



**Universität
Zürich^{UZH}**

IKMZ

Titel der Arbeit

Untertitel mit etwas mehr Informationen über die Arbeit

Osten, Hans Olaf

hans.osten@uzh.ch

Matrikelnummer: 123-4-556

Maler, Gustav

gustav.maler@uzh.ch

Matrikelnummer: 125-2-123

Schweizer, Anne

anne.schweizer@uzh.ch

Matrikelnummer: 784-3-343

Schenk, Dietbald

dietbald.schenk@uzh.ch

Matrikelnummer: 784-3-343

AG: B, Übung: 3, Tutorin: Büchlin, Bettina

Modul: Methoden der empirischen Kommunikationsforschung: Einführung
Semester: HS21

Dozent*Innen:

Fretwurst, Benjamin

b.fretwurst@ikmz.uzh.ch

Zürich, 5. Januar 2022

Inhalt

1. Einleitung	5
2. Theorie	5
2.1. Modell	5
2.2. Möglicher Aufbau	6
3. Methode	7
3.1. Befragung	7
3.1.1. Stichprobe	7
3.1.2. Methodensteckbrief	7
3.2. Inhaltsanalyse	7
3.2.1. Aufbau des Codebuchs	7
3.2.2. Reliabilitätstest	7
3.2.3. Stichprobe	8
3.2.4. Methodensteckbrief	8
3.3. Datenfusion	8
4. Stichprobenbeschreibung	8
4.1. Häufigkeitstabelle mit Mehrfachantworten	9
5. Ergebnisse der Nachrichtenwertanalyse	10
5.1. Vorkommen der NF	10
5.2. Vergleiche des Vorkommens	10
5.3. Bedeutung der Nachrichtenfaktoren für die journalistische Selektion	11
5.3.1. Nachrichtenwert und Resonanz mehrerer Medien	12
5.4. Zusammenspiel der Nachrichtenfaktoren	12
5.4.1. Netzwerkplot der Korrelationen	12
5.5. Wirkung der NF auf die Beachtungsindikatoren	13
5.6. Test der Voraussetzungen linearer Modelle	13
5.7. Vergleich der NF-Gewichte nach Mediengruppen	15
6. Zusammenfassung	17
7. Fazit	17
Anhang	18
A. Tabellenanhang	18
B. Codebuch	44
Literatur	69

Tabellen- und Abbildungsverzeichnis

Tabellenverzeichnis

4.1	Kodierte Medien	9
4.2	Mediennutzung der Befragten	9
5.1	Kontroverse	10
5.2	Kreuztabelle für Schaden und Rezipienten-Nennungen	11
5.3	Korrelationen zwischen NFs	12

Abbildungsverzeichnis

2.1.	Theoretisches Modell	6
5.1.	Nachrichtenfaktoren im Vergleich	11
5.2.	Korrelation der NFs mit der Anzahl der Medien, die über die Themen be- richtet haben	13
5.3.	Korrelationen	14
5.4.	Verhältnis der NF zueinander	14
5.5.	Nachrichtenfaktoren und Beachtung	15
5.6.	Nachrichtenfaktoren und Beachtung	16

1. Einleitung

Am Anfang jeder wissenschaftlichen Arbeit steht eine Problembeschreibung. Die Problembeschreibung soll die Leser:innen in die Problematik einführen und ein oder mehrere Probleme auf den Punkt bringen. Bereits hier können Bereiche aus der Bearbeitung abgegrenzt werden (Themeneingrenzung). Die Problembeschreibung führt zur Formulierung einer Fragestellung bzw. eines Ziels. Die Fragestellung ist gegenüber dem Thema (Gegenstand) eine andere Qualität, da zusätzlich angegeben wird, was über den Gegenstand ausgesagt werden soll (Rhema). „Die Wirkung gewalthaltiger Spielfilme“ wäre z.B. ein Thema und „Wie und in welcher Masse wirken gewalthaltige Spielfilme gewaltfördernd?“ wäre eine mögliche Fragestellung. Die Fragestellung der Hausarbeit sollte in einem Satz möglichst klar, präzise und unmissverständlich formuliert werden. Danach geben Sie eine Methode an, mit der er sein Ziel erreichen möchte.

2. Theorie

Jetzt folgt die eigentliche inhaltliche Untersuchung. Durch die Hausarbeiten sollen Sie zeigen, dass Sie sich mit einer wissenschaftlichen Problemstellung auseinandersetzen können. Dazu muss der Forschungsstand dargestellt werden. Oft ist es unerlässlich, die Entwicklung des Forschungsfeldes nachzuzeichnen, um den Status Quo zu erklären. Für den Forschungsbericht im Methoden-Aufbau lassen Sie genau diesen historischen Abriss der Theorie weg. Dafür konzentriert sich Ihre Theoriearbeit mehr auf die Entwicklung und Begründung Ihrer Ideen. Das für und wieder der bearbeiteten Hypothesen wird argumentativ bearbeitet.

Innerhalb wissenschaftlicher Debatten müssen wir uns auf Begriffsdefinitionen einigen, da sie oft schon innerhalb einer Wissenschaft unterschiedlich verwendet werden und im Alltag noch viel unspezifischer gebraucht werden. Die Begriffsdefinition sollte an der Stelle erfolgen, wo die Begriffe in den Argumentationsfluss eingebaut werden. Ein separates Kapitel zur Terminologie am Anfang der Arbeit sehe ich oft in studentischen Arbeiten. Solch ein Vorgehen hebt zu sehr heraus und suggeriert eine erkenntnisleitende Funktion. Begriffe sind bei uns im nomologischen Ansatz lediglich Label für Phänomene (deren Gebrauch geklärt werden muss); aus der Begriffsanalyse allein kann keine substantielle Erkenntnis bezogen werden.

Die inhaltliche Untersuchung soll die Fragestellung möglichst auf Hypothesen und die Erörterung von Vorstellungen und ihrer Zusammenhänge herunterbrechen. Sie ist zielorientiert, d.h. es werden nur die Begriffe, Definitionen eingeführt und verarbeitet, die tatsächlich für das Erreichen des Ziels notwendig sind. Sie gehen hierfür von der Problemstellung aus und arbeiten Schritt für Schritt das Problem ab – bis er das Ziel erreicht hat. Hierbei ist der jeweilige Ausgangspunkt einer Argumentation zu belegen. Die Argumente werden in der Regel durch Zitate oder Paraphrasen unterstrichen.

2.1. Modell

Sehr hilfreich ist es, wenn Sie ein theoretisches Modell entwerfen, das die Zusammenhänge aufzeigt, die Sie untersuchen. So ein Modell kann wie folgt aussehen.

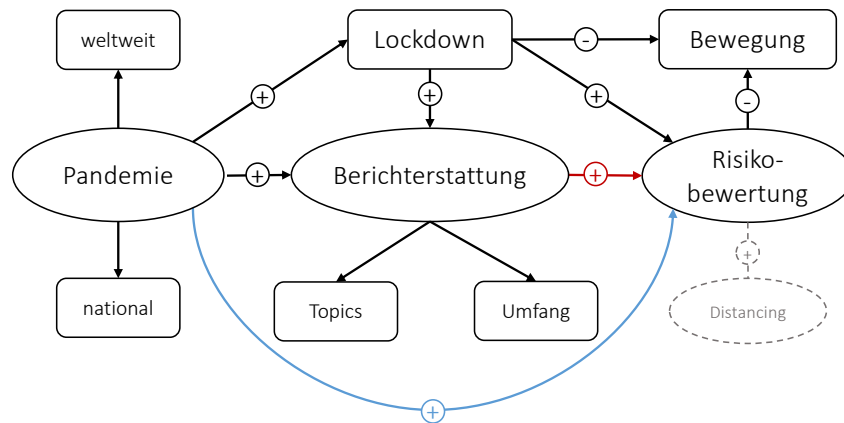


Abbildung 2.1: Theoretisches Modell

2.2. Möglicher Aufbau

1. Einleitung: Fragestellung, Relevanz/Motivation der Forschung, Aufbau der Arbeit
2. Forschungsstand: Wie ging es mit welcher Motivation los (bei (Galtung und Ruge 1965)). Was ist der Forschungsstand (bei (Fretwurst 2011)). Wie wird es in den Texten hergeleitet und begründet. Argumentieren Sie auch selbst!

1. Es gibt so etwas wie Nachrichtenfaktoren, die als Ereigniseigenschaften (kognitiv die Grundlage von Ereigniswahrnehmung an sich) menschliche Aufmerksamkeit steuern und erklären, warum in den Nachrichten vorkommt und geordnet wird, wie es geordnet wird. Folgende offene Liste von NF gibt es ... Das heisst, jeder sollte eine Wirkung/Zusammenhang zu journalistischer Berichterstattungsauswahl und -ordnung, beziehungsweise -Betonung haben.

2. Es gibt ein Zusammenspiel der NF, weil sie erst in der Summe ein Ereignis zu einer Nachrichtenwerten Meldung machen. In diesem Zusammenspiel sind sie aber nicht unabhängig voneinander. So hängen Elitestatus von Personen und Prominenz (als mediale Präsenz oft eine Folge des Elitestatus). Andererseits hängen einzelne NF auch negativ miteinander zusammen, wie Kontinuität und Überraschung. Erörtern und diskutieren Sie für Ihre NF genauer.

3. Nachrichtenfaktoren wirken nicht überall und auf jeden gleich. Die Bedeutung (Gewichte) der Nachrichtenfaktoren unterscheiden sich schon zwischen Journalisten und Rezipienten, weil ...

Auch zwischen Gruppen von Onlinemedien (vielleicht mit Hintergrund Zeitung (nzz, tagi, 20min) vs. TV SRG, vs. neue wie watson; oder zwischen eher bürgerlich seriös wie nzz, tagi, srg, vs. 20min, watson, blick), Einzelmedien sind eher uninteressant). Vielleicht spiegeln sich die Unterschiede zwischen den Medien im Vergleich ihrer jeweiligen Leser? Diskutieren Sie, überlegen Sie, begründen Sie Ihre Vermutungen. Sie können sich auf NF beschränken oder konzentrieren. Wenn Sie merken, dass Sie das zu stark einengt, können Sie diese Diskussion auch an anderen NF aufziehen und erklären, dass es zu ihren NF wenige Vorannahmen gibt, weshalb Sie eher explorativ vorgehen, also mal nach

den Zusammenhängen und Unterschieden für Ihre NF in den Daten schauen wollen.

3. Ableitung und Begründung Ihrer Hypothesen. Das kann schon stark eingeflochten sein in die Diskussion des Forschungsstandes oder Sie haben da eher die Texte referiert und gehen hier genauer auf Ihre Hypothesen ein. Im letzteren Fall müssen Sie aufpassen, dass Ihre Hypothesen aus der Theorie abgeleitet sind und nicht ad hoc gebildet sind, also quasi vom Himmel fallen. Versuchen Sie hier schon wie zu überzeugen, warum Ihre Hypothesen vernünftig sind. Stellen Sie sich den:die Leser:in als einen Gesprächspartner:in vor, den:die Sie von den Hypothesen überzeugen wollen, an die Sie schon vor der wissenschaftlichen Überprüfung glauben.

Danach kommt der Methodenteil, wo Sie sagen wie Sie die Hypothesen überprüfen wollen. Also, wie Sie die Konstrukte, über deren Zusammenhänge Sie etwas im Theorieteil geschrieben haben, operationalisiert haben in der Inhaltsanalyse und der Befragung.

3. Methode

Hier wird die Methode beschrieben. Also in der Regel die Operationalisierung. Das bedeutet normalerweise, dass die Messinstrumente, also das Ergebnis der Operationalisierung beschrieben wird. In methodischen Arbeiten wird darüber hinaus auf den Prozess der Operationalisierung eingegangen, also was versucht wurde, wie und warum umgestellt wurde und so weiter.

3.1. Befragung

Beschreiben Sie hier nur Ihre Befragung und nicht etwa, was eine Befragung allgemein ist. Dafür können Sie auf Literatur verweisen (zB SHE).

Verweisen Sie auf den Fragebogen im Anhang A ab Seite 30.

3.1.1. Stichprobe

3.1.2. Methodensteckbrief

3.2. Inhaltsanalyse

3.2.1. Aufbau des Codebuchs

Verweisen Sie auf das Codebuch im Anhang B ab Seite 44.

3.2.2. Reliabilitätstest

Sie werden die Inhaltsanalyse in Excel kodieren. Die Exceldateien müssen dann in R importiert werden. Das geht zB mit `read_xlsx` des Pakets `read.xl`. Wie Sie sehen werden die Exceldateien der Coder (im Beispiel 1 bis 3) jeweils in R-Dateien eingelesen (`RelitestCoder1 <- ...`) und dann mit dem Befehl `rbind` (steht für Rows aneinander binden) zu einer Datei zusammengefügt, die dann angeschaut oder für Relitests weiterverarbeitet werden kann.

cu	coder	var1	var2	var3	var4	var5	var6	var7	var8	var9	var10
1	1	3	4	1	1	1	4	4	1	1	1
2	1	4	4	1	2	1	4	4	1	1	1
3	1	4	4	1	1	1	4	4	7	1	2
4	1	4	4	1	1	1	3	2	1	1	2
5	1	4	4	1	1	1	4	4	1	1	2
1	2	3	4	1	1	1	4	4	1	2	1
2	2	4	4	1	2	2	2	4	3	2	1
3	2	2	3	2	1	4	4	4	3	2	2
4	2	4	4	1	0	1	3	2	1	2	1
5	2	1	2	1	1	1	4	4	4	2	2
1	3	3	4	1	1	1	4	4	1	1	1
2	3	2	2	1	2	1	2	4	2	1	1
3	3	4	4	1	1	3	4	4	3	1	2
4	3	1	1	2	0	1	3	2	1	2	0
5	3	4	4	1	1	1	4	4	1	1	2

3.2.3. Stichprobe

Wie wurde Ihre Stichprobe gezogen und welche Eigenschaften hat sie (wie viele Fälle, welche Verteilung haben die zentralen Variablen, wie Medienausstattung oder Artikel je Medium.)

3.2.4. Methodensteckbrief

3.3. Datenfusion

Wie wurden die Daten zusammengefügt? (Beschreibung kann die Taskforce machen, die die Fusion durchgeführt hat und allen zur Verfügung stellen.)

4. Stichprobenbeschreibung

Hier werden die Ergebnisse vor allem in Tabellenform präsentiert (Für ein Beispiel eines Verweises auf eine Tabelle siehe Tabelle 4.2). Im Unikontext sind Grafiken und Diagramme eher dann angebracht, wenn Tabellen weniger Informationen bereitstellen würden oder so unübersichtlich würden, dass man sie kaum noch lesen kann. Das ist im normalen Studium selten der Fall. Schöne Diagramme können eine Arbeit optisch aufwerten aber meistens nicht inhaltlich. Wenn Grafiken für die Ergebnisdarstellung genutzt werden, sollten immer die differenzierteren Tabellen im Anhang aufgeführt werden.

Tabelle 4.1: Kodierte Medien

Medien	Häufigkeit	Prozent
SRF	84	17%
20min	83	17%
Watson	82	16%
NZZ	83	17%
Tagesanzeiger	82	16%
Blick	85	17%
Total	499	100%

Hier könnten/sollten Sie einen allgemeinen Hinweis oder eine kleine Erläuterung zur Tabelle geben.

4.1. Häufigkeitstabelle mit Mehrfachantworten

Gerade in der Befragung haben Sie mehrere Fragen mit der Möglichkeit zu Mehrfachantworten. Das führt dann immer zu einem ganzen Set von Variablen, die immer eine 1 für “angekreuzt” enthalten und 0 für “nicht angekreuzt”. Wenn von solch einer Frage mit der Möglichkeit zu Mehrfachantworten eine Häufigkeitsauszählung gemacht werden soll, dann muss man aufpassen, worauf prozentuiert wird: auf die Anzahl der abgegebenen Antworten oder auf die Anzahl Fälle (im Fall, Befragte).

Tabelle 4.2: Mediennutzung der Befragten

Medium	n	Prozent Antworten	Prozent Fälle
NZZ	67	12%	34%
TA	57	10%	28%
20 Minuten	107	20%	52%
Blick	43	8%	22%
Watson	32	6%	16%
SRF News	79	14%	38%
Social Media	66	12%	32%
Google News	17	4%	8%
anderes	76	14%	38%
Total	544	100%	268%

Lesebeispiel: 34% der Befragten haben die NZZ genannt.
Die NZZ macht 12% aller 544 Mediennennungen aus.

5. Ergebnisse der Nachrichtenwertanalyse

5.1. Vorkommen der NF

Häufigkeitsauszählungen stellen die komplette Information einer Variablen dar, da jede mögliche Ausprägung wiedergegeben wird und ihre Anzahl im Datensatz. Das sind relativ viele Inoformationen. Wenn man das für mehrere Variablen macht, wird das schnell viel Aufwand.

Tabelle 5.1: Kontroverse

Kontroverse	Häufigkeit	Prozent
keine	297	60%
gering	145	29%
stark	57	11%
Total	499	100%

Hier könnten/sollten Sie einen allgemeinen Hinweis oder eine kleine Erläuterung zur Tabelle geben.

Textbeispiel: In 60 Prozent der Onlinebeiträge kam der Nachrichtenfaktor “Kontroverse” nicht vor (siehe Tabelle 5.1. In knapp einem Drittel der Artikel wurde eine “geringe” Kontroverse beschrieben. In 57 Artikeln von 499 wurde eine starke Kontroverse thematisiert (11%).

5.2. Vergleiche des Vorkommens

Da das einzelne Vorkommen von Nachrichtenfaktoren im Grunde nichts über ihre Bedeutung sagt, sollten das Vorkommen der NF verglichen werden. Da die Nachrichtenfaktoren aber in der Regel mit unterschiedlichen Ausprägungen gemessen wurden, müssen sie erstmal auf einen gemeinsamen Standard gebracht werden. Das geht zum Beispiel indem man sie in Dummyvariablen umwandelt, also immer dann eine 0 setzt, wenn ein NF nicht vorkam (Wert 0 im Datensatz) und 1, wenn er grösser war als 0, also 1, 2, 3 usw. Mit solchen Dummyvariablen kann man ganz gut rechnen. So ist der Mittelwert einer Dummyvariable gleich dem Proporz der 1er (Summe der 1 = Vorkommen der 1 dividiert durch die Anzahl). Wenn man das mal 100 rechnet, dann hat man die Prozentwerte.

Textbeispiel: Personalisierung kam in 78 Prozent der Artikel vor (siehe Abbildung 5.1). Das bedeutet, dass Personalisierung für die Berichterstattung ein wichtiger Nachrichtenfaktor ist. Ohne Personen geht es offenbar nicht. Die “Nähe” der berichteten Ereignisse ist in 50 Prozent der Artikel gegeben. Das deutet darauf hin, dass die Belange von besonderer Bedeutung sind, die eine höhere Betroffenheit für die Schweizer Bevölkerung haben, weil sie in ihre Nähe passieren. Medien berichten vor allem auch über Kontroversen oder kontroverse Themen. In der Stichprobe waren 40 Prozent der Artikel von Kontroversen geprägt. 38 Prozent der Artikel thematisierten einen “Schaden”. Das bedeutet einerseits, dass 62% der Artikel keinen Schaden thematisiert haben, also dennoch wichtig genug waren. Andererseits bedeutet das, dass Ereignisse mit der Thematisierung von Schäden häufig in den Medien aufgegriffen werden. Um die Bedeutung der NFs im Vergleich beurteilen

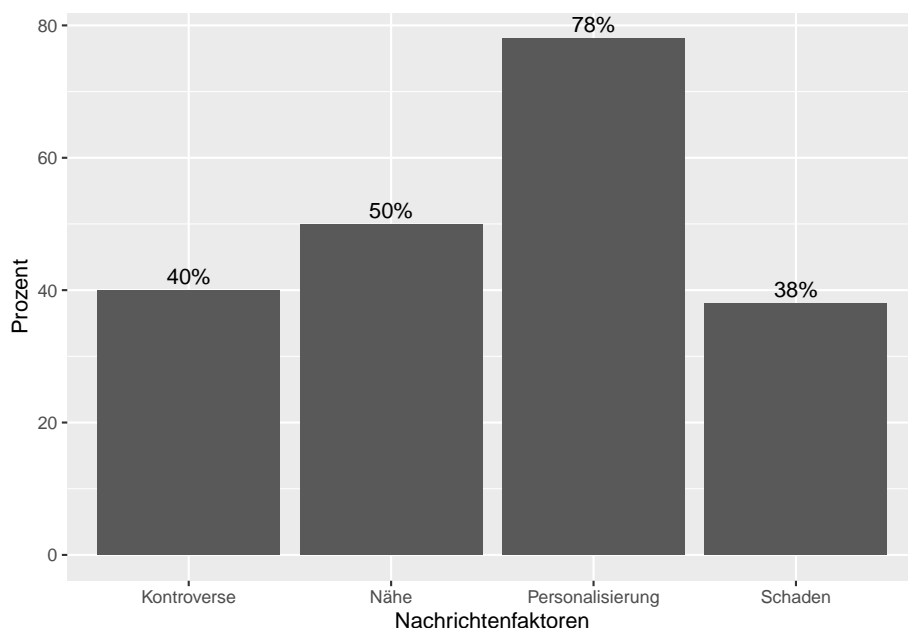


Abbildung 5.1: Nachrichtenfaktoren im Vergleich

zu können, muss noch untersucht werden, ob sie alleine stark genug sind, um einen hohen Nachrichtenwert zu begründen oder erst durch das Zusammenspiel mit anderen Nachrichtenfaktoren eine Rolle spielen.

5.3. Bedeutung der Nachrichtenfaktoren für die journalistische Selektion

Tabelle 5.2: Kreuztabelle für Schaden und Rezipienten-Nennungen

Nennungen	Schaden			Gesamt
	keiner	gering	gross	
selten	14%	5%	7%	11%
mittel	27%	22%	46%	30%
häufig	59%	73%	46%	59%
Total	100%	100%	100%	100%

Hier könnten/sollten Sie einen allgemeinen Hinweis oder eine kleine Erläuterung zur Tabelle geben.

Textbeispiel: Wenn Onlinebeiträge keinen Schaden aufweisen, werden sie am häufigsten von den Rezipienten nur selten genannt (14%). Nennungen mittlerer Häufigkeit korrespondieren am häufigsten mit grossem Schaden (46%). Die häufigsten Nennungen kommen dann zustande, wenn Meldungen einen geringen “Schadenswert” aufweisen. Das kann daran liegen, dass am häufigsten das Thema “Corona” genannt wurde, wo häufig zwar ein Schaden thematisiert wird, aber eher ein geringer. (Kreuztabellen sind schwer zu texten!)

5.3.1. Nachrichtenwert und Resonanz mehrerer Medien

Mit dieser Analyse wird die Bedeutung der Nachrichtenfaktoren für die Selektion durch verschiedene Medien untersucht. Der Grundgedanke baut darauf auf, dass Ereignisse mit einem sehr hohen Nachrichtenwert im Grunde in allen Medien aufgegriffen werden. Wir untersuchen hier also, ob über die thematisierten Ereignisse in wenigen oder vielen Medien berichtet wurde. Dazu fassen wir die kodierten Themen pro Tag zusammen und schauen, in wie vielen Medien sie aufgegriffen wurden.

Tabelle 5.3: Korrelationen zwischen NFs

	SELEKT	Personalisierung	Kontroverse	Schaden	Nähe
SELEKT	1.00	0.38	0.32	0.32	0.35
Personalisierung	0.38	1.00	0.20	0.23	0.27
Kontroverse	0.32	0.20	1.00	0.39	0.21
Schaden	0.32	0.23	0.39	1.00	0.31
Nähe	0.35	0.27	0.21	0.31	1.00

Hier könnten/sollten Sie einen allgemeinen Hinweis oder eine kleine Erläuterung zur Tabelle geben.

Textbeispiel: Untersucht man, wie stark die Nachrichtenfaktoren die Selektion der Themen über die Medien hinweg steuern, können relativ starke Korrelationen festgestellt werden. Die Korrelationen zwischen der Personalisierung und der Auswahl durch mehrere Medien ist mit .38 am stärksten.

Alternativ und vielleicht schöner kann das in einem Korrelationsplot dargestellt werden:
Textbeispiel: (wie oben mit Fokus auf die erste Spalte mit der Selektion)

5.4. Zusammenspiel der Nachrichtenfaktoren

Das Zusammenspiel der Nachrichtenfaktoren lässt sich als Kreuztabellen oder als Korrelationen (5.3) darstellen. Wenn sehr wenige Nachrichtenfaktoren verglichen werden sollen, geben die Kreuztabellen einen differenzierteren Einblick. Bei mehreren NFs ist es deutlich effizienter die Stärke der Zusammenhänge über Korrelationen abzubilden.

Textbeispiel: An den Korrelationen ist gut zu erkennen, dass manche Nachrichtenfaktoren eher zusammen auftreten, manche sich eher widersprechen und viele unabhängig voneinander sind (“x” im Feld für fehlende Signifikanz). Eine starke positive Korrelation findet sich zwischen “Elite-Personen” (ELIT_PERS) und “Prominenz” (PRO). Das ist sehr plausibel, weil Elitepersonen oft auch prominent sind. Auf der anderen Seite gibt es eine relativ starke negative Korrelation zwischen “gesellschaftlicher Relevanz” (RELE_GESELL) und “Personalisierung” (PERS). Themen mit gesellschaftlicher Relevanz sind also oft nicht personengebunden sondern von allgemeinerer und damit auch abstrakterer Natur.

5.4.1. Netzwerkplot der Korrelationen

Es gibt auch die Möglichkeit, die Nachrichtenfaktoren in so einem Netzwerkdiagramm darzustellen. Damit kann man sehen, welche Nachrichtenfaktoren stärker zusammenhängen (nahe beieinander) und welche eher unabhängig sind (weiter voneinander entfernt).

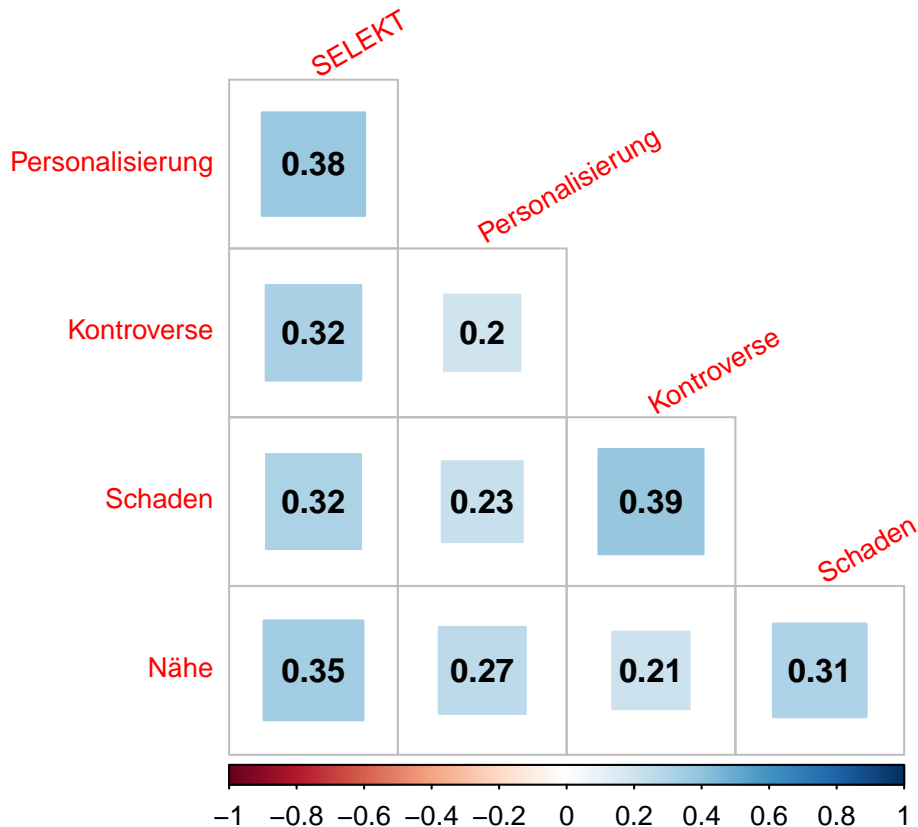


Abbildung 5.2: Korrelation der NFs mit der Anzahl der Medien, die über die Themen berichtet haben

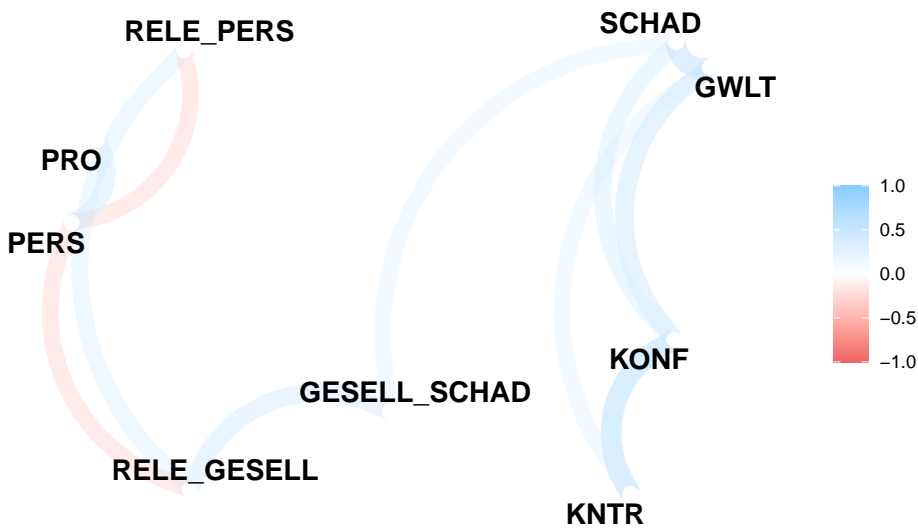
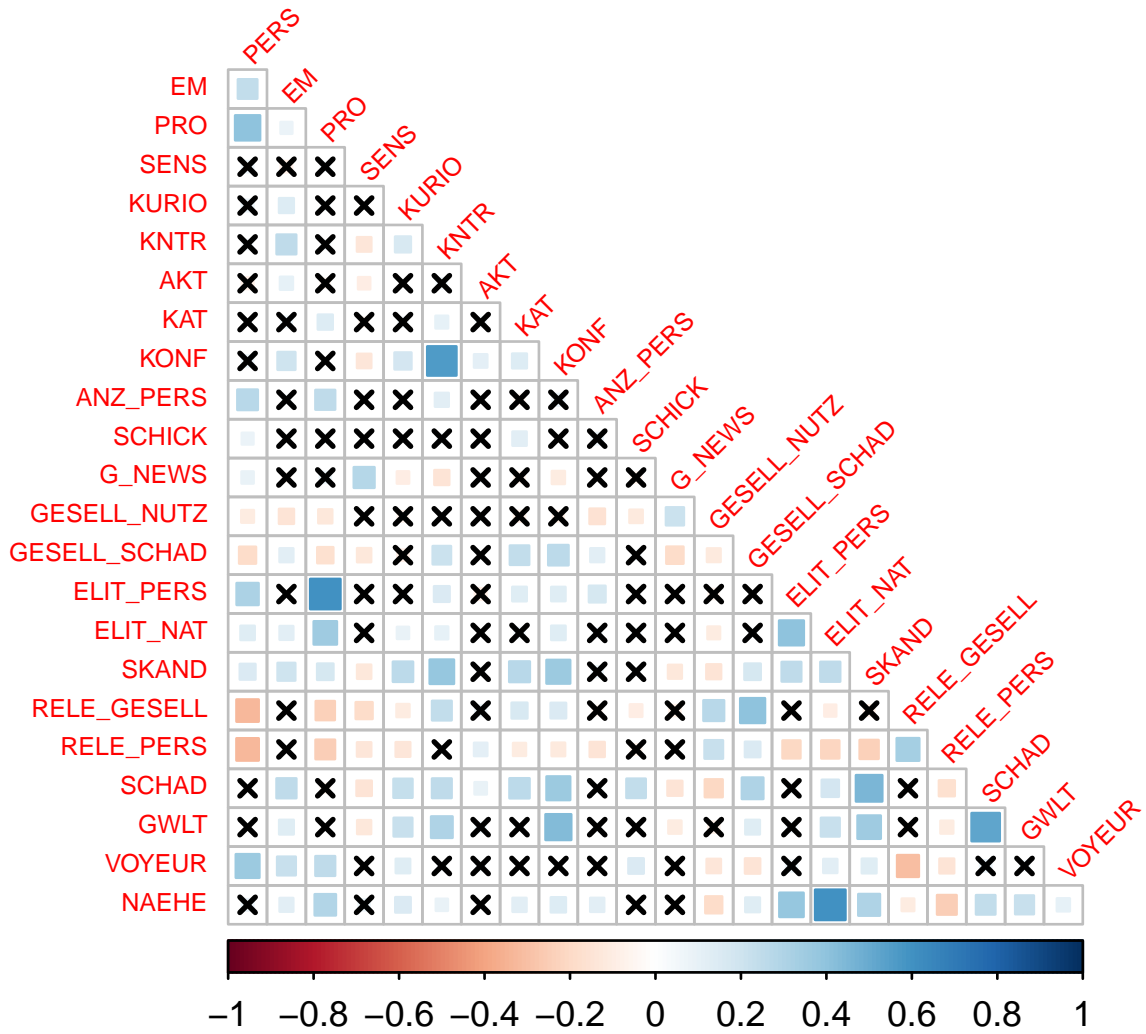
Die näher beieinanderliegenden Nachrichtenfaktoren hängen stärker miteinander zusammen als die stärker entfernten. In diesem Netzwerkdiagramm ist gut zu erkennen, dass “Kontroverse” (KNTR), “Konflikt” (KONF), “Gewalt” (GWLT) und “Schaden” (SCHAD) stärker miteinander zusammenhängen als mit “Personalisierung” (PERS) oder “gesellschaftlicher Relevanz” (RELE_GESSELL). Auf der anderen Seite gibt es eine relativ starke negative Korrelation zwischen “gesellschaftlicher Relevanz” (RELE_GESSELL) und “Personalisierung” (PERS).

5.5. Wirkung der NF auf die Beachtungsindikatoren

5.6. Test der Voraussetzungen linearer Modelle

Tabellen sind einigermassen informativ. Besser lesbar ist allerdings die folgende Darstellung mit einem Whiskerplot!

Textbeispiel: “Personalisierung” wirkt auf die Beachtung durch Rezipienten nur minimal und eher negativ (-.06). Insgesamt nennen die Befragten also etwas seltener Meldungen, wo die Personalisierung hohe Werte hat. Allerdings liegt 0 im Konfidenzintervall dieses kleinen Effekts; er ist also nicht signifikant. Im Unterschied dazu besteht ein starker positiver Zusammenhang zwischen der Personalisierung und der journalistischen Beachtung (.36). Personalisierung ist also ein stark journalistischer Nachrichtenfaktor.



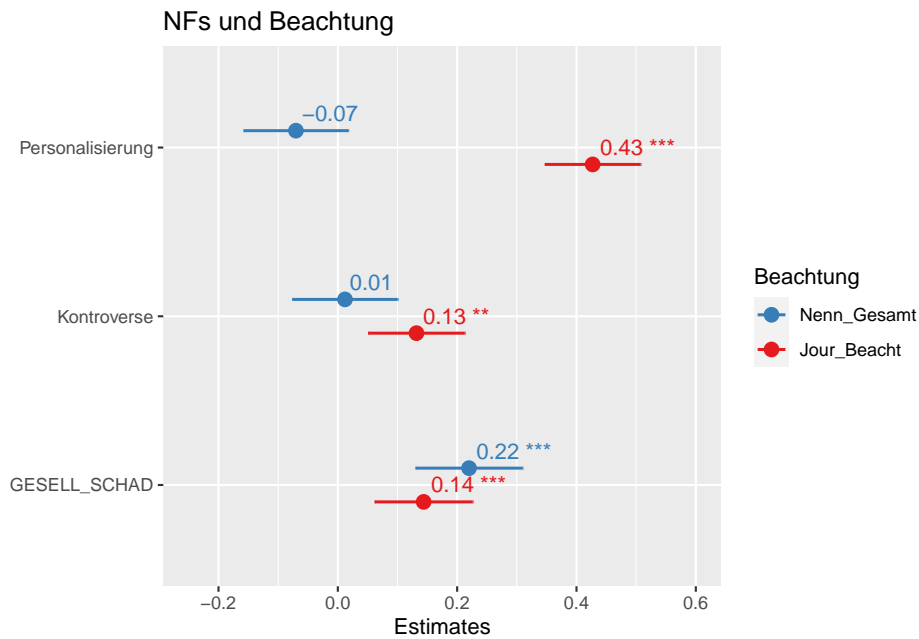


Abbildung 5.5: Nachrichtenfaktoren und Beachtung

Der Nachrichtenfaktor “Kontroverse” zeigt kleine positive Zusammenh ng mit der Beachtung durch die Rezipienten (.04) und mit der journalistischen Beachtung (.09). Allerdings ist die Wirkung auf die Rezipientenerinnerung nicht signifikant. Das Gewicht des Nachrichtenfaktors “Kontroverse” in Bezug auf die journalistische Beachtung ist signifikant von 0 verschieden.

5.7. Vergleich der NF-Gewichte nach Mediengruppen

Hier mal der Vergleich zwischen den NF-Gewichten nach Medientypen.

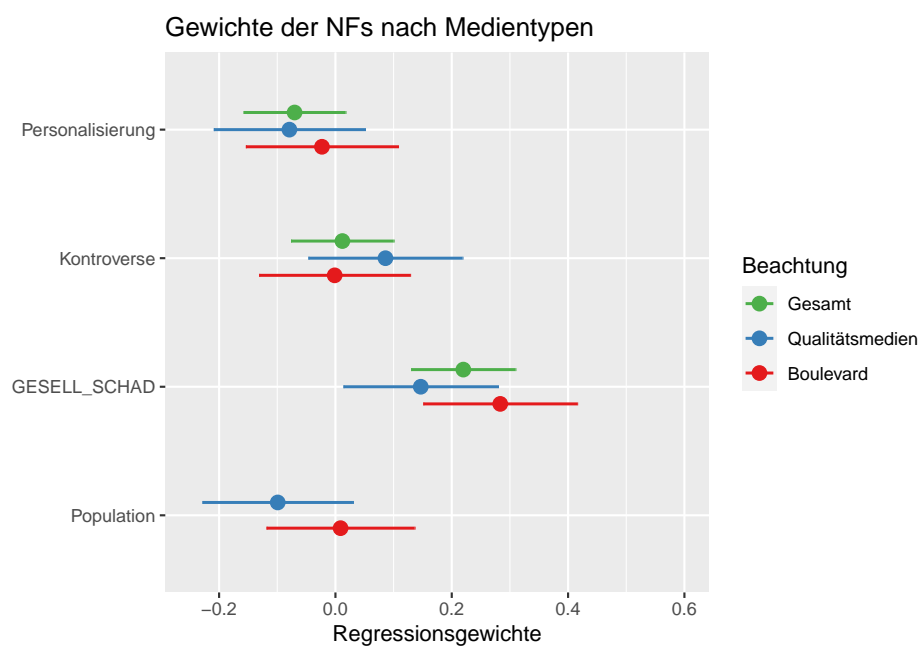


Abbildung 5.6: Nachrichtenfaktoren und Beachtung

6. Zusammenfassung

7. Fazit

A. Tabellenanhang

```
## GESCHL <numeric>
## # total N=209 valid N=207 mean=1.49 sd=0.50
##
## Value |    N | Raw % | Valid % | Cum. %
## -----
##      1 | 106 | 50.72 |    51.21 | 51.21
##      2 | 101 | 48.33 |    48.79 | 100.00
##    <NA> |   2 |  0.96 |    <NA> |   <NA>
##
## NZZ (NACHRICHT_TITEL1) <lgl>
## # total N=209 valid N=203 mean=0.33 sd=0.47
##
## Value |    N | Raw % | Valid % | Cum. %
## -----
## FALSE | 136 | 65.07 |     67 |    67
## TRUE  |  67 | 32.06 |     33 |   100
## <NA>  |   6 |  2.87 |    <NA> |   <NA>
##
## TA (NACHRICHT_TITEL2) <lgl>
## # total N=209 valid N=203 mean=0.28 sd=0.45
##
## Value |    N | Raw % | Valid % | Cum. %
## -----
## FALSE | 146 | 69.86 |    71.92 | 71.92
## TRUE  |  57 | 27.27 |    28.08 | 100.00
## <NA>  |   6 |  2.87 |    <NA> |   <NA>
##
## 20 Minuten (NACHRICHT_TITEL3) <lgl>
## # total N=209 valid N=203 mean=0.53 sd=0.50
##
## Value |    N | Raw % | Valid % | Cum. %
## -----
## FALSE |  96 | 45.93 |    47.29 | 47.29
## TRUE  | 107 | 51.20 |    52.71 | 100.00
## <NA>  |   6 |  2.87 |    <NA> |   <NA>
##
## Blick (NACHRICHT_TITEL4) <lgl>
## # total N=209 valid N=203 mean=0.21 sd=0.41
##
## Value |    N | Raw % | Valid % | Cum. %
## -----
## FALSE | 160 | 76.56 |    78.82 | 78.82
## TRUE  |  43 | 20.57 |    21.18 | 100.00
## <NA>  |   6 |  2.87 |    <NA> |   <NA>
##
```

```

## Watson (NACHRICHT_TITEL5) <lg1>
## # total N=209 valid N=203 mean=0.16 sd=0.37
##
## Value |    N | Raw % | Valid % | Cum. %
## -----
## FALSE | 171 | 81.82 |   84.24 |  84.24
## TRUE  |  32 | 15.31 |   15.76 | 100.00
## <NA>  |   6 |  2.87 |    <NA> |    <NA>
##
## SRF News (NACHRICHT_TITEL6) <lg1>
## # total N=209 valid N=203 mean=0.39 sd=0.49
##
## Value |    N | Raw % | Valid % | Cum. %
## -----
## FALSE | 124 | 59.33 |   61.08 |  61.08
## TRUE  |  79 | 37.80 |   38.92 | 100.00
## <NA>  |   6 |  2.87 |    <NA> |    <NA>
##
## NACHRICHT_TITEL7 <lg1>
## # total N=209 valid N=203 mean=0.04 sd=0.20
##
## Value |    N | Raw % | Valid % | Cum. %
## -----
## FALSE | 195 | 93.30 |   96.06 |  96.06
## TRUE  |   8 |  3.83 |    3.94 | 100.00
## <NA>  |   6 |  2.87 |    <NA> |    <NA>
##
## NACHRICHT_TITEL8 <lg1>
## # total N=209 valid N=203 mean=0.05 sd=0.22
##
## Value |    N | Raw % | Valid % | Cum. %
## -----
## FALSE | 193 | 92.34 |   95.07 |  95.07
## TRUE  |  10 |  4.78 |    4.93 | 100.00
## <NA>  |   6 |  2.87 |    <NA> |    <NA>
##
## NACHRICHT_TITEL9 <lg1>
## # total N=209 valid N=203 mean=0.02 sd=0.16
##
## Value |    N | Raw % | Valid % | Cum. %
## -----
## FALSE | 198 | 94.74 |   97.54 |  97.54
## TRUE  |   5 |  2.39 |    2.46 | 100.00
## <NA>  |   6 |  2.87 |    <NA> |    <NA>
##
## NACHRICHT_TITEL10 <lg1>
## # total N=209 valid N=203 mean=0.02 sd=0.14

```

```
##
## Value |    N | Raw % | Valid % | Cum. %
## -----
## FALSE | 199 | 95.22 |    98.03 |  98.03
## TRUE  |   4 |  1.91 |    1.97 | 100.00
## <NA>  |   6 |  2.87 |    <NA> |   <NA>
##
## NACHRICHT_TITEL11 <lgl>
## # total N=209 valid N=203 mean=0.01 sd=0.10
##
## Value |    N | Raw % | Valid % | Cum. %
## -----
## FALSE | 201 | 96.17 |    99.01 |  99.01
## TRUE  |   2 |  0.96 |    0.99 | 100.00
## <NA>  |   6 |  2.87 |    <NA> |   <NA>
##
## NACHRICHT_TITEL12 <lgl>
## # total N=209 valid N=203 mean=0.00 sd=0.07
##
## Value |    N | Raw % | Valid % | Cum. %
## -----
## FALSE | 202 | 96.65 |    99.51 |  99.51
## TRUE  |   1 |  0.48 |    0.49 | 100.00
## <NA>  |   6 |  2.87 |    <NA> |   <NA>
##
## NACHRICHT_TITEL13 <lgl>
## # total N=209 valid N=203 mean=0.01 sd=0.10
##
## Value |    N | Raw % | Valid % | Cum. %
## -----
## FALSE | 201 | 96.17 |    99.01 |  99.01
## TRUE  |   2 |  0.96 |    0.99 | 100.00
## <NA>  |   6 |  2.87 |    <NA> |   <NA>
##
## NACHRICHT_TITEL14 <lgl>
## # total N=209 valid N=203 mean=0.01 sd=0.10
##
## Value |    N | Raw % | Valid % | Cum. %
## -----
## FALSE | 201 | 96.17 |    99.01 |  99.01
## TRUE  |   2 |  0.96 |    0.99 | 100.00
## <NA>  |   6 |  2.87 |    <NA> |   <NA>
##
## NACHRICHT_TITEL15 <lgl>
## # total N=209 valid N=203 mean=0.03 sd=0.18
##
## Value |    N | Raw % | Valid % | Cum. %
```

```

## -----
## FALSE | 196 | 93.78 | 96.55 | 96.55
## TRUE  | 7  | 3.35 | 3.45 | 100.00
## <NA>  | 6  | 2.87 | <NA> | <NA>
##
## NACHRICHT_TITEL16 <lgl>
## # total N=209 valid N=203 mean=0.02 sd=0.14
##
## Value | N | Raw % | Valid % | Cum. %
## -----
## FALSE | 199 | 95.22 | 98.03 | 98.03
## TRUE  | 4  | 1.91 | 1.97 | 100.00
## <NA>  | 6  | 2.87 | <NA> | <NA>
##
## NACHRICHT_TITEL17 <lgl>
## # total N=209 valid N=203 mean=0.00 sd=0.00
##
## Value | N | Raw % | Valid % | Cum. %
## -----
## FALSE | 203 | 97.13 | 100 | 100
## <NA>  | 6  | 2.87 | <NA> | <NA>
##
## NACHRICHT_TITEL18 <lgl>
## # total N=209 valid N=203 mean=0.00 sd=0.07
##
## Value | N | Raw % | Valid % | Cum. %
## -----
## FALSE | 202 | 96.65 | 99.51 | 99.51
## TRUE  | 1  | 0.48 | 0.49 | 100.00
## <NA>  | 6  | 2.87 | <NA> | <NA>
##
## NACHRICHT_TITEL19 <lgl>
## # total N=209 valid N=203 mean=0.03 sd=0.18
##
## Value | N | Raw % | Valid % | Cum. %
## -----
## FALSE | 196 | 93.78 | 96.55 | 96.55
## TRUE  | 7  | 3.35 | 3.45 | 100.00
## <NA>  | 6  | 2.87 | <NA> | <NA>
##
## Social Media (M112_20) <lgl>
## # total N=209 valid N=203 mean=0.33 sd=0.47
##
## Value | N | Raw % | Valid % | Cum. %
## -----
## FALSE | 137 | 65.55 | 67.49 | 67.49
## TRUE  | 66  | 31.58 | 32.51 | 100.00

```

```
## <NA> | 6 | 2.87 | <NA> | <NA>
##
## Google News (M112_21) <lgl>
## # total N=209 valid N=203 mean=0.08 sd=0.28
##
## Value | N | Raw % | Valid % | Cum. %
## -----
## FALSE | 186 | 89.00 | 91.63 | 91.63
## TRUE | 17 | 8.13 | 8.37 | 100.00
## <NA> | 6 | 2.87 | <NA> | <NA>
##
## M112_22 <lgl>
## # total N=209 valid N=203 mean=0.09 sd=0.29
##
## Value | N | Raw % | Valid % | Cum. %
## -----
## FALSE | 184 | 88.04 | 90.64 | 90.64
## TRUE | 19 | 9.09 | 9.36 | 100.00
## <NA> | 6 | 2.87 | <NA> | <NA>
##
## anderes (M112_23) <lgl>
## # total N=209 valid N=203 mean=0.37 sd=0.49
##
## Value | N | Raw % | Valid % | Cum. %
## -----
## FALSE | 127 | 60.77 | 62.56 | 62.56
## TRUE | 76 | 36.36 | 37.44 | 100.00
## <NA> | 6 | 2.87 | <NA> | <NA>
##
## NACHRICHT_ZEIT <numeric>
## # total N=209 valid N=203 mean=1.56 sd=0.95
##
## Value | N | Raw % | Valid % | Cum. %
## -----
## 1 | 135 | 64.59 | 66.50 | 66.50
## 2 | 40 | 19.14 | 19.70 | 86.21
## 3 | 15 | 7.18 | 7.39 | 93.60
## 4 | 9 | 4.31 | 4.43 | 98.03
## 5 | 4 | 1.91 | 1.97 | 100.00
## <NA> | 6 | 2.87 | <NA> | <NA>
##
## THEMA_SPRECHEN <numeric>
## # total N=209 valid N=203 mean=4.15 sd=0.94
##
## Value | N | Raw % | Valid % | Cum. %
## -----
## 1 | 2 | 0.96 | 0.99 | 0.99
```

```

##      2 | 9 | 4.31 | 4.43 | 5.42
##      3 | 35 | 16.75 | 17.24 | 22.66
##      4 | 69 | 33.01 | 33.99 | 56.65
##      5 | 86 | 41.15 | 42.36 | 99.01
##      6 | 2 | 0.96 | 0.99 | 100.00
## <NA> | 6 | 2.87 | <NA> | <NA>
##
## M113_06 <character>
## # total N=209 valid N=2 mean=1.50 sd=0.71
##
## Value | N | Raw % | Valid % | Cum. %
## -----
## Kommt auf das Thema an | 1 | 0.48 | 50 | 50
## selten | 1 | 0.48 | 50 | 100
## <NA> | 207 | 99.04 | <NA> | <NA>
##
## THEMA_WICHTIG <numeric>
## # total N=209 valid N=203 mean=2.93 sd=0.45
##
## Value | N | Raw % | Valid % | Cum. %
## -----
## 1 | 4 | 1.91 | 1.97 | 1.97
## 2 | 13 | 6.22 | 6.40 | 8.37
## 3 | 181 | 86.60 | 89.16 | 97.54
## 4 | 4 | 1.91 | 1.97 | 99.51
## 6 | 1 | 0.48 | 0.49 | 100.00
## <NA> | 6 | 2.87 | <NA> | <NA>
##
## THEMA_WICHTIG1 <lgl>
## # total N=209 valid N=203 mean=0.98 sd=0.16
##
## Value | N | Raw % | Valid % | Cum. %
## -----
## FALSE | 5 | 2.39 | 2.46 | 2.46
## TRUE | 198 | 94.74 | 97.54 | 100.00
## <NA> | 6 | 2.87 | <NA> | <NA>
##
## THEMA_WICHTIG2 <lgl>
## # total N=209 valid N=203 mean=0.69 sd=0.46
##
## Value | N | Raw % | Valid % | Cum. %
## -----
## FALSE | 63 | 30.14 | 31.03 | 31.03
## TRUE | 140 | 66.99 | 68.97 | 100.00
## <NA> | 6 | 2.87 | <NA> | <NA>
##
## THEMA_WICHTIG3 <lgl>

```

```
## # total N=209 valid N=203 mean=0.05 sd=0.23
```

```
##
```

```
## Value |    N | Raw % | Valid % | Cum. %
```

```
## -----
```

```
## FALSE | 192 | 91.87 | 94.58 | 94.58
```

```
## TRUE  |  11 |  5.26 |  5.42 | 100.00
```

```
## <NA>  |   6 |  2.87 | <NA> | <NA>
```

```
##
```

```
## THEMA_WICHTIG4 <lgl>
```

```
## # total N=209 valid N=203 mean=0.31 sd=0.46
```

```
##
```

```
## Value |    N | Raw % | Valid % | Cum. %
```

```
## -----
```

```
## FALSE | 141 | 67.46 | 69.46 | 69.46
```

```
## TRUE  |  62 | 29.67 | 30.54 | 100.00
```

```
## <NA>  |   6 |  2.87 | <NA> | <NA>
```

```
##
```

```
## THEMA_WICHTIG5 <lgl>
```

```
## # total N=209 valid N=203 mean=0.16 sd=0.37
```

```
##
```

```
## Value |    N | Raw % | Valid % | Cum. %
```

```
## -----
```

```
## FALSE | 171 | 81.82 | 84.24 | 84.24
```

```
## TRUE  |  32 | 15.31 | 15.76 | 100.00
```

```
## <NA>  |   6 |  2.87 | <NA> | <NA>
```

```
##
```

```
## THEMA_WICHTIG6 <lgl>
```

```
## # total N=209 valid N=203 mean=0.61 sd=0.49
```

```
##
```

```
## Value |    N | Raw % | Valid % | Cum. %
```

```
## -----
```

```
## FALSE |  79 | 37.80 | 38.92 | 38.92
```

```
## TRUE  | 124 | 59.33 | 61.08 | 100.00
```

```
## <NA>  |   6 |  2.87 | <NA> | <NA>
```

```
##
```

```
## THEMA_WICHTIG8 <lgl>
```

```
## # total N=209 valid N=203 mean=0.13 sd=0.34
```

```
##
```

```
## Value |    N | Raw % | Valid % | Cum. %
```

```
## -----
```

```
## FALSE | 177 | 84.69 | 87.19 | 87.19
```

```
## TRUE  |  26 | 12.44 | 12.81 | 100.00
```

```
## <NA>  |   6 |  2.87 | <NA> | <NA>
```

```
##
```

```
## THEMA_WICHTIG10 <lgl>
```

```
## # total N=209 valid N=203 mean=0.01 sd=0.10
```

```
##
```

```

## Value |    N | Raw % | Valid % | Cum. %
## -----
## FALSE | 201 | 96.17 |    99.01 |  99.01
## TRUE  |   2 |  0.96 |     0.99 | 100.00
## <NA>  |   6 |  2.87 |    <NA> |   <NA>
##
## HAUFIGKEIT_01 <numeric>
## # total N=209 valid N=203 mean=4.20 sd=0.80
##
## Value |    N | Raw % | Valid % | Cum. %
## -----
##      2 |   4 |  1.91 |     1.97 |   1.97
##      3 |  36 | 17.22 |    17.73 |  19.70
##      4 |  79 | 37.80 |    38.92 |  58.62
##      5 |  84 | 40.19 |    41.38 | 100.00
## <NA>  |   6 |  2.87 |    <NA> |   <NA>
##
## HAUFIGKEIT_02 <numeric>
## # total N=209 valid N=203 mean=2.80 sd=0.86
##
## Value |    N | Raw % | Valid % | Cum. %
## -----
##     -1 |   3 |  1.44 |     1.48 |   1.48
##      1 |   5 |  2.39 |     2.46 |   3.94
##      2 |  51 | 24.40 |    25.12 |  29.06
##      3 | 116 | 55.50 |    57.14 |  86.21
##      4 |  24 | 11.48 |    11.82 |  98.03
##      5 |   4 |  1.91 |     1.97 | 100.00
## <NA>  |   6 |  2.87 |    <NA> |   <NA>
##
## HAUFIGKEIT_03 <numeric>
## # total N=209 valid N=203 mean=2.24 sd=1.68
##
## Value |    N | Raw % | Valid % | Cum. %
## -----
##     -2 |   6 |  2.87 |     2.96 |   2.96
##     -1 |  24 | 11.48 |    11.82 |  14.78
##      1 |  11 |  5.26 |     5.42 |  20.20
##      2 |  50 | 23.92 |    24.63 |  44.83
##      3 |  79 | 37.80 |    38.92 |  83.74
##      4 |  23 | 11.00 |    11.33 |  95.07
##      5 |  10 |  4.78 |     4.93 | 100.00
## <NA>  |   6 |  2.87 |    <NA> |   <NA>
##
## HAUFIGKEIT_04 <numeric>
## # total N=209 valid N=203 mean=2.54 sd=1.25
##

```

```

## Value | N | Raw % | Valid % | Cum. %
## -----
## -2 | 2 | 0.96 | 0.99 | 0.99
## -1 | 1 | 0.48 | 0.49 | 1.48
## 1 | 38 | 18.18 | 18.72 | 20.20
## 2 | 58 | 27.75 | 28.57 | 48.77
## 3 | 62 | 29.67 | 30.54 | 79.31
## 4 | 29 | 13.88 | 14.29 | 93.60
## 5 | 13 | 6.22 | 6.40 | 100.00
## <NA> | 6 | 2.87 | <NA> | <NA>
##
## HAUFIGKEIT_05 <numeric>
## # total N=209 valid N=203 mean=2.29 sd=1.14
##
## Value | N | Raw % | Valid % | Cum. %
## -----
## -2 | 2 | 0.96 | 0.99 | 0.99
## -1 | 5 | 2.39 | 2.46 | 3.45
## 1 | 29 | 13.88 | 14.29 | 17.73
## 2 | 81 | 38.76 | 39.90 | 57.64
## 3 | 67 | 32.06 | 33.00 | 90.64
## 4 | 13 | 6.22 | 6.40 | 97.04
## 5 | 6 | 2.87 | 2.96 | 100.00
## <NA> | 6 | 2.87 | <NA> | <NA>
##
## ERINN_WICHTIG1 <numeric>
## # total N=209 valid N=203 mean=3.88 sd=1.75
##
## Value | N | Raw % | Valid % | Cum. %
## -----
## -9 | 2 | 0.96 | 0.99 | 0.99
## 1 | 11 | 5.26 | 5.42 | 6.40
## 2 | 17 | 8.13 | 8.37 | 14.78
## 3 | 25 | 11.96 | 12.32 | 27.09
## 4 | 55 | 26.32 | 27.09 | 54.19
## 5 | 93 | 44.50 | 45.81 | 100.00
## <NA> | 6 | 2.87 | <NA> | <NA>
##
## ERINN_WICHTIG2 <numeric>
## # total N=209 valid N=203 mean=3.04 sd=2.60
##
## Value | N | Raw % | Valid % | Cum. %
## -----
## -9 | 6 | 2.87 | 2.96 | 2.96
## -2 | 1 | 0.48 | 0.49 | 3.45
## -1 | 2 | 0.96 | 0.99 | 4.43
## 1 | 28 | 13.40 | 13.79 | 18.23

```

```

##      2 | 23 | 11.00 |    11.33 |    29.56
##      3 | 40 | 19.14 |    19.70 |    49.26
##      4 | 34 | 16.27 |    16.75 |    66.01
##      5 | 69 | 33.01 |    33.99 |   100.00
## <NA> |  6 |  2.87 |    <NA> |    <NA>
##
## ERINN_WICHTIG3 <numeric>
## # total N=209 valid N=203 mean=1.40 sd=4.51
##
## Value |  N | Raw % | Valid % | Cum. %
## -----
##      -9 | 29 | 13.88 |    14.29 |    14.29
##      -2 |  4 |  1.91 |     1.97 |    16.26
##      -1 |  2 |  0.96 |     0.99 |    17.24
##       1 | 25 | 11.96 |    12.32 |    29.56
##       2 | 22 | 10.53 |    10.84 |    40.39
##       3 | 40 | 19.14 |    19.70 |    60.10
##       4 | 39 | 18.66 |    19.21 |    79.31
##       5 | 42 | 20.10 |    20.69 |   100.00
## <NA> |  6 |  2.87 |    <NA> |    <NA>
##
## ERINN_INTERESSE1 <numeric>
## # total N=209 valid N=203 mean=3.78 sd=1.72
##
## Value |  N | Raw % | Valid % | Cum. %
## -----
##      -9 |  2 |  0.96 |     0.99 |     0.99
##       1 |  8 |  3.83 |     3.94 |     4.93
##       2 | 20 |  9.57 |     9.85 |    14.78
##       3 | 34 | 16.27 |    16.75 |    31.53
##       4 | 59 | 28.23 |    29.06 |    60.59
##       5 | 80 | 38.28 |    39.41 |   100.00
## <NA> |  6 |  2.87 |    <NA> |    <NA>
##
## ERINN_INTERESSE2 <numeric>
## # total N=209 valid N=203 mean=3.18 sd=2.62
##
## Value |  N | Raw % | Valid % | Cum. %
## -----
##      -9 |  7 |  3.35 |     3.45 |     3.45
##      -2 |  1 |  0.48 |     0.49 |     3.94
##       1 | 14 |  6.70 |     6.90 |    10.84
##       2 | 18 |  8.61 |     8.87 |    19.70
##       3 | 48 | 22.97 |    23.65 |    43.35
##       4 | 58 | 27.75 |    28.57 |    71.92
##       5 | 57 | 27.27 |    28.08 |   100.00
## <NA> |  6 |  2.87 |    <NA> |    <NA>

```

```
##
## ERINN_INTERESSE3 <numeric>
## # total N=209 valid N=203 mean=1.48 sd=4.54
##
## Value | N | Raw % | Valid % | Cum. %
## -----
## -9 | 29 | 13.88 | 14.29 | 14.29
## -2 | 5 | 2.39 | 2.46 | 16.75
## -1 | 1 | 0.48 | 0.49 | 17.24
## 1 | 18 | 8.61 | 8.87 | 26.11
## 2 | 23 | 11.00 | 11.33 | 37.44
## 3 | 44 | 21.05 | 21.67 | 59.11
## 4 | 38 | 18.18 | 18.72 | 77.83
## 5 | 45 | 21.53 | 22.17 | 100.00
## <NA> | 6 | 2.87 | <NA> | <NA>
##
## PERS_REL <numeric>
## # total N=209 valid N=203 mean=1.28 sd=0.64
##
## Value | N | Raw % | Valid % | Cum. %
## -----
## -2 | 1 | 0.48 | 0.49 | 0.49
## -1 | 5 | 2.39 | 2.46 | 2.96
## 1 | 127 | 60.77 | 62.56 | 65.52
## 2 | 70 | 33.49 | 34.48 | 100.00
## <NA> | 6 | 2.87 | <NA> | <NA>
##
## POLITIK <numeric>
## # total N=209 valid N=203 mean=3.38 sd=1.04
##
## Value | N | Raw % | Valid % | Cum. %
## -----
## 1 | 11 | 5.26 | 5.42 | 5.42
## 2 | 24 | 11.48 | 11.82 | 17.24
## 3 | 73 | 34.93 | 35.96 | 53.20
## 4 | 67 | 32.06 | 33.00 | 86.21
## 5 | 28 | 13.40 | 13.79 | 100.00
## <NA> | 6 | 2.87 | <NA> | <NA>
##
## PROMINENZ <numeric>
## # total N=209 valid N=203 mean=2.25 sd=1.13
##
## Value | N | Raw % | Valid % | Cum. %
## -----
## 1 | 60 | 28.71 | 29.56 | 29.56
## 2 | 72 | 34.45 | 35.47 | 65.02
## 3 | 43 | 20.57 | 21.18 | 86.21
```

```

##      4 | 17 | 8.13 | 8.37 | 94.58
##      5 | 11 | 5.26 | 5.42 | 100.00
## <NA> | 6 | 2.87 | <NA> | <NA>
##
## SCHLAG_PROMINENZ <numeric>
## # total N=209 valid N=203 mean=1.90 sd=1.22
##
## Value | N | Raw % | Valid % | Cum. %
## -----
##      1 | 110 | 52.63 | 54.19 | 54.19
##      2 | 45 | 21.53 | 22.17 | 76.35
##      3 | 17 | 8.13 | 8.37 | 84.73
##      4 | 21 | 10.05 | 10.34 | 95.07
##      5 | 10 | 4.78 | 4.93 | 100.00
## <NA> | 6 | 2.87 | <NA> | <NA>
##
## SCHLAG_AUSLAND <numeric>
## # total N=209 valid N=203 mean=3.30 sd=1.08
##
## Value | N | Raw % | Valid % | Cum. %
## -----
##      1 | 8 | 3.83 | 3.94 | 3.94
##      2 | 40 | 19.14 | 19.70 | 23.65
##      3 | 72 | 34.45 | 35.47 | 59.11
##      4 | 50 | 23.92 | 24.63 | 83.74
##      5 | 33 | 15.79 | 16.26 | 100.00
## <NA> | 6 | 2.87 | <NA> | <NA>
##
## SCHLAG_TECHNIK <numeric>
## # total N=209 valid N=203 mean=2.67 sd=1.34
##
## Value | N | Raw % | Valid % | Cum. %
## -----
##      1 | 52 | 24.88 | 25.62 | 25.62
##      2 | 48 | 22.97 | 23.65 | 49.26
##      3 | 43 | 20.57 | 21.18 | 70.44
##      4 | 36 | 17.22 | 17.73 | 88.18
##      5 | 24 | 11.48 | 11.82 | 100.00
## <NA> | 6 | 2.87 | <NA> | <NA>
##
## SCHLAG_POLITIK <numeric>
## # total N=209 valid N=203 mean=2.91 sd=1.40
##
## Value | N | Raw % | Valid % | Cum. %
## -----
##     -2 | 1 | 0.48 | 0.49 | 0.49
##     -1 | 1 | 0.48 | 0.49 | 0.99

```

```
##      1 | 38 | 18.18 |    18.72 |    19.70
##      2 | 39 | 18.66 |    19.21 |    38.92
##      3 | 47 | 22.49 |    23.15 |    62.07
##      4 | 48 | 22.97 |    23.65 |    85.71
##      5 | 29 | 13.88 |    14.29 |   100.00
## <NA> |  6 |  2.87 |    <NA> |    <NA>
##
## BILDUNG <numeric>
## # total N=209 valid N=203 mean=2.63 sd=1.12
##
## Value |   N | Raw % | Valid % | Cum. %
## -----
##      1 | 33 | 15.79 |    16.26 |    16.26
##      2 | 69 | 33.01 |    33.99 |    50.25
##      3 | 51 | 24.40 |    25.12 |    75.37
##      4 | 40 | 19.14 |    19.70 |    95.07
##      5 | 10 |  4.78 |     4.93 |   100.00
## <NA> |  6 |  2.87 |    <NA> |    <NA>
##
## VERSTAENDNIS <numeric>
## # total N=209 valid N=199 mean=1.16 sd=0.36
##
## Value |   N | Raw % | Valid % | Cum. %
## -----
##      1 | 168 | 80.38 |    84.42 |    84.42
##      2 |  31 | 14.83 |    15.58 |   100.00
## <NA> |  10 |  4.78 |    <NA> |    <NA>
##
## ERNSTHAFT <numeric>
## # total N=209 valid N=199 mean=1.08 sd=0.27
##
## Value |   N | Raw % | Valid % | Cum. %
## -----
##      1 | 183 | 87.56 |    91.96 |    91.96
##      2 |  16 |  7.66 |     8.04 |   100.00
## <NA> |  10 |  4.78 |    <NA> |    <NA>
```

1. Interviewer

NB04

Vor dem Start des Telefonats bitte deinen Namen aussuchen und auf „Weiter“ gehen.

[Bitte auswählen] ▼

2. Geschlecht eintragen noch vor Anruf!

E101

Auch vor dem Telefonat noch Geschlecht der befragten Person eintragen, dann auf „Weiter“ und dann anrufen.

- ☐ Männlich
☐ Weiblich
☐ Sonstiges

☐ k.A.

3. Hallo. In meinem Studium an der Universität Zürich untersuchen wir das Leseverhalten bei Nachrichten in der Bevölkerung, egal ob Online- oder Printmedien. Darf ich dich für meine Forschungen befragen und etwa 12 Minuten deiner wertvollen Zeit beanspruchen?

A102

- ☐ Ja
☐ Nein

1 aktive(r) Filter

Filter A102/F1

Wenn eine der folgenden Antwortoption(en) ausgewählt wurde: **2**
Dann nach dem Klick auf "Weiter" den Text **S107** anzeigen und das Interview beenden

Start der Befragung

A101

Vielen Dank! Es gibt bei dieser Umfrage keine richtigen oder falschen Antworten. Zudem werden deine Angaben selbstverständlich anonym behandelt.

Hast du noch irgendwelche offenen Fragen bezüglich des Ablaufs?

- Antwort abwarten!

Gut, dann können wir mit der Befragung starten!

Seite 04

4. Zuerst noch eine Frage zu dir. In welchem Jahr bist du geboren?

E102

[Bitte auswählen] ▼

Seite 05

Nun würde ich gerne etwas über deine Nachrichtenmediennutzung erfahren.

M104

Seite 06

5. Nutzt du Nachrichtenmedien? Hier gelten Online- sowie auch Printmedien.

M111

Keine Antwortoption vorlesen.

- ☐ Ja
☐ Nein

-
- ☐ weiss nicht
☐ k.A.

1 aktive(r) Filter

Filter M111/F1

Wenn eine der folgenden Antwortoption(en) ausgewählt wurde: 2
Dann nach dem Klick auf "Weiter" den Text **S107** anzeigen und das Interview beenden

6. Welche Nachrichtenmedien nutzt du regelmässig? Gemeint sind wieder die Print- und Onlinemedien.

M112

Es zählt nicht nur die Zeitung, sondern Onlinemedien gehören da auch dazu. Also bspw. für die Antwort „blick online“ --> blick ankreuzen. Keine Antwortmöglichkeiten vorlesen

- ☐ NZZ
- ☐ TagesAnzeiger
- ☐ 20 Minuten
- ☐ Blick
- ☐ Watson
- ☐ SRF News
- ☐ Aargauer Zeitung
- ☐ St. Galler Tagblatt
- ☐ Luzerner Zeitung
- ☐ Südostschweiz
- ☐ Basler Zeitung
- ☐ Berner Zeitung
- ☐ Der Bund
- ☐ WOZ Die Wochenzeitung
- ☐ Weltwoche
- ☐ Handelszeitung
- ☐ Die Ostschweiz
- ☐ Obersee Nachrichten
- ☐ Zürichsee Zeitung
- ☐ Social Media
- ☐ Google News
- ☐ Nau.ch

☐ Anderes und zwar:

- ☐ Weiss nicht
- ☐ k.A.

7. Wann hast du zuletzt Nachrichtenmedien genutzt?

M128

Als Hilfe kann man die Optionen der Tage schon vorlesen, „weiss nicht“ und „k.A.“ jedoch wie gehabt nicht vorlesen.

- ☐ heute
- ☐ gestern
- ☐ vor 2-3 Tagen
- ☐ letzte Woche
- ☐ länger her

-
- ☐ weiss nicht
 - ☐ k.A.

8. Wie oft sprichst du über kürzlich gelesene oder gesehene Themen, Meldungen oder Ereignisse? Hierbei ist es egal, mit wem, also ob Familie, Freunde, Bekannte, Arbeitskollegen etc.

M113

Antwortmöglichkeiten nicht vorlesen. Weiss nicht und k.A. nicht vorlesen

- ☐ Gar nie
- ☐ Einmal im Monat
- ☐ Wöchentlich
- ☐ 2-3 mal in der Woche
- ☐ Täglich

☐ Anderes:

-
- ☐ Weiss nicht
 - ☐ k.A.

9. Was sind deiner Meinung nach in letzter Zeit die drei wichtigsten Themen in der Schweiz?**M114**

Antwortmöglichkeiten nicht vorlesen. Offene Felder nur ausfüllen, wenn Thema nicht oberhalb aufgelistet.

- ☐ Coronavirus
- ☐ Abstimmungen in der Schweiz
- ☐ Bitcoin, Währungen und Aktien im Kursrutsch
- ☐ Klimawandel
- ☐ Flüchtlingspolitik und Migrationskrisen

☐ Andere:☐ anderes Thema:☐ drittes anderes Thema:☐ Weiss nicht☐ k.A.

10. Wie empfindest du die Häufigkeit der Berichterstattung bei den folgenden Themen? Bitte gib deine Antwort auf einer Skala von 1 – 5 an, wobei 1 zu wenig Berichterstattung, 3 genau richtig und 5 viel zu viel Berichterstattung ist.

M126

weiss nicht und k.A. nicht vorlesen

Coronavirus

1 Zu wenig	2	3 genau richtig	4	5 Viel zu viel	Weiss nicht	k.A.
------------	---	-----------------	---	----------------	-------------	------

Abstimmungen in der Schweiz

1 Zu wenig	2	3 genau richtig	4	5 Viel zu viel	Weiss nicht	k.A.
------------	---	-----------------	---	----------------	-------------	------

Bitcoin, Währungen und Aktien im Kursrutsch

1 Zu wenig	2	3 genau richtig	4	5 Viel zu viel	Weiss nicht	k.A.
------------	---	-----------------	---	----------------	-------------	------

Klimawandel

1 Zu wenig	2	3 genau richtig	4	5 Viel zu viel	Weiss nicht	k.A.
------------	---	-----------------	---	----------------	-------------	------

Flüchtlingspolitik und Migrationskrisen

1 Zu wenig	2	3 genau richtig	4	5 Viel zu viel	Weiss nicht	k.A.
------------	---	-----------------	---	----------------	-------------	------

11. Welche drei Nachrichtenmeldungen der letzten Tage sind dir besonders in Erinnerung geblieben?

M115

Reihenfolge beachten und nur so viele Schlagworte aufschreiben, wie auch wirklich nötig (wird sonst für die Codierung sehr aufwändig);

Falls weniger als 3 Meldungen erinnert werden, einfach Feld frei lassen. Man kann nach der Warnmeldung trotzdem auch so zur nächsten Frage.

Meldung 1

Meldung 2

Meldung 3

PHP-Code

```
registerVariable('Erinn_Meld1');  
registerVariable('Erinn_Meld2');  
registerVariable('Erinn_Meld3');
```

PHP-Code

```
replace('%Erinn_Meld1%', 'Erinn_Meld1', 'response');
replace('%Erinn_Meld2%', 'Erinn_Meld2', 'response');
replace('%Erinn_Meld3%', 'Erinn_Meld3', 'response');
```

Bevor ich dir nun die nächsten beiden Fragen stelle, möchte ich dich noch auf folgende Unterscheidung aufmerksam machen.

M129

Meldungen in den Medien können von gesellschaftlicher Relevanz bzw. Wichtigkeit sein. Es ist aber auch möglich, dass eine Meldung gar nicht so wichtig ist für die Gesellschaft, sondern einfach für dich persönlich interessant. In den nachfolgenden Fragen bezieht sich die Wichtigkeit auf die Relevanz für die Gesellschaft und das Interesse bezieht sich auf deine eigene Meinung, wie interessant das Thema für dich ist.

12. Ich nenne dir nun nochmals die drei von dir genannten Meldungen nacheinander. Ich bitte dich mir anzugeben, wie wichtig du die Meldungen für die Gesellschaft in der Schweiz empfindest. Bitte gib deine Antwort auf einer Skala von 1 – 5 an, wobei 1 unwichtig und 5 sehr wichtig bedeutet. Mit den Zwischenwerten kannst du deine Antwort abstimmen.

M116

weiss nicht und k.A. nicht vorlesen

Falls ein Feld von vorher frei gelassen wurde, muss dort keine Antwort gegeben werden. Es kommt eine Warnmeldung, die aber auch wieder übersprungen werden kann.

⇒ Erinn_Meld1 ⇐

1 Unwichtig	2	3	4	5 Sehr wichtig	Weiss nicht	k.A.
-------------	---	---	---	----------------	-------------	------

⇒ Erinn_Meld2 ⇐

1 Unwichtig	2	3	4	5 Sehr wichtig	Weiss nicht	k.A.
-------------	---	---	---	----------------	-------------	------

⇒ Erinn_Meld3 ⇐

1 Unwichtig	2	3	4	5 Sehr wichtig	Weiss nicht	k.A.
-------------	---	---	---	----------------	-------------	------

13. Wie sehr haben dich die Themen der von dir genannten Meldungen persönlich interessiert? Bitte gib deine Antwort auf einer Skala von 1 – 5 an, wobei 1 gar nicht und 5 sehr stark bedeutet. Mit den Zwischenwerten kannst du deine Antwort abstufen. M117

weiss nicht und k.A. nicht vorlesen

Falls ein Feld von vorher frei gelassen wurde, muss dort keine Antwort gegeben werden. Es kommt eine Warnmeldung, die aber auch wieder übersprungen werden kann.

⇒ Erinn_Meld1 ⇐

1 Gar nicht	2	3	4	5 Sehr stark	Weiss nicht	k.A.
-------------	---	---	---	--------------	-------------	------

⇒ Erinn_Meld2 ⇐

1 Gar nicht	2	3	4	5 Sehr stark	Weiss nicht	k.A.
-------------	---	---	---	--------------	-------------	------

⇒ Erinn_Meld3 ⇐

1 Gar nicht	2	3	4	5 Sehr stark	Weiss nicht	k.A.
-------------	---	---	---	--------------	-------------	------

14. Würdest du sagen, dass etwas, was dich interessiert auch wichtig für dich ist? M130

Antwortmöglichkeiten nicht vorlesen. Es geht hier um die persönliche Relevanz und nicht mehr um die gesellschaftliche.

- ☐ Ja
☐ Nein

- ☐ weiss nicht
☐ k.A.

15. Wie sehr interessierst du dich für Politik im Allgemeinen? Bitte gib deine Antwort auf einer Skala von 1 – 5 an, wobei 1 gar nicht und 5 sehr bedeutet. Mit den Zwischenwerten kannst du deine Antwort abstufen. M118

Weiss nicht und k.A. nicht vorlesen.

1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gar nicht				Sehr	Weiss nicht	k.A.

16. Wie sehr interessierst du dich für Stars und Promis? Bitte gib deine Antwort auf einer Skala von 1 – 5 an, wobei 1 gar nicht und 5 sehr bedeutet. Mit den Zwischenwerten kannst du wieder deine Antwort abstimmen.

M119

Ist egal, ob Schweizer Promis oder international. Weiss nicht und k.A. nicht vorlesen.

1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gar nicht				Sehr	Weiss nicht	k.A.

Ich werde dir nun noch einige aktuelle Schlagzeilen vorlesen und bitte dich zu bewerten, ob du den Artikel dazu würdest oder nicht.

M127

17. Wie wahrscheinlich ist es, dass du folgenden Artikel mit dieser Schlagzeile liest: [„Exfreundin von P Harry ist froh, dass sie nicht mehr zusammen sind.“]? Bitte gib deine Antwort auf einer Skala von 1 – 5 an, wobei 1 gar nicht wahrscheinlich und 5 sehr wahrscheinlich bedeutet. Mit den Zwischenwerten kannst du deine Antwort abstimmen.

M120

weiss nicht und k.A. nicht vorlesen

1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gar nicht wahrscheinlich				Sehr wahrscheinlich	Weiss nicht	k.A.

18. Wie wahrscheinlich ist es, dass du folgenden Artikel mit dieser Schlagzeile liest: [„Neun Wochen Vulkanausbruch auf La Palma und kein Ende in Sicht.“]? Bitte gib deine Antwort auf einer Skala von 1-5 an, wobei 1 gar nicht wahrscheinlich und 5 sehr wahrscheinlich bedeutet. Mit den Zwischenwerten kannst du deine Antwort abstimmen.

M121

weiss nicht und k.A. nicht vorlesen

1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gar nicht wahrscheinlich				Sehr wahrscheinlich	Weiss nicht	k.A.

Seite 23

19. Wie wahrscheinlich ist es, dass du folgenden Artikel mit dieser Schlagzeile liest: ["Fairphone macht ^{M122} ~~Ernst~~ und verlängert die Lebensdauer seiner Handys auf sieben Jahre."]? Bitte gib deine Antwort auf einer Skala von 1 – 5 an, wobei 1 gar nicht wahrscheinlich und 5 sehr wahrscheinlich bedeutet. Mit den Zwischenwerten kannst du deine Antwort abstimmen.

weiss nicht und k.A. nicht vorlesen

1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gar nicht wahrscheinlich				Sehr wahrscheinlich		Weiss nicht	k.A.

Seite 24

20. Wie wahrscheinlich ist es, dass du folgenden Artikel mit dieser Schlagzeile liest: ["Schweizer Aussehn ^{M123} ~~ponker~~ bieten der EU doppelten Kohäsionsbeitrag an."]? Bitte gib deine Antwort auf einer Skala von 1 – 5 an, wobei 1 gar nicht wahrscheinlich und 5 sehr wahrscheinlich bedeutet. Mit den Zwischenwerten kannst du deine Antwort abstimmen.

weiss nicht und k.A. nicht vorlesen

1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gar nicht wahrscheinlich				Sehr wahrscheinlich		Weiss nicht	k.A.

Seite 25

Einen grossen Teil der Fragen hast du geschafft.
Zum Schluss bitte ich dich noch um einige weitere Angaben zu deiner Person.

S106

Seite 26

21. Wie lautet die Postleitzahl deines Wohnortes? Natürlich werden deine Daten auch hier anonym abgespeichert.

S101

Postleitzahl:

22. Welchen Bildungsabschluss hast du? Bitte gib deinen höchsten Bildungsabschluss an, den du bisher erreicht hast.**S102**

Antwortmöglichkeiten nicht vorlesen. Sonstiges nur eintragen, wenn tatsächlich nicht zu einem obigen Abschluss eingeteilt werden kann.

- ☐ Obligatorische Schulzeit
- ☐ Berufslehre
- ☐ Maturität/Fachmaturität
- ☐ Hochschulabschluss
- ☐ Sonstiges, und zwar:

-
- ☐ Weiss nicht
- ☐ k.A.

23. Wir sind fast am Ende. Möchtest du noch etwas anmerken? Das kann entweder zu dieser Befragung sein oder für uns zum besseren Verständnis deiner Antworten.**S105**

Anmerkung:

Vielen Dank für deine Teilnahme. Die Befragung ist hiermit beendet.
Ich möchte mich ganz herzlich für deine Mithilfe bedanken.

S104

24. Hat der:die Befragte die Fragen dem Anschein nach verstanden?

NB01

Erst nach Ende der Befragung ausfüllen

- ☐ Ja, keine Probleme
 - ☐ Ja, ein paar Probleme
 - ☐ Nein, sehr problematisch
-

- ☐ nicht einschätzbar

25. Wurden die Fragen dem Anschein nach ernsthaft beantwortet?

NB02

Erst nach der Befragung auszufüllen

- ☐ Ja, vollkommen ernsthaft
 - ☐ Ja, überwiegend ernsthaft
 - ☐ Nein, eher nicht ernsthaft
 - ☐ Nein, keine ernsthaften Antworten
-

- ☐ nicht feststellbar

Vielen Dank auch an dich für das Führen des Interviews. Die Daten wurden alle gespeichert und die Befragung ist hiermit definitiv beendet. Hoffentlich hat alles geklappt und viel Spass bei der nächsten Befragung. Du kannst das Browserfenster schliessen.

B. Codebuch

Codebook Gruppe 3 – Geordnet

Abgrenzung der Codiereinheit CU

Codiereinheit ist das Segment innerhalb einer Online-Nachrichtenmeldung.
Angefangen wird bei der Überschrift und die Online-Nachrichtenmeldung ist dann fertig,
wenn man am Ende des Fliesstextes angekommen ist.

NICHT codiert werden:

- Links und deren Beiträge
- Videos
- Audiodateien
- Grafiken
- Eingebettete Instagram/Twitter etc. Links
- Werbung
- Leserkommentare

Codiert werden:

- Titel, Untertitel
- Bilder
- Fliesstext
- Abstract/ Überblick / Einleitung

Vorlage:

Erläuterung und Anweisung:	
Wert	Wertelabel

CODER – Coder

Erläuterung und Anweisung:	
Diese Variable gibt den Namen des Coders / der Codiererin an.	
Wert	Wertelabel
0	Keine Angabe
1	Jana Kipfer
2	Alexander Beck
3	Charles-Antoine Coens
4	Malena Banjavcic
5	Melina Christellis
6	Lilly Ochsner
7	Charlotte Wirth
8	Robin Blank
9	Amira Widmer
10	Jennifer Herzog
11	Shaline Rügger
12	Morena Graf
13	Larissa Kobler
14	Sven Tuchschnid
15	Amélie Schnidrig
16	Flurina Marugg
17	Tatjana Jäger
18	Annika Gerber
19	Aurel Müller
20	Fabian Mizsei

QUELLPF – Quellpfad

URL angegeben (in Word Datei)

QUELLPF_MED – Medium

Erläuterung und Anweisung:	
Angaben, von welchem Medium der Artikel ist.	
Wert	Wertelabel
1	SRF
2	NZZ
3	Watson
4	20min
5	Blick

QUELLPF_DAT – Datum

Erläuterung und Anweisung:	
Angaben, von wann der Artikel stammt. Nur Tag angeben! (Bsp. 23.11.21 --> 23 wird codiert)	
Wert	Wertelabel
0	Nicht bekannt/vorhanden
	Datum eingeben

BILD – Anzahl Bilder im Artikel

Erläuterung und Anweisung:	
Wie viele Bilder im Artikel integriert sind. Achtung: Bei einer Slideshow auf ein Hinweis schauen, wie viele Bilder insgesamt vorhanden sind.	
Wert	Wertelabel
0	Keine Bilder
	Anzahl Bilder einfügen

WORT– Anzahl Wörter im Artikel

Erläuterung und Anweisung:	
Anzahl Wörter im Artikel. Inklusive Titel, Untertitel, Fliesstext, Bildbeschreibungen. Quellen im Text gehören dazu, Quellen am Ende des Textes gehören NICHT dazu.	
Wert	Wertelabel
	Anzahl Wörter eintragen

TITEL – Titel

Erläuterung und Anweisung:	
Titel immer ganz eintragen. Muss nicht codiert werden. Wenn unklar was Untertitel und Titel ist, dann das grösser geschriebene nehmen. Es werden immer die Titel übernommen, die zusammen mit dem url-Link von der TF C zur Verfügung gestellt werden.	
Wert	Wertelabel
	Titel eingeben

KURZINH – Kurzinhalt

Erläuterung und Anweisung:	
Hier so knapp wie möglich und so genau wie nötig den Inhalt angeben. In der Regel ist das durch den Titel schon bestens abgebildet. Dann kann eine 1 vergeben werden, die bedeutet, dass es schon im Titel perfekt steht. Es muss also nur ein Kurzinhalt angegeben werden, wenn die Überschrift keine guten Schlüsse auf den Inhalt zulässt.	
Wert	Wertelabel
	Kurzinhalt eingeben falls nötig

1	Keine Angabe des Kurzinhalts / Titel genau genug
---	--

THEM – Thema

THEM_POL – Politik

Erläuterung und Anweisung:	
Politiker vorhanden, Staatsentscheidungen: Abstimmungen, internationale Konflikte	
Wert	Wertelabel
0	Nicht vorhanden
1	vorhanden

THEM_WIRT – Wirtschaft

Erläuterung und Anweisung:	
Verkauf und Produktion von Gütern und Dienstleistungen, Banken, Finanzen	
Wert	Wertelabel
0	Nicht vorhanden
1	vorhanden

THEM_SPO – Sport

Erläuterung und Anweisung:	
Sportliche Tätigkeiten, Sportevents	
Wert	Wertelabel
0	Nicht vorhanden
1	vorhanden

THEM_GES – Gesundheit

Erläuterung und Anweisung:	
Covid-19, Krankheiten, Gesundheitswesen, Ernährung, psychisches und körperliches Wohlbefinden, Pflege	
Wert	Wertelabel
0	Nicht vorhanden
1	vorhanden

THEM_LIF – Lifestyle

Erläuterung und Anweisung:	
Beauty, Mode, Hobbies, Ansehen	
Wert	Wertelabel
0	Nicht vorhanden
1	vorhanden

THEM_KUL – Kultur

Erläuterung und Anweisung:	
Tradition, Sitten, Feiertage, Bräuche	
Wert	Wertelabel
0	Nicht vorhanden
1	vorhanden

THEM_KUN – Kunst

Erläuterung und Anweisung:	
Musik, Malerei, Film, Literatur	
Wert	Wertelabel
0	Nicht vorhanden
1	vorhanden

NAEH – Nähe

Erläuterung und Anweisung:	
Hier liegt der Fokus auf welcher Ebene über ein Ereignis berichtet wird, wobei die kleinste im Artikel genannte Ebene, welche direkt mit dem Ereignis zu tun hat codiert wird. Sobald kleiner als national, gilt es aber nur in der Schweiz zu spezifizieren. Andernfalls nicht. (Bsp. Unfall in Zürich- Am Wädenswiler Bahnhof... dann wird hier 2 codiert, da Wädenswil die tiefste Ebene ist)	
Wert	Wertelabel
1	Gemeinde
2	Bezirk/Stadt
3	Kanton
4	National
5	Europa
6	Internation

Land1 – Ereignisland

Erläuterung und Anweisung:	
In welchem Land geschieht das Ereignis? Ein Land nur codieren, wenn der Landbezug eindeutig ist. Eine eindeutige Länderzuordnung im Beitrag schlägt die implizite Zuordnung. Bei mehreren Ereignisorten: Hauptort (Land) codieren (meist in Anmoderation/erstem Segment erwähnt/erkennbar). Beispiele: Wenn das „Weiße Haus“ sich äußert oder das „Pentagon“, dann liegt das in den USA; Aussagen von G.W. Bush werden für gewöhnlich den USA zugeordnet, wenn im Beitrag allerdings ein anderer Aufenthaltsort angegeben ist, wird dieser codiert. Der Konflikt im Irak geht weiter und es melden sich Politiker verschiedener Länder zu Wort - Ereignisort auf Beitragsebene ist der Irak; die Länder in denen die Politiker sich äußern werden auf Segmentebene codiert. In der Haushaltsdebatte des Bundestags werden viele Probleme auch in Bezug auf andere Länder thematisiert → auf Beitragsebene findet das Ereignis nur in Deutschland statt; die Bezüge zu anderen Ländern werden ggf. auf Segmentebene codiert.	
Wert	Wertelabel
1- K.A.	Land aus der Länderliste
995	Mehrere Länder innerhalb Europas
997	Nicht in der Liste

998	Mehrere Länder auch ausserhalb Europas
999	Nicht zuzuordnen
201	Aargau
202	Appenzell Ausserrhoden
203	Appenzell Innerrhoden
204	Basel-Landschaft
205	Basel-Stadt
206	Bern
207	Freiburg
208	Genf
209	Glarus
210	Graubünden
211	Jura
212	Luzern
213	Neuenburg
214	Nidwalden
215	Obwalden
216	St. Gallen
217	Schaffhausen
218	Schwyz
219	Solothurn
220	Tessin
221	Thurgau-Stadt
222	Uri
223	Waadt
224	Wallis
225	Zürich
226	Zug

Länderliste: (als Abkürzung, die Schweiz ist 145)

Land	Cod e
Afghanistan	1
Ägypten	2
Albanien	3
Algerien	4
Andorra	5
Angola	6
Antigua und Barbuda	7
Äquatorialguinea	8
Argentinien	9
Armenien	10
Aserbaidshan	11
Äthiopien	12
Australien	13
Bahamas	14
Bahrain	15
Bangladesch	16
Barbados	17
Belgien	18
Belize	19
Benin	20
Bhutan	21
Bolivien	22
Bosnien und Herzegowina	23
Botsuana	24
Brasilien	25
Brunei	26
Bulgarien	27
Burkina Faso	28
Burundi	29
Chile	30
China	31
Costa Rica	32
Dänemark	33
Deutschland	34
Dominica	35
Dominikanische Republik	36
Dschibuti	37
Ecuador	38
Elfenbeinküste (= Côte d'Ivoire)	39
El Salvador	40
Eritrea	41
Estland	42
Fidschi	43
Finnland	44
Frankreich	45
Gabun	46
Gambia	47
Georgien	48

Ghana	49
Grenada	50
Griechenland	51
Guatemala	52
Guinea	53
Guinea-Bissau	54
Guyana	55
Haiti	56
Honduras	57
Indien	58
Indonesien	59
Irak	60
Iran	61
Irland	62
Island	63
Israel	64
Italien	65
Jamaika	66
Japan	67
Jemen	68
Jordanien	69
Kambodscha	70
Kamerun	71
Kanada	72
Kap Verde	73
Kasachstan	74
Katar	75
Kenia	76
Kirgisistan	77
Kiribati	78
Kolumbien	79
Komoren	80
Kongo, Demokratische Republik	81
Kongo, Republik	82
Kroatien	83
Kuba	84
Kuwait	85
Laos	86
Lesotho	87
Lettland	88
Libanon	89
Liberia	90
Libyen (= Libysch-Arabische Dschemahirija)	91
Liechtenstein	92
Litauen	93
Luxemburg	94
Madagaskar	95
Malawi	96
Malaysia	97
Malediven	98
Mali	99
Malta	100

Marokko	101
Marshallinseln	102
Mauretanien	103
Mauritius	104
Mazedonien	105
Mexiko	106
Mikronesien, Föderierte Staaten von	107
Moldawien	108
Monaco	109
Mongolei	110
Montenegro	111
Mosambik	112
Myanmar	113
Namibia	114
Nauru (inoffiziell)	115
Nepal	116
Neuseeland	117
Nicaragua	118
Niederlande (= Holland)	119
Niger	120
Nigeria	121
Nordkorea (Demokratische Volksrepublik Korea)	122
Norwegen	123
Oman	124
Österreich	125
Pakistan	126
Palau	127
Panama	128
Papua-Neuguinea	129
Paraguay	130
Peru	131
Philippinen	132
Polen	133
Portugal	134
Rumänien	135
Russland	136
Ruanda	137
Salomonen	138
Sambia	139
Samoa (= West-Samoa)	140
San Marino	141
São Tomé und Príncipe	142
Saudi-Arabien	143
Schweden	144
Schweiz	145
Senegal	146
Serbien	147
Seychellen	148
Sierra Leone	149
Simbabwe	150
Singapur	151
Slowakei	152

Slowenien	153
Somalia	154
Spanien	155
Sri Lanka	156
St. Kitts und Nevis	157
St. Lucia	158
St. Vincent und die Grenadinen	159
Südafrika	160
Sudan	161
Südkorea (Republik Korea)	162
Suriname	163
Swasiland	164
Syrien	165
Tadschikistan	166
Taiwan (= Republik China)	167
Tansania	168
Thailand	169
Timor-Leste (= Ost-Timor)	170
Togo	171
Tonga	172
Trinidad und Tobago	173
Tschad	174
Tschechien	175
Tunesien	176
Türkei	177
Turkmenistan	178
Tuvalu	179
Uganda	180
Ukraine	181
Ungarn	182
Uruguay	183
Usbekistan	184
Vanuatu	185
Vatikanstaat	186
Venezuela	187
Vereinigte Arabische Emirate	188
Vereinigte Staaten von Amerika	189
Vereinigtes Königreich	190
Vietnam	191
Weißrussland	192
Westsahara	193
Zentralafrikanische Republik	194
Zypern	195

KONT - Kontinuität

Erläuterung und Anweisung:	
Als Kontinuität wird die Häufigkeit der Erwähnung eines Themas über einen längeren Zeitraum verstanden. Indikatoren: Resultat von ..., neue Informationen zu ..., generelle Einschätzung des Coders	
Wert	Wertelabel
0	Keine Kontinuität, nur einmal in genereller Berichterstattung erwähnt
1	Kontinuität, mehr als einmal in genereller Berichterstattung erwähnt

PERS - Personalisierung

Erläuterung und Anweisung:	
Personalisierung bezeichnet die Bedeutung, die Einzelpersonen in einem Ereignis zugesprochen wird. Je stärker eine Einzelperson im Gegensatz zu einer Institution oder Gruppe im Vordergrund steht, desto stärker personalisiert ist der Beitrag. Dabei wird zusätzlich berücksichtigt, ob im Beitrag genannte Personen als Einzelpersonen dargestellt werden oder lediglich stellvertretend für eine Institution vorkommen.	
Wert	Wertelabel
0	Keine Personalisierung, die Institution/Gruppe steht im Vordergrund
1	Mässige Personalisierung
2	Starke Personalisierung, die Einzelperson steht im Vordergrund

KONTRO – Kontroverse

Erläuterung und Anweisung:	
<p>Unter Kontroverse wird die erkennbare Darstellung von Meinungsunterschieden verstanden mit mindestens 2 Akteuren, die nicht beide genannt werden müssen.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nicht relevant sind potentielle Kontroversen. Die Meinungsverschiedenheit muss klar bestehen und nicht nur angenommen werden. <p>Es gibt direkte Meinungsverschiedenheiten (z.B. durch Zitate) Und es gibt indirekte Meinungsverschiedenheiten (z.B. durch Journalisten)</p>	
Wert	Wertelabel
0	<p>Keine Kontroverse erkennbar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meinungsumfragen und politische Forderungen von Terroristen werden nicht als Kontroverse codiert, weil kein Streit zwischen Diskussionspartnern vorliegt.
1	<p>Geringe Kontroverse (sachlich, institutionalisiert):</p> <ul style="list-style-type: none"> • sachliche Darstellung von divergierenden Ansichten <p>Bei den Vorwürfen wird die Lauterkeit des Gegners und die Rechtsmässigkeit dessen Handelns nicht bestritten (Beispiel: Politische Diskussion)</p>
2	<p>Große Kontroverse:</p> <ul style="list-style-type: none"> • heftige Auseinandersetzung (persönlich, beleidigend) <p>Wenn man die Lauterkeit des Gegners oder Rechtsmässigkeit dessen Handelns hinterfragt und abstreitet (z.B. Gerichtliche Auseinandersetzungen (Anklageerhebung, Festnahme, schwerwiegende Anschuldigungen ...))</p>

KURIOS – Kuriosität

Erläuterung und Anweisung:	
<p>Kurios ist, was einen Überraschungseffekt hat, was merkwürdig ist und schon fast eine humoristische Seite hat. Es handelt sich dabei um Lebewesen, Gegenstände, Situationen und Zustände, die auf jede denkbare Art & Weise seltsam, wunderbar, komisch oder skurril erscheinen oder wirken. Dazu gehört auch was lediglich unerwartet und / oder überraschend ist.</p> <p>Beispiel: "UFO landet auf dem Zürichsee.", "Mann beisst Hund"</p> <p>Nicht relevant dafür ist die Tonalität des Artikels, sondern nur die des Ereignisses. Wenn jedoch die Kuriosität explizit erwähnt wird, wird es als 1 codiert.</p> <p>Wenn KURIOSITÄT codiert wird, dann immer ÜBERRASCHUNG auch codieren. Muss aber umgekehrt nicht sein.</p>	
Wert	Wertelabel
0	Trifft nicht zu
1	Trifft zu

AKTUAL – Aktualität

Erläuterung und Anweisung:	
<p>Der Beitragsanlass wird codiert und im Normalfall explizit genannt. Es geht um die zeitliche Nähe zwischen dem Ereignis und der Berichterstattung.</p> <p>Es wird unterstellt, dass es sich im Zweifel um tagesaktuelle Nachrichten handelt.</p> <p>Bei historischen Ereignissen (z.B. Jubiläen!) wird die (Tages-)Aktualität des Anlasses codiert (muss explizit genannt sein)</p>	
Wert	Wertelabel
0	Nicht-aktuell <ul style="list-style-type: none">- Nicht-saisonale Ratgeber- Generische Beiträge- Biografien, die nicht zu bestimmtem Anlass veröffentlicht werden.
1	(Mehr oder weniger) Tagesaktuell (+/- 24 Std.)
2	Wochenaktuell oder älter (> 7 Tage) <ul style="list-style-type: none">- Längerfristige Geschehnisse, die nicht an konkreten Ereignissen festzumachen sind (z.B. Klimawandel)

NUTZEN – Nutzen

Erläuterung und Anweisung:

Nutzen kann Fortschritt, eine positive Entwicklung, «besser», «mehr», «günstig» oder eine Einigung etc. sein. Er kann in gesellschaftlichen und individuellen Nutzen unterteilt werden. Der individuelle oder gesellschaftliche Nutzen definiert sich durch einen Vorteil, Gewinn oder Ertrag, den man durch den Gebrauch von etwas hat.

Expliziteitsregel: Unter Nutzen werden auf jeden Fall Ereignisse verschlüsselt, deren positive Folgen explizit dargestellt werden (Jeweils die Indikatoren beachten).

Konsensregel: Nur wenn man von gesellschaftlichem Konsens – also, wenn die Mehrheit der Bevölkerung der gleichen Meinung ist - hinsichtlich der Bewertung des Sachverhaltes ausgehen kann, wird Nutzen codiert (Grundbedürfnisse, ...).

NUTZ_mt – Nutzen möglich/tatsächlich

Wert	Wertelabel
0	Kein Nutzen <ul style="list-style-type: none"> Wenn zum Inhalt keine übereinstimmende Meinung vorausgesetzt werden kann (z.B. Asylwesen, autofreie Städte, ...)
1	Möglich <ul style="list-style-type: none"> Es könnte sein, dass <i>später</i> ein Nutzen (individuell oder gesellschaftlich) daraus gezogen werden kann. (Zukunft, Chance); Nicht Forderungen Entdeckungen werden hier codiert
2	Tatsächlich (Ereignis) <ul style="list-style-type: none"> Nutzen (individuell oder gesellschaftlich) ist klar vorhanden und bereits geschehen; beschlossene Gesetze sind Tatsachen Forschungsfortschritte, die im Moment der Entdeckung schon klar einen Nutzen erbringen
9	Nicht entscheidbar

NUTZ_ig – Nutzen individuell/gesellschaftlich

Erläuterung und Anweisung:	
Nur tatsächlicher Nutzen wird in individuellen oder gesellschaftlichen Nutzen unterteilt (nur was beim nutz_mt mit 2 codiert worden ist) Der Hauptunterschied dabei liegt beim politisch-gesellschaftlichen Bezug, der nur beim gesellschaftlichen Nutzen vorhanden ist.	
Wert	Wertelabel
0	Kein tatsächlicher Nutzen <ul style="list-style-type: none">• Möglicher Nutzen wird hier nicht codiert, da man nicht vorhersehen kann, wer in Zukunft tatsächlich Nutzen daraus zieht (dann wäre es nur Spekulation)
1	individueller Nutzen: <ul style="list-style-type: none">• kein politisch-gesellschaftlicher Bezug Ein Einzelakteur (oder eine kleine Gruppe von Akteuren) zieht einen Nutzen daraus (z.B. Lottogewinn)
2	gesellschaftlicher Nutzen: <ul style="list-style-type: none">• politisch-gesellschaftlicher Bezug Die Politik oder die Mehrheit der Bevölkerung (Konsensregel) zieht einen Nutzen daraus (z.B.
9	Nicht entscheidbar

EMOT – Emotionalisierung

Erläuterung und Anweisung:
Emotionen, die explizit verbal beschrieben, oder durch Bilder dargestellt werden. Keine Interpretationen. Es wird immer das höchste codiert.

EM1 – Freude

Erläuterung und Anweisung:	
Indikatoren im Text: glücklich, wundervoll, Segen, spassig, feierlich, heiter Etc.	
Wert	Wertelabel
0	nicht erkennbar/ nicht vorhanden
1	verbale Beschreibung im Text
2	verbale Beschreibung im Titel

3	Bilder mit emotionaler Gestik (weinen, schreien...) oder emotionaler Symbolik
---	---

EM2 – Trauer/Enttäuschung

Erläuterung und Anweisung:	
Indikatoren im Text: Verlust, Tod, enttäuschend, hoffnungslos, Leid, Kummer, Niedergeschlagenheit Etc.	
Wert	Wertelabel
0	nicht erkennbar/ nicht vorhanden
1	verbale Beschreibung im Text
2	verbale Beschreibung im Titel
3	Bilder mit emotionaler Gestik (weinen, schreien...) oder emotionaler Symbolik

EM3 – Ärger/Wut/Drohgebärden

Erläuterung und Anweisung:	
Indikatoren im Text: Auseinandersetzung, Zorn, Schwierigkeiten, Frustration, Empörung Etc.	
Wert	Wertelabel
0	nicht erkennbar/ nicht vorhanden
1	verbale Beschreibung im Text
2	verbale Beschreibung im Titel
3	Bilder mit emotionaler Gestik (weinen, schreien...) oder emotionaler Symbolik

EM4 – Furch/Panik/Angst

Erläuterung und Anweisung:	
Indikatoren im Text: Bedrohung, Gefahr, Sorge, Bekümmernis, Ungewissheit, Bange, Besorgnis Etc.	
Wert	Wertelabel
0	nicht erkennbar/ nicht vorhanden
1	verbale Beschreibung im Text

2	verbale Beschreibung im Titel
3	Bilder mit emotionaler Gestik (weinen, schreien...) oder emotionaler Symbolik

EM5 – Scham/Peinlichkeit

Erläuterung und Anweisung:	
Indikatoren im Text: Verlegenheit, ärgerlicher Vorfall, peinlicher Fehler, lächerlich Etc.	
Wert	Wertelabel
0	nicht erkennbar/ nicht vorhanden
1	verbale Beschreibung im Text
2	verbale Beschreibung im Titel
3	Bilder mit emotionaler Gestik (weinen, schreien...) oder emotionaler Symbolik

EM6 – Ekel

Erläuterung und Anweisung:	
Indikatoren im Text: Widerlich, grauenhaft, grusig Etc.	
Wert	Wertelabel
0	nicht erkennbar/ nicht vorhanden
1	verbale Beschreibung im Text
2	verbale Beschreibung im Titel
3	Bilder mit emotionaler Gestik (weinen, schreien...) oder emotionaler Symbolik

EM7 – Verachtung

Erläuterung und Anweisung:	
Indikatoren im Text: Verwerflich, ablehnend, demütigend, geringschätzend Etc.	
Wert	Wertelabel
0	nicht erkennbar/ nicht vorhanden
1	verbale Beschreibung im Text

UEBR – Überraschung

Erläuterung und Anweisung:	
Überraschend ist ein Ereignis, das nicht ankündbar ist, sowie ein Ereignis, das bestehenden Erwartungen widerspricht.	
Wert	Wertelabel
0	<p>Keine Überraschung</p> <p>Ereignis ist nicht spontan, sondern ankündbar. Z.B.</p> <p>Eröffnungen, Baumaß- nahmen, Personalwechsel, Jahrestagungen, Geburtstage, Jubiläen, Pressekonferenzen, Wahlen. Auch Ereignisse, bei denen Inhalt oder Ergebnis noch offen sind - es sei denn, der Text enthält Hinweis auf Erwartungswidrigkeit.</p> <p>Statistiken hier codieren, sofern kein Hinweis auf Erwartungswidrigkeit. Unfälle an sich sind NICHT überraschend, wenn es nicht EXPLIZIT ERWÄHNT wird.</p>
1	<p>Überraschung</p> <p>Ereignis ist spontan.</p>

KSTR – Katastrophe

Erläuterung und Anweisung:	
Indikatoren einer Katastrophe: mehr als 1'000 Menschen betroffen und/oder Todesfälle, Einsatz von Polizei, Feuerwehr oder Rettungsdienst, Natur- und Wirtschaftskatastrophen, finanzielle, materielle, physische Betroffenheit, BETROFFENHEIT AKTIV	
Wert	Wertelabel
0	keine Katastrophe erwähnt
1	Katastrophe mit geringer Reichweite; 1'000-10'000 Personen betroffen
2	Katastrophe mit mittlerer Reichweite; 10'000-100'000 Personen betroffen
3	Katastrophe mit grosser Reichweite; 100'000-1'000'000 Personen betroffen
4	Katastrophe mit massiver Reichweite; ab 1'000'000 Personen betroffen

RLV - Relevanz

Erläuterung und Anweisung:	
Wenn das Thema des Beitrages in keiner erkennbaren Hinsicht einen politischen oder gesellschaftlichen Bezug hat, ist das Thema individuell relevant. Wenn das Thema einen klaren Bezug zur Politik / Gesellschaft erkenntlich macht und/oder Folgen für das Volk anzunehmen sind, ist das Thema gesellschaftlich relevant.	
Wert	Wertelabel
0	Kein politisch-gesellschaftlicher Bezug (individuell relevant)
1	Politisch-gesellschaftlicher Bezug (gesellschaftlich relevant)

ELT-Nat – Elite-Nation

Erläuterung und Anweisung:	
Indikatoren für Elite-Nation: Länder mit grosser politischer, wirtschaftlicher, militärischer Macht (USA, China, UK, Russland, Nordkorea)	
Wert	Wertelabel

0	Artikel handelt von keiner Elite-Nation
1	Artikel handelt von einer Elite-Nation

SCHAD – Schaden

Erläuterung und Anweisung:	
Schaden/ Misserfolg Indikatoren: negativ, ungünstig, leider, scheitern, verletzt etc. Also erst hören, ob Indikatoren in der Meldung vorkommen. Die Indikatoren bewirken die Unterscheidung von 0 zu nicht-0 (Keine Indikatoren -> 0).	
Wert	Wertelabel
0	kein Schaden erwähnt
1	geringer Schaden Materieller Schaden (z.B. Verringerung des Lebensstandards, Verlust von Eigentum), ideeller und politischer Schaden (z.B. Zerstörung von Pflanzen/Tieren, negative Geschäftsergebnisse), vorübergehender existenzieller Schaden (z.B. leichte Krankheit, Freiheitsentzug)
2	grosser Schaden Verschlechterung für zentrale menschliche Bereiche: Leben, langfristige Krankheit und langfristige Unfreiheit (=existenzieller Schaden), langfristiger ideeller oder politischer Schaden, (z.B. Rücktritt, Wahlniederlage). Hier jede Bedrohung des Friedens codieren. Auch Todesfälle (immer bei Toten)
9	nicht entscheidbar

SCHAD_mt – Schaden möglich/tatsächlich

Wert	Wertelabel
0	Kein Schaden
1	Möglich (Zukunft)
2	Tatsächlich (Ereignis)/Ist eingetreten
3	Bestehender Schaden vergrössert sich
9	Nicht entscheidbar

SCHAD_ig – Schaden: Individuell/gesellschaftlich

Wert	Wertelabel
0	Kein Schaden
1	Individuelle Relevanz kein politisch-gesellschaftlicher Bezug (z.B. Kriminalität ohne erkennbaren Appell an Gesellschaft)
2	Gesellschaftliche Relevanz Der Schaden hat einen politisch-gesellschaftlicher Bezug (z.B. Schaden an Schulen, um Kritik an der Öffentlichkeit zu äussern)
9	Nicht entscheidbar

TRAG – Tragik

Erläuterung und Anweisung:	
z.B. unnatürlicher/ unerwarteter Tod (auch Freitod); Auch für Angehörige (vor allem Eltern) liegt ein Schicksalsschlag vor, wenn ihr Kind verstirbt, starke Behinderungen (Turner landet im Rollstuhl); tödliche Krankheiten; vom Reichtum plötzlich in die Armut	
Wert	Wertelabel
0	Trifft nicht zu
1	Trifft zu

PRO – Prominenz

Erläuterung und Anweisung:

Unter Prominenz wird der Grad der Bekanntheit einer namentlich erwähnten Person verstanden, unabhängig von ihrer politischen/ wirtschaftlichen Macht.

Unter Prominenz können alle vorkommenden Personen (auch Pop-Gruppen o.ä.) codiert werden, unabhängig davon, ob sie als Handelnde, sich Äussernde oder Betroffene vorkommen und unabhängig davon, ob sie nur am Rande im Beitrag erwähnt werden, oder ob über sie vorwiegend berichtet wird. Es werden jedoch nur Personen codiert, die genannt werden. Es wird nur die Person mit der höchsten Prominenz codiert. Werden in einem Segment mehrere Gleichprominente erwähnt, so wird die erstgenannte Person codiert.

Journalisten des eigenen Senders sind keine Prominenten (der RTL-Wetterexperte wird nicht codiert, ebenso bei Börsen-, Sport- und anderen „Spezial“-Journalisten).

PRO1 gelöscht und ersetzt mit PRO2, PRO1 neu: Code zum Prominenten

PRO1 –Code zum Prominenten

Wert	Wertelabel
0	Keine Person genannt
1	Geringe Prominenz Nur in Teilöffentlichkeiten bekannt (Bsp. Gemeindevorsteher)
2	Mittlere Prominenz In grösserer Teilöffentlichkeit bekannt (Bsp. Divertimento, deutschsprachige Schweiz)
3	Hohe Prominenz Mindestens national bekannt, aber noch keine Weltstars (Bsp. Sido, Hohe CH Politiker)
4	Weltstars (Bsp. Coldplay)

GWLT - Gewalt

Erläuterung und Anweisung:

Aggression/ Gewalt (Anwendung/ Androhung von Gewalt / Angst vor Gewalt – wenn kollektiv/organisiert, als Teil eines Konflikts oder individuell.

Es gibt einen Aggressor – „Naturgewalt“ ist keine Gewalt!

Es muss ein Aggressor erkennbar sein.

Wert	Wertelabel
0	Keine Gewalt erkennbar.
1	„geringe Aggression“ Gewalt gegen Sachen, Geiselnahme, Androhung
2	mittlere Gewalt Gewaltanwendung, bei der Menschen verletzt werden (ohne Tote)
3	Gewalt mit Todesopfern Ausschreitungen, (politischer) Mord, Terror (einige Todesopfer < 10) auch nicht politisch motivierte Todesopfer werden hier kodiert
4	massive Gewalt viele Tote Krieg, Bürgerkrieg, Terror (viele Todesopfer > 10), auch nicht politisch motivierte Todesopfer werden hier kodiert

Literatur

- Fretwurst, Benjamin. 2011. *Konstruktion Und Rekonstruktion von Medienrealität: Auszüge Aus Der Dissertation: Nachrichten Im Interesse Der Zuschauer 2008*. Dissertation (auszug), Zürich: IPMZ / UZH.
- Galtung, Johan, und Mari Holmboe Ruge. 1965. The Structure of Foreign News: The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspapers. *Journal of Peace Research* 2: 64–90.