

Häufigkeiten und prozentuale Angaben zu den Thesen AG2

These 1

Die Online-Only Medien haben mehr Interaktionsmöglichkeiten als die Legacy Media.

Fallzusammenfassung

	Gültig		Fälle Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
\$Interaktionsmöglichkeiten n ^a	8	100,0%	0	0,0%	8	100,0%

a. Dichotomie-Gruppe tabellarisch dargestellt bei Wert 1.

Häufigkeiten von \$Interaktionsmöglichkeiten

		Antworten		Prozent der Fälle
		N	Prozent	
Interaktionsmöglichkeiten ^a	Telefon	4	15,4%	50,0%
	Adresse	4	15,4%	50,0%
	EMail	5	19,2%	62,5%
	Chatfunktion	3	11,5%	37,5%
	Umfragen	1	3,8%	12,5%
	Kommentare	4	15,4%	50,0%
	Partizipation	5	19,2%	62,5%
Gesamt		26	100,0%	325,0%

a. Dichotomie-Gruppe tabellarisch dargestellt bei Wert 1.

Medienart Legacy Media Gültige N als Tabellen (%)			Medienart Online-Only- Media Gültige N als Tabellen (%)		
Telefon	nicht möglich	0,0%	Telefon	nicht möglich	60,0%
	möglich	100,0%		möglich	40,0%
Adresse	nicht möglich	0,0%	Adresse	nicht möglich	50,0%
	möglich	100,0%		möglich	50,0%
EMail	nicht möglich	0,0%	EMail	nicht möglich	40,0%
	möglich	100,0%		möglich	60,0%
Kontaktformular	nicht möglich	100,0%	Kontaktformular	nicht möglich	100,0%
	möglich	0,0%		möglich	0,0%
Chatfunktion	nicht möglich	100,0%	Chatfunktion	nicht möglich	50,0%
	möglich	0,0%		möglich	50,0%
Umfragen	nicht möglich	100,0%	Umfragen	nicht möglich	80,0%
	möglich	0,0%		möglich	20,0%
Kommentare	nicht möglich	50,0%	Kommentare	nicht möglich	40,0%
	möglich	50,0%		möglich	60,0%
Partizipation	nicht möglich	0,0%	Partizipation	nicht möglich	20,0%
	möglich	100,0%		möglich	80,0%

These 2

Die Legacy Media bieten eine breitere thematische Auswahl als Online-Only Media

Fallzusammenfassung

	Gültig		Fälle		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
\$abgedeckte_Rubriken ^a	6	75,0%	2	25,0%	8	100,0%

a. Dichotomie-Gruppe tabellarisch dargestellt bei Wert 1.

Häufigkeiten von \$abgedeckte_Rubriken

		Antworten	
		N	Prozent
\$abgedeckte_Rubriken ^a	Aktuelles	5	18,5%
	Events	6	22,2%
	Störungsmeldungen	3	11,1%
	Angebote	4	14,8%
	Administratives	3	11,1%
	Wetter	2	7,4%
	Sport	1	3,7%
	Kultur	1	3,7%
	Gesellschaftliches	1	3,7%
	Politik	1	3,7%
Gesamt		27	100,0%

a. Dichotomie-Gruppe tabellarisch dargestellt bei Wert 1.

		Medienart	
		Legacy Media	Online-Only-Media
Aktuelles	nicht vorhanden	50,0%	20,0%
	vorhanden	50,0%	80,0%
Events	nicht vorhanden	0,0%	0,0%
	vorhanden	100,0%	100,0%
Störungsmeldungen	nicht vorhanden	100,0%	50,0%
	vorhanden	0,0%	50,0%
Angebote	nicht vorhanden	0,0%	40,0%
	vorhanden	100,0%	60,0%
Administratives	nicht vorhanden	100,0%	50,0%
	vorhanden	0,0%	50,0%
Wetter	nicht vorhanden	100,0%	60,0%
	vorhanden	0,0%	40,0%
Sport	nicht vorhanden	0,0%	100,0%
	vorhanden	100,0%	0,0%
Wirtschaft	nicht vorhanden	100,0%	100,0%
	vorhanden	0,0%	0,0%
Kultur	nicht vorhanden	100,0%	80,0%
	vorhanden	0,0%	20,0%
Technologie	nicht vorhanden	100,0%	100,0%
	vorhanden	0,0%	0,0%
Gesellschaftliches	nicht vorhanden	50,0%	100,0%
	vorhanden	50,0%	0,0%
Politik	nicht vorhanden	0,0%	100,0%
	vorhanden	100,0%	0,0%

AG3

These 3:

Die Legacy Media sind in Bezug auf die lokaljournalistische Professionalität leistungsfähiger als Online-Only Media

These 4:

Die Eigenleistung im Lokalbereich konzentriert sich auf einige wenige Themen, andere Themen werden kaum bedient

These 5:

Die Leistungsfähigkeit von Legacy Media und Online-Only Media unterscheidet sich in den Leistungsdimensionen Relevanz, Vielfalt und Professionalität

AG4

These 6

Die Akteursrelevanz in Online-Angeboten von lokalen Medien (Legacy Media) ist höher als die Akteursrelevanz in neuen Online-Only-Media.

➔ Häufigkeiten

[DataSet2] C:\Users\vanes\Dropbox\PK HS20 Zürich\07 Datenauswert

Statistiken

RankingK2 Legacy Media

N	Gültig	43
	Fehlend	0

RankingK2 Legacy Media

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	0	6	14.0	14.0	14.0
	1	1	2.3	2.3	16.3
	2	36	83.7	83.7	100.0
	Gesamt	43	100.0	100.0	

➔ Häufigkeiten

[DataSet5] C:\Users\vanes\Dropbox\PK HS20 Zürich\07 Datenauswert

Statistiken

RankingK2 Online

N	Gültig	7
	Fehlend	0

RankingK2 Online

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	0	2	28.6	28.6	28.6
	1	5	71.4	71.4	100.0
	Gesamt	7	100.0	100.0	

➔ Häufigkeiten

[DataSet4] C:\Users\vanes\Dropbox\PK HS20 Zürich\07 Datenauswert

Statistiken

RankingK5 Legacy Media

N	Gültig	38
	Fehlend	0

RankingK5 Legacy Media

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	1	1	2.6	2.6	2.6
	2	5	13.2	13.2	15.8
	3	1	2.6	2.6	18.4
	4	31	81.6	81.6	100.0
	Gesamt	38	100.0	100.0	

➔ Häufigkeiten

[DataSet6] C:\Users\vanes\Dropbox\PK HS20 Zürich\07 Datena

Statistiken

RankingK5 Online

N	Gültig	8
	Fehlend	0

RankingK5 Online

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	2	6	75.0	75.0	75.0
	4	2	25.0	25.0	100.0
	Gesamt	8	100.0	100.0	

Häufigkeiten

Statistiken

Erkennungsmerkmale bei Legacy Media

N	Gültig	43
	Fehlend	0

Erkennungsmerkmale bei Legacy Media

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Nur Personennamen	1	2.3	2.3	2.3
	Funktion / Rolle wird erwähnt	36	83.7	83.7	86.0
	Anonym	2	4.7	4.7	90.7
	Gruppierung, Institution, Organisation, Unternehmen, Partei	4	9.3	9.3	100.0
	Gesamt	43	100.0	100.0	

Häufigkeiten

Statistiken

Erkennungsmerkmale bei Online-Only-Media

N	Gültig	7
	Fehlend	0

Erkennungsmerkmale bei Online-Only-Media

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Nur Personennamen	5	71.4	71.4	71.4
	Anonym	1	14.3	14.3	85.7
	Gruppierung, Institution, Organisation, Unternehmen, Partei	1	14.3	14.3	100.0
	Gesamt	7	100.0	100.0	

Häufigkeiten

Statistiken

Akteursrelevanz bei Legacy Media

N	Gültig	38
	Fehlend	0

Akteursrelevanz bei Legacy Media

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Vertreter'innen auf nationaler bzw. internationaler Ebene	1	2.6	2.6	2.6
	Vertreter'innen auf regionaler/lokaler Ebene	31	81.6	81.6	84.2
	Einzelperson oder mehrere Personen	5	13.2	13.2	97.4
	Anonym	1	2.6	2.6	100.0
	Gesamt	38	100.0	100.0	

Häufigkeiten

Statistiken

Akteursrelevanz bei Online-Only-Media

N	Gültig	8
	Fehlend	0

Akteursrelevanz bei Online-Only-Media

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Vertreter*innen auf regionaler/lokaler Ebene	2	25.0	25.0	25.0
	Einzelperson oder mehrere Personen	6	75.0	75.0	100.0
	Gesamt	8	100.0	100.0	

These 7

*Soziokulturelle Akteur*innen treten in Online-Angeboten von lokalen Medien (Legacy Media) und neuen Online-Only-Medien häufiger auf als politische Akteur*innen.*

Häufigkeiten

Statistiken

Rolle bei Legacy Media

N	Gültig	34
	Fehlend	0

Rolle bei Legacy Media

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Politische Akteur'innen	11	32.4	32.4	32.4
	Wirtschaftliche Akteur'innen	7	20.6	20.6	52.9
	Soziokulturelle Akteur'innen	16	47.1	47.1	100.0
	Gesamt	34	100.0	100.0	

Häufigkeiten

Statistiken

Rolle bei Online-Only-Media

N	Gültig	3
	Fehlend	0

Rolle bei Online-Only-Media

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Soziokulturelle Akteur'innen	3	100.0	100.0	100.0

These 8

Die politischen Akteur'innen in Online-Angeboten von lokalen Medien (Legacy Media) und neuen Online-Only-Media werden mehrheitlich ohne Parteizugehörigkeit erwähnt.

Häufigkeiten

Statistiken

Parteizugehörigkeit bei Legacy Media

N	Gültig	10
	Fehlend	0

Parteizugehörigkeit bei Legacy Media

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	CVP, Christlichdemokratische Volkspartei (inkl. CSP)	1	10.0	10.0	10.0
	EVP, Evangelische Volkspartei	2	20.0	20.0	30.0
	FDP, Die Liberalen (inkl. LPS/Liberale Partei der Schweiz)	1	10.0	10.0	40.0
	GPS, Grüne Partei der Schweiz	1	10.0	10.0	50.0
	SP, Sozialdemokratische Partei	2	20.0	20.0	70.0
	SVP, Schweizerische Volkspartei	2	20.0	20.0	90.0
	Andere Partei oder explizit parteilos	1	10.0	10.0	100.0
	Gesamt	10	100.0	100.0	

These 9

Die politische Mitte wird in Online-Angeboten von lokalen Medien (Legacy Media) und neuen Online-Only-Medien öfter berücksichtigt als rechte oder linke Parteien.

Häufigkeiten

Statistiken

Politische Verteilung in Legacy Media

N	Gültig	10
	Fehlend	0

Politische Verteilung in Legacy Media

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Politische Mitte	4	40.0	40.0	40.0
	Links	3	30.0	30.0	70.0
	Rechts	2	20.0	20.0	90.0
	Andere Partei oder explizit parteilos	1	10.0	10.0	100.0
	Gesamt	10	100.0	100.0	

AG5**These 10**

In Online-Only-Plattformen wird im Gegensatz zu Legacy Media vor allem meinungsbetont (ohne Begründung mit Fakten und Beispielen) argumentiert.

Häufigkeiten**Statistiken**

Objektivität (Begründung des Statements) bei Legacy Media

N	Gültig	16
	Fehlend	0

Objektivität (Begründung des Statements) bei Legacy Media

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Keine Begründung	6	37.5	37.5	37.5
	Begründung mit Beispielen	6	37.5	37.5	75.0
	Begründung mit Zahlen/Fakten	1	6.3	6.3	81.3
	Begründung mit Beispielen und Fakten	1	6.3	6.3	87.5
	Kann nicht entschieden werden	2	12.5	12.5	100.0
	Gesamt	16	100.0	100.0	

Häufigkeiten**Statistiken**

Objektivität (Begründung des Statements) bei Online-Only-Media

N	Gültig	1
	Fehlend	0

Objektivität (Begründung des Statements) bei Online-Only-Media

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Keine Begründung	1	100.0	100.0	100.0

These 11

In Online-Only-Medien wird im Gegensatz zu Legacy Media vorwiegend moralisch-emotional argumentiert.

Häufigkeiten**Statistiken**

Objektivität (Argumentation) bei Legacy-Media

N	Gültig	12
	Fehlend	0

Objektivität (Argumentation) bei Legacy-Media

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Im Statement wird vor allem rational (kognitiv-normativ) argumentiert	11	91.7	91.7	91.7
	Im Statement wird vor allem gefühlsbetont, appellierend oder polemisch argumentiert	1	8.3	8.3	100.0
	Gesamt	12	100.0	100.0	