerden: Versuch(e) einer Definition und Charakterisierung	48
3.2.1 Klassifikation als <i>expressive</i> , <i>face-threatening acts</i>	48
3.2.2 Schwierigkeit der Definition von Beschwerden	49
3.2.3 Unterscheidung in direkte/indirekte Beschwerden	52

Inhalt

Danksagung	9	
1	Einleitung	11
1.1	Thema der Arbeit und Begründung	11
1.2	Forschungsfragen und Aufbau der Arbeit	14
2	Forschungsüberblick I: (<i>Im</i>) <i>politeness</i> -Theorien	17
2.1	<i>Politeness</i> als <i>Face-saving</i> -Strategie: Kritik und Grenzen	17
2.2	(<i>Im</i>) <i>politeness</i> ₁ und (<i>im</i>) <i>politeness</i> ₂	20
2.3	Postmoderne Ansätze: <i>relational work</i> , <i>rapport management</i> , <i>genre approach</i>	21
2.3.1	<i>Relational work</i> (LOCHER/WATTS)	22
2.3.2	<i>Rapport management</i> (SPENCER-OATEY)	24
2.3.3	<i>Genre approach</i> (GARCÉS-CONEJOS BLITVICH)	28
2.4	<i>Impoliteness</i> : Intention und (Un-)Angemessenheit	31
2.4.1	<i>Impoliteness</i> und Intention	33
2.4.2	<i>Impoliteness</i> und (Un-)Angemessenheit	35
2.5	(<i>Im</i>) <i>politeness</i> in computervermittelter Kommunikation	36
2.6	Kulturabhängigkeit von (<i>im</i>) <i>politeness</i>	39
2.7	Zwischenfazit: Positionierung dieser Studie	43
3	Forschungsüberblick II: Sprachwissenschaftliche Beschwerdeforschung	45
3.1	Ansätze der sprachwissenschaftlichen Beschwerdeforschung	45
3.1.1	Die wichtigsten Perspektiven: Sprechakt-, Konversations- und Textsorten-(<i>Genre</i> -)Analyse	45
3.1.2	Kontrastive Ansätze	47
3.2	Beschwerden: Versuch(e) einer Definition und Charakterisierung	48
3.2.1	Klassifikation als <i>expressive</i> , <i>face-threatening acts</i>	48
3.2.2	Schwierigkeit der Definition von Beschwerden	49
3.2.3	Unterscheidung in direkte/indirekte Beschwerden	52

3.3	Sprachwissenschaftliche Studien zu Beschwerden	53
3.3.1	Elizitierte Daten	53
3.3.2	Authentische mündliche Daten	62
3.3.3	Authentische schriftliche Daten: Beschwerdebriefe . . .	64
3.3.4	Authentische Daten in CvK	68
3.4	Zwischenfazit: Desiderate und Hypothesen	72
4	Facebook-Beschwerden: Kommunikationssituation und Teilnehmerkonstellation	75
4.1	Institutionelle Kommunikation und kontrastive Pragmatik' . .	75
4.2	Unternehmenskommunikation im Zeitalter des <i>Electronic Word-of-Mouth</i>	77
4.3	Aufbau der untersuchten Facebook-Seiten	78
4.4	Technologische Einflussfaktoren	81
4.5	Soziale Einflussfaktoren	84
4.6	Kommunikationstheoretische Einordnung	92
4.7	Der Kontext: Aufbau der Threads	96
4.8	Facebook-Beschwerden als Textsorte (<i>genre</i>)?	99
4.9	Zwischenfazit und Hypothesen	101
5	Korpus und Forschungsfragen	103
5.1	Korpuserstellung	103
5.1.1	Auswahl der Facebook-Seiten und Fokussierung auf die initiale Beschwerde	103
5.1.2	Auswahl der Beschwerdeposts: Arbeitsdefinition	106
5.1.3	Erhebung und Auswertung des Probekorpus: Implikationen für die Studie	109
5.1.4	Technische Aufbereitung und Taggen des endgültigen Datenkorpus	111
5.1.5	Vor- und Nachteile des gewählten Korpus	112
5.1.6	Ethische Fragen der Korpuszusammenstellung	115
5.2	Korpusaufbau: statistische Eckdaten	118
5.3	Forschungsfragen der korpusbasierten Untersuchung	119
6	Der Aufbau der Beschwerdeposts: <i>moves</i>	123
6.1	Einleitung und methodisches Vorgehen	123
6.2	Erläuterung der <i>moves</i>	125

- 6.3 Überblick: Aufbau der Beschwerdeposts 133
 - 6.3.1 Häufigkeit der einzelnen *moves* in den Beschwerdeposts 133
 - 6.3.2 Zahl der *Move*-Typen in den Beschwerdeposts 135
 - 6.3.3 Reihenfolge der einzelnen *moves* in den Beschwerdeposts 136
- 6.4 Vorkommen und sprachliche Realisierung einzelner *moves* .. 139
 - 6.4.1 Briefrahmen 139
 - 6.4.2 Buffer 144
 - 6.4.3 Beschwerdegrund 146
 - 6.4.4 Forderung 148
- 6.5 Beispiele: Zusammenwirken der *moves* 158
- 6.6 Direktheitsgrad der Beschwerde als Ganzes 160
- 6.7 Zusammenfassung und Diskussion 161

- 7 Interne und externe Modifikation: *supportive moves*, *upgraders* und *downgraders* 165
 - 7.1 Einleitung 165
 - 7.2 Strategien des Verstärkens – externe Modifikation: *supportive moves* 166
 - 7.2.1 Beweise 167
 - 7.2.2 Rolle als Kunde 170
 - 7.2.3 Persönliche negative Konsequenzen 172
 - 7.2.4 Unterstellung von Vorsatz 174
 - 7.2.5 Wiederholung des Beschwerdegrunds oder der Beschwerde 174
 - 7.2.6 Zeitangabe zum Auftreten des Beschwerdegrunds ... 175
 - 7.2.7 Solidaritätsbekundungen unter Kunden 176
 - 7.3 Strategien des Verstärkens – interne Modifikation: *upgraders* 178
 - 7.4 CvK-spezifische typografische Hervorhebungsverfahren ... 181
 - 7.5 Strategien des Abschwächens: *downgraders* 188
 - 7.6 Ironie 192
 - 7.7 Metakommunikative Äußerungen von Kunden I: *(Im)politeness*-Strategien 200
 - 7.8 Zusammenfassung und Diskussion 205

8	Selbstdarstellung und Referenzen zwischen privater und öffentlicher Kommunikation	207
8.1	Einleitung	207
8.2	Selbstdarstellung und <i>self-reference</i>	212
	8.2.1 Strategien der Selbstdarstellung	212
	8.2.2 Formen der <i>self-reference</i>	219
8.3	<i>Other-reference</i>	229
	8.3.1 Formen der Referenz auf das Unternehmen	229
	8.3.2 Formen der Referenz auf andere Kunden, Bekannte etc.	241
	8.3.3 Direkte und indirekte Beschwerden	244
8.4	Metakommunikative Äußerungen von Kunden II: Kommunikationssituation	249
8.5	Zusammenfassung und Diskussion	250
9	Ergebnisse und Ausblick	253
9.1	Zusammenfassung der Ergebnisse	253
9.2	<i>Facework</i> in Facebook-Beschwerden: Diskussion vor (<i>Im</i>) <i>politeness</i> -Modellen	256
9.3	Beschwerden im deutsch-italienischen Vergleich	267
9.4	Desiderate und Ausblick	276
	Literaturverzeichnis	281
	Abbildungsverzeichnis	301
	Tabellenverzeichnis	303