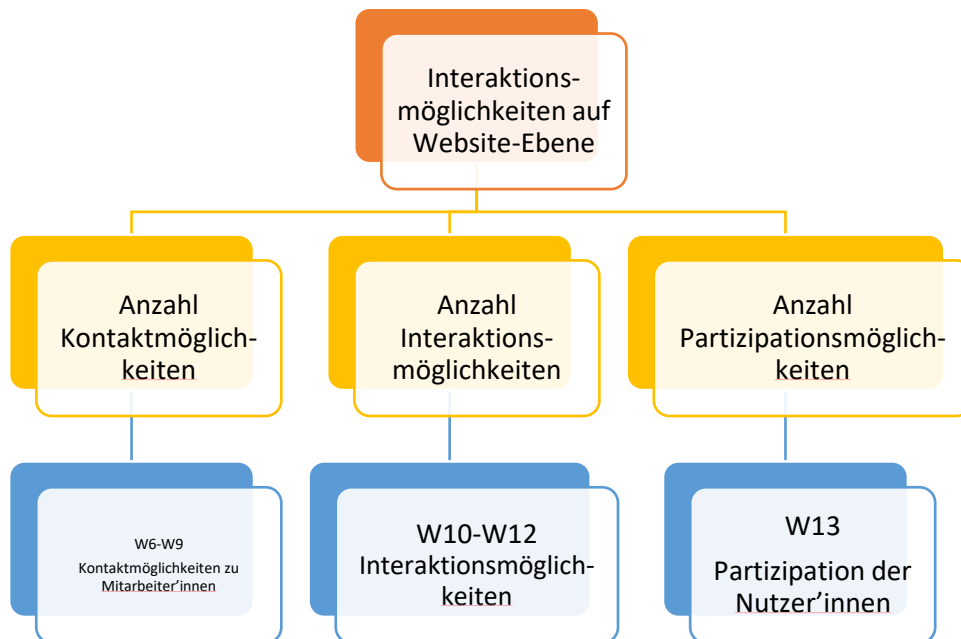


Messkonstrukte

AG2

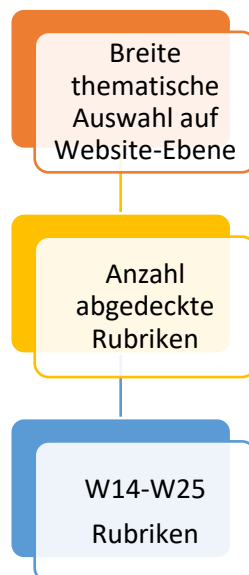
These 1

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



These 2

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



Metadaten:

- W1 Name des Mediums
- W2 Ortschaft
- W3 Art
- W4 Anzahl Leser'innen
- W5 Anzahl Leser'innen WEMF

Lieferobjekte:

These 1:

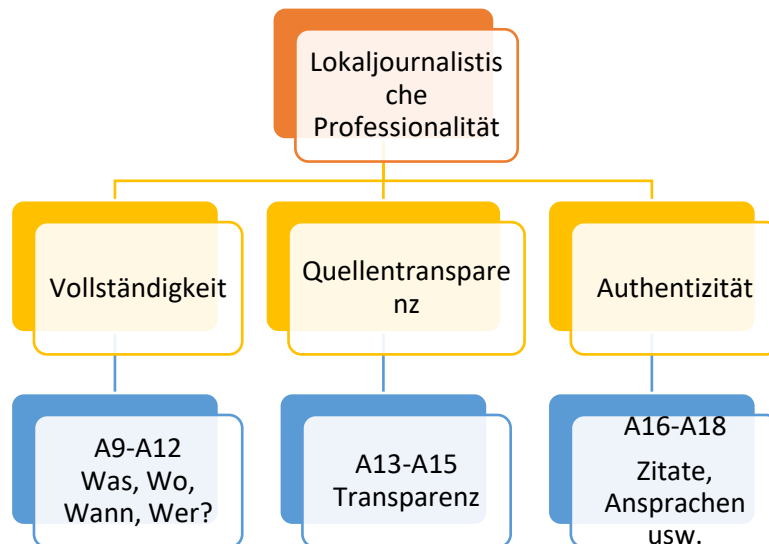
- Säulendiagramm zum Vergleich von Interaktionsmöglichkeiten (absolute Zahlen) zwischen Legacy und Online Only-Media

These 2:

- Säulendiagramm zum Vergleich von thematischer Vielfalt (absolute Zahlen) zwischen Legacy und Online Only-Media

AG3**These 3:**

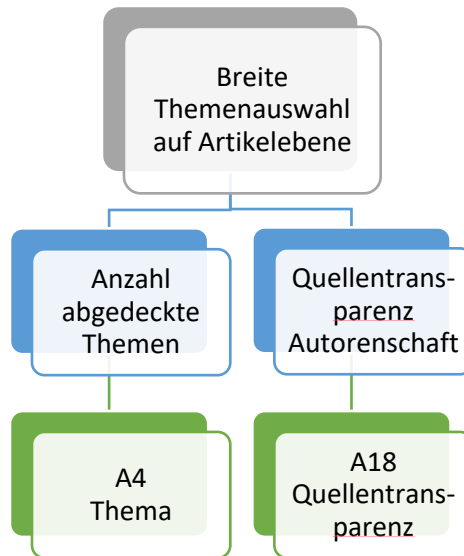
Die Legacy Media sind in Bezug auf die lokaljournalistische Professionalität leistungsfähiger als Online-Only Media



Berechnung Professionalitätsscore			
Vollständigkeit			
	Was	Erfüllt	1 Punkt
		Nicht erfüllt	0 Punkte
	Wer	Erfüllt	1 Punkt
		Nicht erfüllt	0 Punkte
	Wann	Erfüllt	1 Punkt
		Nicht erfüllt	0 Punkte
	Wo	Erfüllt	1 Punkt
		Nicht erfüllt	0 Punkte
Transparenz			
	Angabe Autorenschaft	Keine Angabe	0 Punkte
		Autor*in oder - Kollektiv	3 Punkte
		Redaktion oder Gemeindeverwaltung	2 Punkte
		Agenturangabe	1 Punkt
		Sonstiges	individuell
	Angabe Hauptquelle	Keine Angabe	0 Punkte
		Professionelle Quelle	4 Punkte
		Partizipative Quelle	2 Punkte
		Eigene Quelle	3 Punkte
		Andere	individuell
	Trennung Werbung und Bericht	Erfüllt	4 Punkte
		Nicht erfüllt	0 Punkte
Authentizität			
	Direkte Zitate	Vorhanden	1 Punkt
		Nicht vorhanden	0 Punkte
	Ich-Bezüge	Vorhanden	1 Punkt
		Nicht vorhanden	0 Punkte
	Leseransprachen	Vorhanden	1 Punkt
		Nicht vorhanden	0 Punkte
Gesamthaft möglich:			18 Punkte

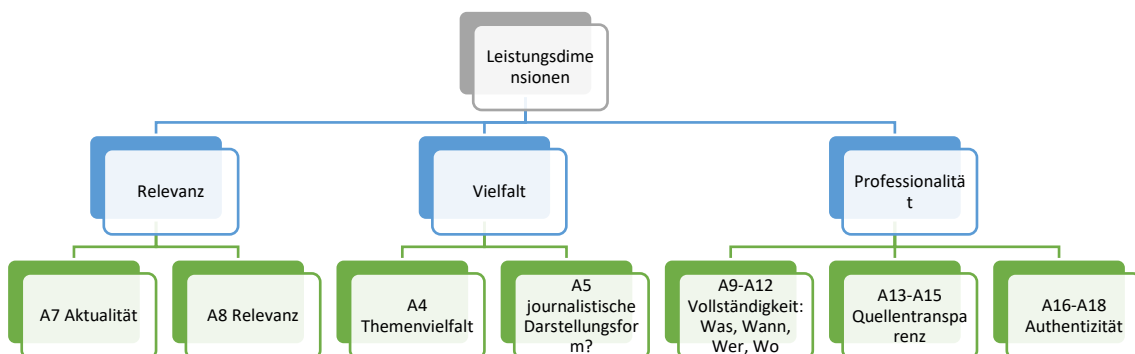
These 4:

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



Die Scores können jeweils zwischen 0 und 1 variieren, 0 ist der niedrigste, 1 der höchste Score.

Berechnung Relevanzscore		
Aktualität		
	Nicht aktuell	0 Punkte
	Zeitlich-aktuell	3 Punkte
	Inhaltlich-aktuell	2 Punkte
	Sonstiges	individuell
Relevanz		
	Gesamtgesellschaftlich	4 Punkte
	Gesellschaftliches Subsystem	3 Punkte
	Institutionell	2 Punkte
	Individuell	0 Punkte
	Nicht feststellbar	Individuell
	Relevanzscore:	Erreichte Punkte / max erreichbare Punkte der codierten Kategorien
Beispiel:	Nicht aktuell und gesellschaftliches Subsystem	$0+3/7=0,43$
	Zeitlich-aktuell und Relevanz nicht codiert	$3/3=1$

Berechnung Professionalitätsscore			
Vollständigkeit			
	Was	Erfüllt	1 Punkt
		Nicht erfüllt	0 Punkte
	Wer	Erfüllt	1 Punkt
		Nicht erfüllt	0 Punkte
	Wann	Erfüllt	1 Punkt
		Nicht erfüllt	0 Punkte
	Wo	Erfüllt	1 Punkt
		Nicht erfüllt	0 Punkte
	Vollständigkeitsscore:	Erreichte Punkte / codierte Kategorien	
Beispiel:	3x nicht erfüllt, 1x erfüllt:	1/4=0,25	
Transparenz			
	Angabe Autorenschaft	Keine Angabe	0 Punkte
		Autor*in oder - Kollektiv	3 Punkte
		Redaktion oder Gemeindeverwaltung	2 Punkte
		Agentuarangabe	1 Punkt
		Sonstiges	individuell
	Angabe Hauptquelle	Keine Angabe	0 Punkte
		Professionelle Quelle	3 Punkte
		Partizipative Quelle	2 Punkte
		Eigene Quelle	2 Punkte
		Andere	individuell
	Trennung Werbung und Bericht	Erfüllt	3 Punkte
		Nicht erfüllt	0 Punkte
	Transparenzscore:	Erreichte Punkte / max erreichbare Punkte der codierten Kategorien	
Beispiel:	Autorin, Partizipative Quelle, Trennung Werbung und Bericht nicht codiert	3+3/6=1	
Authentizität			

	Direkte Zitate	Vorhanden	1 Punkt
		Nicht vorhanden	0 Punkte
	Ich-Bezüge	Vorhanden	1 Punkt
		Nicht vorhanden	0 Punkte
	Leseransprachen	Vorhanden	1 Punkt
		Nicht vorhanden	0 Punkte
	Authentizitätsscore:	Erreichte Punkte / codierte Kategorien	
Beispiel:	Direktes Zitat vorhanden, Leseransprachen nicht vorhanden, Ich-Bezüge nicht codiert	1/2=0,5	

Metadaten:

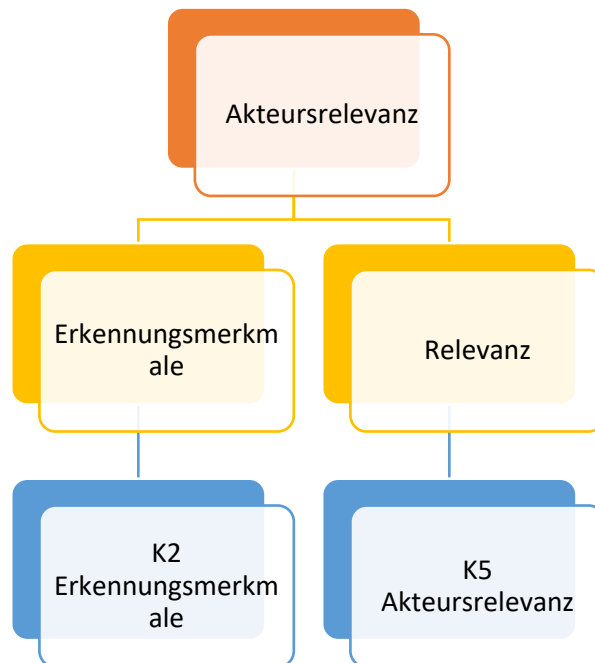
- Datum
- Artikellänge
- Titel des Artikels

Lieferobjekte:

- Professionalitätsranking von Legacy Media und Online-Only-Media
- 2 Kreisdiagramme Themenvielfalt
- Diverse Scores
- Diverse Boxplots
- Diverse Säulendiagramme

AG4**These 6**

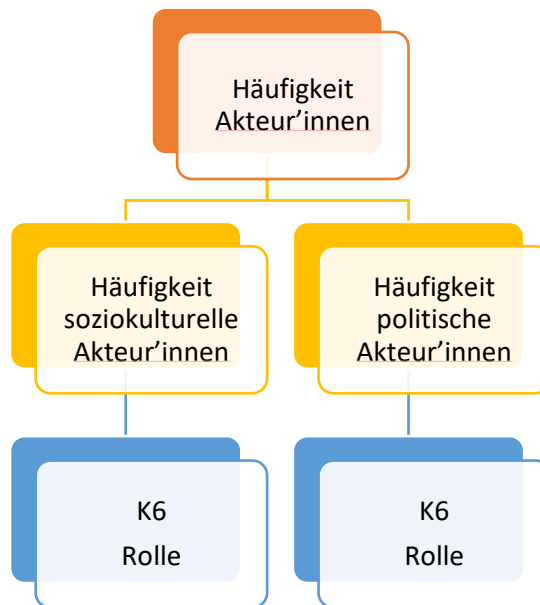
Die Akteursrelevanz in Online-Angeboten von lokalen Medien (Legacy Media) ist höher als die Akteursrelevanz in neuen Online-Only-Media.



Akteursrelevanzranking		
Erkennungsmerkmale	Nur Personenname	1 Punkt
	Funktion / Rolle wird erwähnt	2 Punkte
	Anonym oder Gruppierungen, Institution, Organisation, Unternehmen, Partei	0 Punkte
Akteursrelevanz	Vertreter*innen auf regionaler/lokaler Ebene	4 Punkte
	Vertreter*innen auf nationaler bzw. internationaler Ebene	3 Punkte
	Einzelperson oder mehrere Personen	2 Punkte
	Anonym	1 Punkt

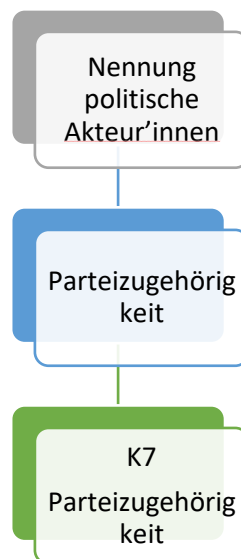
These 7

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



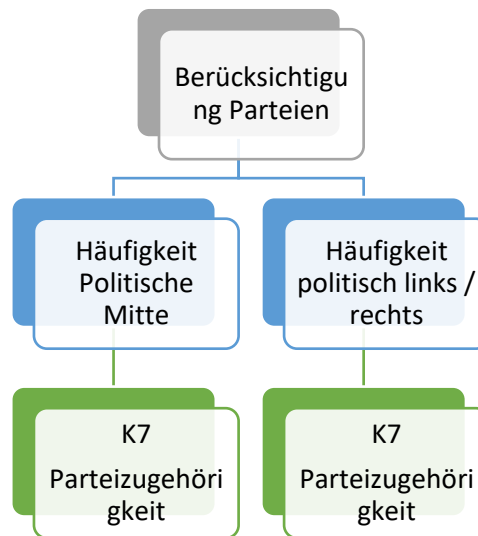
These 8

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



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.



Metadaten

- K1 Urheber'in
- K3 Bezeichnung
- K4 Zitation
- K8 Soziokulturelle Akteur'innen

Lieferobjekte

These 6:

- Durchschnittliches Akteursrelevanzranking von Legacy Media
- Durchschnittliches Akteursrelevanzranking von Online-Only-Media
- Diagramm pro Medium, wie oft einzelne Kategorien aus K5 codiert werden
- Diagramm pro Medium, wie oft einzelne Kategorien aus K2 codiert werden

These 7:

- 2 Kreisdiagramme, je eins für Legacy und Online-Only-Media

These 8:

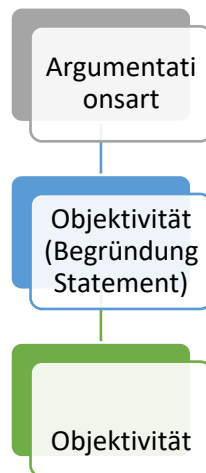
- 2 Kreisdiagramme, je eins für Legacy und Online-Only-Media

These 9:

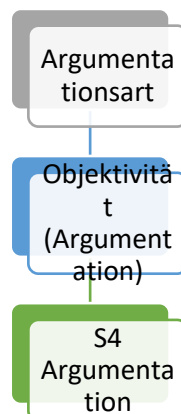
- 2 Kreisdiagramme, je eins für Legacy und Online-Only-Media

AG5**These 10**

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

**These 11**

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

**Metadaten / nicht verwendete Kategorien:**

- S1 Identifikation
- S2 Platzierung
- S3 Thema
- S4 Vielfalt

Lieferobjekte:

These 10:

- Diagramm der Verteilung auf die Ausprägungen in Kategorie S5 bei Online-Only-Media
- Diagramm der Verteilung auf die Ausprägungen in Kategorie S5 bei Legacy Media

These 11:

- Diagramm der Verteilung auf die Ausprägungen in Kategorie S4 bei Online-Only Media
- Diagramm der Verteilung auf die Ausprägungen in Kategorie S4 bei Legacy Media