

## Konzept Arbeitsgruppe 2 – Version 1

### Forschungsfrage

Durch den inhaltlichen Auftrag der Projektauftraggeber\*innen "Sammlung und Analyse von Strukturdaten zu den Anbietern", muss die Arbeitsgruppe (AG) 2 als erstes die Anbieter\*innen, also die Auswahlinheit, definieren. Die Auswahlinheit der Inhaltsanalyse soll eine möglichst umfassende Untersuchung gewährleisten. Da das Codieren des Materials allerdings mit grossem Aufwand verbunden ist, lohnt sich die klare Eingrenzung dieser Einheit (Rössler, 2017, S. 53). Daraus ergibt sich folgende Forschungsfrage:

Welche Anbieter eignen sich für die Inhaltsanalyse (*der Leistungsfähigkeit von lokalem Journalismus*)?

Stets mitbeachtet werden soll dabei die übergeordnete Fragestellung des Kurses: Wie kann die Leistungsfähigkeit von unterschiedlichen Anbietern (Legacy Media) und neue Online-Only-Medien) mit Hilfe einer Inhaltsanalyse und dazugehörigen Leistungsindikatoren erfasst werden?

Ob wir für unsere Arbeitsgruppe noch eine 2. Forschungsfrage erstellen ist bisher noch nicht klar.

### Methodische Vorgehensweise

#### Auswahl der Webseiten

Um die erste Forschungsfrage zu beantworten, möchte sich die AG nach der Theorie von Rössler (2017) richten. Dort wird eine mehrstufige Vorgehensweise empfohlen, bei der die Auswahlinheit Schritt für Schritt eingegrenzt wird, wobei die Reihenfolge keine Rolle spielt. Die Eingrenzung geschieht nach räumlicher Gestaltung, Mediengattung, Medienangeboten und Ressorts/Formate. Die zeitliche Eingrenzung erfolgt erst auf Ebene des Artikels. Die räumliche Eingrenzung soll in Absprache mit dem gesamten Projektteam geschehen. Durch die Vorgaben des Projektes ist die Mediengattung bereits definiert als "lokale online Nachrichten". Die Medienangebote möchte die AG in Form einer Stichprobenziehung erheben. Dazu wird ein qualitativer Stichprobenplan erstellt. Der Stichprobenplan dient dazu eine heterogene Stichprobe zu ziehen. Dabei wird nach folgenden fünf Schritten vorgegangen:

1. Geltungsbereich der Untersuchung festlegen
2. Relevante Merkmale im Gegenstandsbereich identifizieren
3. Festlegung der Merkmalskombinationen / „Zellen“ des Plans
4. Bestimmung der Anzahl Fälle pro Merkmalskombination
5. Fallauswahl

(Naderer & Balzer, 2011, S. 249-251)

Der Geltungsbereich der Untersuchung wurde bereits mit lokalem Online-Journalismus eingegrenzt. Die relevanten Merkmale leitet die Gruppe anhand des Auftrags ab. Da lokaler Journalismus in den unterschiedlichsten Gemeinden untersucht werden sollen, lautet das erste relevante Merkmal "Gemeinde". Anhand der Einteilung der Auftraggeber in drei Typen von Anbietern von lokalem Online-Journalismus, ist das zweite Relevante Merkmal "Typen von Anbietern von lokalem Online-Journalismus". Als Ausprägung der Gemeinden wird die Populationsgrösse für klein (< 1500), mittel (1500 - 10'000) und gross (> 10'000) verwendet.

Damit sind kleine Gemeinden, grössere Gemeinden sowie Städte abgedeckt. Bei den Typen von Anbietern wird in "Legacy Media", "neue nationale Internet-Unternehmen" und "Social Media" eingeteilt. Jede Zelle soll mit jeweils fünf Fällen besetzt werden (ebd.). Wir werden aber pro Zelle nur zwei Anbieter auswählen, um dem Rahmen des Projektes gerecht zu werden.

	klein < 1500	mittel > 1500 & < 10'000	gross > 10'000
Legacy Media			
neue nationale Internet-Unternehmen			
Social Media			

### Codierung der Webseiten

Wir gedenken, die Codierungsvorgaben von der AG 4 zu übernehmen. Wir müssen wissen, in welchem Programm und in welcher Form die Codierungen abgespeichert werden.

Im Folgenden wird ein erster Entwurf für eine mögliche Codierung der Webseiten vorgestellt. Auf eine Zuweisung von numerischen Codes für die einzelnen Kategorien wird zunächst verzichtet, da dies erst nach Absprache mit der AG 4 möglich ist.

Formale Kategorien, angelehnt an Brosius et al. (2016, S. 155-156):

Kategorie	Merkmalsausprägungen	Bemerkungen
Art des Mediums	<ul style="list-style-type: none"> <li>Legacy Media</li> <li>neue Internet-Unternehmen</li> <li>Social Media</li> </ul>	
URL der Webseite		
Externe Links zu anderen Plattformen	<ul style="list-style-type: none"> <li>vorhanden</li> <li>nicht vorhanden</li> </ul>	wenn vorhanden, Name und Link der weiterführenden Plattform angeben
Funktionalitäten Produzenten	<ul style="list-style-type: none"> <li>Verwaltung der Inhalte und Teilnehmer</li> <li>...</li> </ul>	
Funktionalitäten Rezipienten	<ul style="list-style-type: none"> <li>kommentieren</li> <li>teilen</li> <li>"liken"</li> <li>Beiträge posten möglich</li> <li>Personalisierung der Webseite möglich</li> </ul>	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Benutzerkonto vorhanden / nicht vorhanden</li> <li>• ...</li> </ul>	
Ressorts	<ul style="list-style-type: none"> <li>• vorhanden</li> <li>• nicht vorhanden</li> </ul>	<i>evtl. noch weitere Unterkategorie für die vorhandenen Ressorts erstellen; daraus könnte man z.B. den Umfang oder die Tiefe der Webseite ableiten</i>
Aktivität	<ul style="list-style-type: none"> <li>• hoch (durchschnittlich mehr als 10 Posts täglich)</li> <li>• mittel (tägliche Posts, aber weniger als 10)</li> <li>• tief (&lt; 10 Posts / Woche)</li> <li>• sehr tief (&lt; 10 Posts / Monat)</li> </ul>	Anzahl Posts / Tag könnte auch separat aufgenommen werden, bei Webseiten, die jedoch nicht viel Aktivität aufweisen, kann das aber zu Problemen führen. Deshalb evtl. als Zusatzkategorie für aktive Seiten hinzufügen

(Brosius, H., Haas, A. & Koschel, F., 2016)

### Auswahl der Artikel

Sobald die zu untersuchenden Regionen festgelegt wurden, und die dort verwendeten Plattformen für lokalem Online-Journalismus genau bestimmt werden können, kann man für die Selektion der darin vorkommenden Artikel eine *systematische Zufallsauswahl* vornehmen, um zu gewährleisten, dass jedes untersuchte Element einmal untersucht wird.

Von der Vorgehensweise der *einfachen Zufallsauswahl* sollte eher abgeraten werden, weil Online-Inhalte die Tendenz haben können, geändert oder gelöscht zu werden und weitere neue Artikel fortlaufend erscheinen, was die zu ermittelnde Grundgesamtheit erschwert, weil sie nicht endlich ist (siehe Rössler, 2017, S. 68). Auch besteht die Gefahr, dass es erhebliche Lücken in den Zeiträumen gibt, wenn eine tatsächliche, rein per Losverfahren ermittelte Auswahl stattfindet (siehe Emmer & Strippel, 2015).

Auch besteht die Möglichkeit, dass die ausgesuchten Plattformen hinsichtlich Anzahl von Artikeln je nach Gemeinde sich gross unterscheiden könnten aufgrund der verschieden ausgeprägten Online-Aktivitäten der Nutzer\*innen.

Eine Eingrenzung der Artikel nach Zeitraum erscheint in erster Hinsicht plausibel, müsste aber noch überprüft werden, ob denn in den jeweiligen Wochen auf den entsprechend angebotenen Plattformen auch genügend Beiträge erstellt wurden von den Gemeinde-Ansässigen.

Falls dies aber möglich ist, könnte man damit dann auch die Methode der *künstlichen Woche* (siehe Abb. 4.2 Rössler, 2017, S. 60) anwenden, um die Beiträge zufallsmässig zu ermitteln und auszuwerten. Mehrere Artikel an jenen Tagen müssten dementsprechend nochmals markiert (z.B. mit einer Ziffer am Schluss) und in einem Raster zusammengefasst werden, damit sie nochmals an die Kursteilnehmer\*innen feinverteilt werden können.

## Beispiel Künstliche Woche für Kalenderjahr 2020

Kalenderwo che	Monta g	Diensta g	Mittwoc h	Donnersta g	Freita g	Samsta g	Sonnta g
1			1.1	2.1	3.1	4.1	5.1
2	6.1	7.1	8.1	9.1	10.1	11.1	12.1
3	13.1	14.1	15.1	16.1	17.1	18.1	19.1
4	20.1	21.1	22.1	23.1	24.1	25.1	26.1
5	27.1	28.1	29.1	30.1	31.1	1.2	2.2
6	3.2	4.2	5.2	6.2	7.2	8.2	9.2
7	10.2	11.2	12.2	13.2	14.2	15.2	16.2

(angelehnt an Abb. 4.2 Rössler, 2017, S. 60)

Eine erste Person würde also in der oben dargestellten Grafik jeweils einen Artikel an den Tagen, die den blau markierten Feldern entsprechen, zugeteilt werden, eine weitere Person einen Artikel von den jeweils gelb markierten Tag-Feldern usw.

Das Anfangsdatum muss nicht zwangsläufig der 1. Januar 2020 sein, sondern könnte noch ein bisschen weiter nach hinten versetzt werden. Eine Auswahl der Artikel bis ins Jahre 2019 scheint angebracht, um allen Kursteilnehmer\*innen die notwendige Anzahl von 20 Artikeln zu gewährleisten.

Momentan ist uns noch nicht klar, ob wir ebenfalls 20 Artikel codieren werden. Falls ja, wird dies im Anschluss der Artikelauswahl gemacht.

## Stand der Forschung

### Medienqualitätsrating

Seit 2015 wird in der Schweiz ein Medienqualitätsrating (MQR) erstellt. Die Berichterstattungsqualität wird anhand einer Inhaltsanalyse von 49 ausgewählten Medientiteln gemessen. Jeder Beitrag wird von geschulten Codiererinnen und Codierern nach wissenschaftlichen Konventionen codiert.

Aufgeteilt wird in **Berichterstattungsqualität** (objektiv) und **Qualitätswahrnehmung** (subjektiv), beide werden in einem Score von 0 bis 100 gemessen. Zum Schluss wird der Mittelwert der jeweiligen Resultate ausgerechnet.

Die Qualitätswahrnehmung wird anhand von Onlinebefragungen gemessen. Für die Evaluierung der Berichterstattungsqualität werden vier Qualitätsdimensionen mit verschiedenen Codes operationalisiert:

<b>Relevanz</b> (gesellschaftlich bedeutende Themen)	<b>Einordnungsleistung</b> (Ereignisse werden in grössere Zusammenhänge eingeordnet)	<b>Professionalität</b> (klare Trennung von Nachrichten und Meinungen)	<b>Vielfalt</b>
Beitragsrelevanz	Themenorientierung	Sachlichkeit	inhaltlich
Akteursrelevanz	Interpretationsleistung	Quellentransparenz	geografisch
		Eigenleistung	

### Messgrössen nach Imhof

Eine erste systematische empirische Qualitätsforschung im deutschsprachigen Raum leistete der Mediensoziologe Kurt Imhof mit seinem seit 2010 erscheinenden Jahrbuch Qualität der Medien Schweiz. Laut ihm solle der "öffentliche Diskurs in einer funktionierenden demokratischen Gesellschaft [...] universal, ausgewogen, relevant und möglichst objektiv geführt werden." Diese Ansprüche ließen sich durch bestimmte Qualitätsnormen einlösen und in die vier Messgrößen Relevanz, Aktualität, Vielfalt (von Themen, Angeboten und Meinungen) sowie die Professionalität kategorisieren. Diese Messgrößen sind fast deckungsgleich mit denen des MQR. Einzig die Einordnungsleistung wird durch die Aktualität ersetzt.

(Heesen, J., 2016, S. 110)

### Qualität nach Prinzing

Qualitätskriterien unter handwerklichen Aspekten werden meist in folgende sechs Kernfelder sortiert: Verständlichkeit (Anschaulichkeit, klare Sprache, Vermeidung kognitiver Dissonanz, Komplexitätsreduktion), Objektivität, Originalität, Aktualität/Relevanz, Interaktivität, Transparenz/Reflexivität (Bezüge herstellen/Herunterbrechen von Internationalem und Nationalem auf Lokales). Diese Qualitätskriterien konkurrieren, ergänzen und überlappen sich aber.

Qualität wird hauptsächlich aus vier Blickwinkeln heraus gemessen:

- Markterfolg des Medienprodukts
- direkt am Medienprodukt
- indirekt am Produktionsumfeld
- Dritt-Reaktionen

(Heesen, J., 2016, S. 109)

## Provisorischer Zeitplan

Wann?	Was?	Betroffene AGs
bis 21.09.2020	Erarbeitung und Abgabe Konzept (V1)	AG2
bis 12.10.2020	Überarbeitung, Finalisierung und Abgabe Konzept (V2)	AG2
<i>bis 12.10.2020 (?)</i>	<i>definitive Auswahl der Webseiten</i>	<i>alle</i>
<i>bis Ende Oktober (?)</i>	<i>Auswahl (Zufallsstichprobe) und Ablage der Artikel</i>	<i>alle</i>
<i>bis Mitte November (?)</i>	<i>Erstellung Codebuch (Strukturdaten der Webseiten)</i>	<i>abhängig von AG4</i>
<i>bis Ende November (?)</i>	<i>Codebuch ggf. überarbeiten und finalisieren</i>	<i>AG2, AG4</i>
<i>bis Mitte Dezember (?)</i>	<i>Codierung der Webseiten nach dem Codebuch</i>	<i>AG2, AG4</i>
15.01.2021	Präsentation der Resultate	alle
bis 18.01.2021	Abgabe schriftliche Arbeit	AG2

Dieser Zeitplan ist provisorisch und muss noch mit den anderen AGs abgeglichen werden.

## Quellen

Emmer, M., & Strippel, C. (2015). Stichprobenziehung für Online-Inhaltsanalysen: Suchmaschinen und Filter Bubbles. In A. Maireder, J. Ausserhofer, C. Schumann, & M. Taddicken (Hrsg.), Digitale Methoden in der Kommunikationswissenschaft (S. 275-300). Berlin.

Heesen, J. (2016). Handbuch Medien- und Informationsethik. Springer-Verlag Berlin Heidelberg.

Quelle: Brosius, H., Haas, A. & Koschel, F. (Hrsg.) (2016). Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Eine Einführung (7. Auflage). Springer Wiesbaden.

<https://www.mqr-schweiz.ch/de/methodisches-vorgehen.html> (aufgerufen am 19.9.20)

[https://www.mqr-schweiz.ch/files/mqr/pdf/MQR-20\\_Anhang.pdf](https://www.mqr-schweiz.ch/files/mqr/pdf/MQR-20_Anhang.pdf) (aufgerufen am 19.9.20)