

DFG-Forschungsprojekt

„Die (Wieder-)Entdeckung des Publikums. Journalismus unter den Bedingungen von Web 2.0“¹

Online-Fragebogen für das Publikum

Der Fragebogen richtete sich an die Nutzer der Webseiten

1. der täglich ausgestrahlten Nachrichtensendung *Tagesschau* (*tagesschau.de*),
2. eines wöchentlich in der ARD ausgestrahlten Polittalk (*anonym*),
3. einer überregionalen Tageszeitung (*anonym*) sowie
4. der Wochenzeitung *Der Freitag* (*freitag.de*).

Markierungen:

Fallstudien-spezifischen Formulierungen, Fragen und Antwortmöglichkeiten sind folgende Abkürzungen vorangestellt: [TS] = *Tagesschau*; [PT] = ARD-Polittalk; [TZ] = überregionale Tageszeitung; [DF] = *Der Freitag*

Anonymisierte Formulierungen stehen [in eckigen Klammern].

Startseite

Wir freuen uns über Ihr Interesse und die Bereitschaft, unser Forschungsprojekt durch die Teilnahme an dieser kurzen Befragung zu unterstützen.

Ihre Erfahrungen und Ihr Wissen sind eine wichtige Grundlage für unsere Studie, die das [Hans-Bredow-Institut für Medienforschung](#) in Kooperation mit

[TS] der Tagesschau,

[PT] der Redaktion [des PT],

[TZ] der Redaktion [der TZ],

[DF] der Redaktion des Freitag,

aber wissenschaftlich unabhängig durchführt. Der Fragebogen enthält Fragen zu Ihrer Nutzung

[TS] der Tagesschau

[PT] der Sendung [Titel des PT]

¹ Das Projekt wird für 2,5 Jahre (2011–2014) von der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) gefördert (LO 853/4-1).

[TZ] [der TZ]
 [DF] des Freitag
 und ihrer/seiner Online-Angebote. Zudem werden wir Sie um Ihre Einschätzungen von Möglichkeiten bitten, sich aktiv
 [TZ] an der Tagesschau
 [PZ] bei [Titel des PT]
 [TZ] bei [der TZ]
 [DF] beim Freitag
 zu beteiligen.
 Die Bearbeitung wird etwa 15 bis 20 Minuten dauern. Ihre Angaben werden anonym erfasst und es wird sichergestellt, dass bei der Auswertung und Veröffentlichung der Ergebnisse keine einzelnen Personen direkt identifizierbar sind. Weitere [Hinweise zur Datenspeicherung](#) finden Sie auf unserem [Projektblog](#), wo Sie sich zudem näher über das Forschungsprojekt informieren können, das neben dieser noch weitere Untersuchungen umfasst. Im Blog werden wir nach Abschluss der Auswertung auch eine Zusammenfassung der Ergebnisse veröffentlichen.
 Herzlichen Dank,
 Ihr Projektteam
 Wiebke Loosen, Jan-Hinrik Schmidt, Nele Heise, Julius Reimer
 Twitter: [@ipub20team](#)

Frage und • Antwortmöglichkeiten				Quellen und Anmerkungen
1. Häufigkeit & Breite der Angebotsnutzung				
Frage: [TS] Die Tagesschau bietet eine Reihe von Formaten in unterschiedlichen Medien an. Zunächst interessiert uns, wie häufig Sie diese nutzen. [PT/TZ/DF] Die Inhalte [PT] der Sendung [Titel des PT] [TZ] [der TZ] [DF] des Freitag können mittlerweile über unterschiedliche Medien abgerufen werden. Zunächst interessiert uns, ob und wie häufig Sie die folgenden Angebote nutzen/lesen. [TS, TZ, DF] [fünfstufige Likert-Skala von 1=„Täglich“ über 2=„Mehrals pro Woche“, 3=„Mehrals pro Monat“ und 4=„Seltener“ bis 5=„Gar nicht“ + „Dieses Angebot ist mir unbekannt“] [PT] [4er-Likert-Skala von 1=„Wöchentlich“ über 2=„Mehrals pro Monat“ und 3=„Seltener“ bis 4=„Gar nicht“ + 6=„dieses Angebot ist mir unbekannt“]				Frage und Items angelehnt an Orians (1991: 117-119) bzw. nach Recherche zu und Feature-Analyse bei jeweiliger Fallstudie Anm.: Da der PT weder im TV noch auf seinem Online-Angebot täglich wechselnde Informationen anbietet, wurde die Skala für diese Fallstudie angepasst.
TS	PT	TZ	DF	
<ul style="list-style-type: none"> • 20 Uhr-Tagesschau • Tagesthemen • Tagesschau-Sendung im Morgenprogramm (bis 9 Uhr) • Tagesschau-Sendung im 	<ul style="list-style-type: none"> • Wöchentliche Live-Sendung in der ARD • Eine Wiederholung der wöchentlichen Sendung im Fernsehen 	<ul style="list-style-type: none"> • Print-Ausgabe [der TZ] 	<ul style="list-style-type: none"> • Print-Ausgabe des Freitag 	

<ul style="list-style-type: none"> Tagesprogramm der ARD Nachtmagazin 	<ul style="list-style-type: none"> Livestream der Sendung im Internet 			
<ul style="list-style-type: none"> Die Webseite tagesschau.de 	<ul style="list-style-type: none"> Beiträge zur aktuellen Sendung auf der Webseite ([URL der PT-Website]) 	<ul style="list-style-type: none"> Artikel auf [TZ-Website] 	<ul style="list-style-type: none"> Artikel auf freitag.de von Mitgliedern der Freitag-Redaktion 	
<ul style="list-style-type: none"> Sendungen der Tagesschau in der Online-Mediathek Tagesschau in 100 Sekunden 	<ul style="list-style-type: none"> Aktuelle Ausgabe der Sendung in der ARD-Online-Mediathek 			
<ul style="list-style-type: none"> Tagesschau-Blog 		<ul style="list-style-type: none"> Artikel im [Blog auf der TZ-Website] 	<ul style="list-style-type: none"> Artikel auf freitag.de von Mitgliedern der Nutzer-Community 	
<ul style="list-style-type: none"> meta.tagesschau.de 	<ul style="list-style-type: none"> Online-Forum auf der Website der Sendung ([URL der PT-Website]) 	<ul style="list-style-type: none"> Beiträge auf [spezieller User-Kommentar-Seite] Online-Forum [Titel des Forums] 	<ul style="list-style-type: none"> Nutzer-Community auf freitag.de 	
<ul style="list-style-type: none"> Facebook-Seite der Tagesschau 	<ul style="list-style-type: none"> Beiträge zur Sendung auf Facebook 	<ul style="list-style-type: none"> Artikel auf der Facebook-Seite [der TZ] 	<ul style="list-style-type: none"> Artikel auf der Facebook-Seite des Freitag 	
<ul style="list-style-type: none"> Twitter-Account der Tagesschau 	<ul style="list-style-type: none"> Tweets zur Sendung, z.B. mit dem Twitter-Hashtag #[Titel des PT] 	<ul style="list-style-type: none"> Tweets [der TZ] [Twitter-Handle der TZ] auf Twitter 	<ul style="list-style-type: none"> Tweets des Freitag (@derfreitag) auf Twitter 	
<ul style="list-style-type: none"> Seite der Tagesschau auf Google+ 		<ul style="list-style-type: none"> Artikel auf dem Google+ -Profil [der TZ] 	<ul style="list-style-type: none"> Artikel auf dem Google+ -Profil des Freitag 	
<ul style="list-style-type: none"> YouTube-Kanal der Tagesschau 	<ul style="list-style-type: none"> Videos der Sendung auf YouTube 	<ul style="list-style-type: none"> Videos im YouTube-Kanal [der TZ] 	<ul style="list-style-type: none"> Videos im YouTube-Kanal des Freitag 	
<ul style="list-style-type: none"> Tagesschau-App auf mobilen Geräten Tagesschau-App für SmartTV 		<ul style="list-style-type: none"> [Titel Digital-Angebot der TZ] (Online-Ausgabe der Tageszeitung) für den Computer oder mobile Geräte 		
2. Erwartungen in Bezug auf Beteiligungsmöglichkeiten				<u>Anm.:</u> Diese Frage war „gespiegelt“ auch im Journalisten-

	Fragebogen enthalten.
<p><u>Frage:</u> [TS] Zunächst einmal ganz unabhängig von Ihrer eigenen Nutzung: Wie wichtig ist es Ihnen generell, dass es bei der Tagesschau bestimmte Formen von Mitsprache oder Beteiligung gibt? [PT] Unabhängig von Ihrer eigenen Nutzung: Wie wichtig ist es Ihnen, dass Sie sich bei der Sendung [PT-Titel] auf eine der folgenden Weisen beteiligen können? [TZ] Unabhängig von Ihrer eigenen Nutzung: Wie wichtig ist es Ihnen, dass Sie sich bei [der TZ] auf eine der folgenden Weisen beteiligen können? [DF] Unabhängig von Ihrer eigenen Nutzung: Wie wichtig ist es Ihnen, dass Sie sich beim Freitag auf eine der folgenden Weisen beteiligen können?</p> <p>Sie können bei jeder Antwort angeben, ob Ihnen diese Form der Beteiligung völlig unwichtig, weniger, teils/teils, eher oder sehr wichtig ist. Ich finde, ... [sehr wichtig / ... / völlig unwichtig]. <i>[fünfstufige Likert-Skala von 1=„Sehr wichtig“ über 2=„Eher wichtig“, 3=„Teils/teils“ und 4=„Eher unwichtig“ bis 5=„Völlig unwichtig“ + „Weiß ich nicht / Kann ich nicht sagen“]</i></p>	Eigene Frage
<ul style="list-style-type: none"> • [TS] dass man sehen kann, welche Inhalte von vielen anderen Zuschauern/Nutzern gesehen, kommentiert oder geteilt wurden [PT] dass ich sehen kann, welche Inhalte von vielen anderen Zuschauern/Nutzern gesehen, kommentiert oder geteilt wurden [TZ/DF] dass ich sehen kann, welche Inhalte von vielen anderen Lesern/Nutzern gesehen, kommentiert oder geteilt wurden 	Eigenes Item nach theoretischen Überlegungen von Neuberger (2009: 82, Abb.8), Neuberger/Wendelin (2012) sowie Wehner (2010)
<ul style="list-style-type: none"> • [TS] dass man inhaltlich über die Themen der Berichterstattung diskutieren kann [PT] dass ich mit anderen Zuschauern/Nutzern inhaltlich über die Themen der Sendung diskutieren kann [TZ] dass ich mit anderen Lesern/Nutzern inhaltlich über die Themen [der TZ] diskutieren kann [DF] dass ich mit anderen Lesern/Nutzern inhaltlich über die Themen des Freitag diskutieren kann 	Eigenes Item nach theoretischen Überlegungen von Braun/Gillespie (2011), Neuberger (2009: 82, Abb.8) sowie Singer et al. (2011)
<ul style="list-style-type: none"> • [TS] dass man seine Verbundenheit mit der Tagesschau für andere sichtbar zeigen kann [PT] dass ich meine Verbundenheit mit der Sendung für andere sichtbar zeigen kann [TZ/DF] dass ich meine Verbundenheit mit der Zeitung für andere sichtbar zeigen kann 	Eigenes Item nach theoretischen Überlegungen von Orians (1991)
<ul style="list-style-type: none"> • [TS] dass man mit anderen Zuschauern der Tagesschau bzw. Nutzern von tagesschau.de in Kontakt treten und sich austauschen kann [PT] dass ich mit anderen Zuschauern/Nutzern der Sendung in Kontakt treten und mich austauschen kann [TZ] dass ich mit anderen Lesern/Nutzern [der TZ] in Kontakt treten und mich austauschen kann [DF] dass ich mit anderen Lesern/Nutzern des Freitag in Kontakt treten und mich austauschen kann 	Eigene Items
<ul style="list-style-type: none"> • [TS] dass man von den Journalisten ernstgenommen wird [PT, TZ, DF] dass ich von den Journalisten ernstgenommen werde 	
<ul style="list-style-type: none"> • [TS] dass man selbst Material (Fotos, Videos, Interviewfragen etc.) für die Berichterstattung beisteuern kann [PT, TZ] dass ich selbst Material (Fotos, Videos, Interviewfragen etc.) für die Berichterstattung beisteuern kann [DF] dass ich selbst Material (Blog-Beiträge oder andere Texte, Fotos, Videos etc.) für die Berichterstattung beisteuern kann 	Eigene Items nach theoretischen Überlegungen von Neuberger (2009: 82, Abb.8) sowie Singer et al. (2011)

<ul style="list-style-type: none"> • [TS] dass die Redaktion es ermöglicht, über Art und Qualität der Berichterstattung zu diskutieren [PT/TZ/DF] dass die Redaktion eine Plattform für die öffentliche Diskussion über die Art und Qualität der journalistischen Arbeit bereitstellt 	
<ul style="list-style-type: none"> • [TS] dass man mit der Redaktion bzw. einzelnen Journalisten in direkten Kontakt und Dialog treten kann [PT/TZ/DF] dass ich mit der Redaktion bzw. einzelnen Journalisten in direkten Kontakt und Dialog treten kann 	
<ul style="list-style-type: none"> • [TS] dass man der Redaktion Themenideen zukommen lassen kann [PT] dass ich der Redaktion Ideen und Vorschläge (z.B. für Themen oder Talkgäste) zukommen lassen kann [TZ/DF] dass ich der Redaktion Ideen und Vorschläge (z.B. für Themen oder Interviewpartner) zukommen lassen kann 	
<ul style="list-style-type: none"> • [TS] dass man journalistische Inhalte einfach und schnell an Freunde oder Familie weiterleiten oder empfehlen kann [PT/TZ/DF] dass ich journalistische Inhalte einfach und schnell an Freunde oder Familie weiterleiten oder empfehlen kann 	
<ul style="list-style-type: none"> • [TS] dass man journalistische Beiträge kommentieren und bewerten kann [PT/TZ/DF] dass ich journalistische Beiträge kommentieren und bewerten kann 	
<ul style="list-style-type: none"> • [TS] dass man zusätzliche Links auf die Quellen eines journalistischen Beitrags erhält [PT] dass ich zusätzliche Informationen und Verweise zu den Quellen erhalte, die der Sendung zu Grunde liegen [TZ/DF] dass ich zusätzliche Informationen und Verweise zu den Quellen erhalte, die der Zeitung zu Grunde liegen 	Eigene Items nach theoretischen Überlegungen von Meier/Reimer (2011)
<ul style="list-style-type: none"> • [TS] dass man Informationen über die (Entscheidungs-)Prozesse in der Redaktion erhalten kann [PT/TZ/DF] dass ich Informationen über die (Entscheidungs-)Prozesse in der Redaktion erhalten kann 	
<ul style="list-style-type: none"> • [TS] dass man die Redaktion oder einzelne Redaktionsmitglieder vorgestellt bekommt [PT/TZ/DF] dass ich die Redaktion oder einzelne Redaktionsmitglieder vorgestellt bekomme 	Eigenes Item nach theoretischen Überlegungen von Evers/Eberwein (2011) sowie Meier/Reimer (2011)
<ul style="list-style-type: none"> • [TS] dass die Redaktion vertreten und ansprechbar ist [PT/TZ/DF] dass die Redaktion auf sozialen Netzwerken vertreten und ansprechbar ist 	Item leicht umformuliert übernommen von Neuberger/vom Hofe/Nuernbergk (2010: 108)
<p>3. a) Inklusionsleistungen I Nutzung von Formen der Publikumsbeteiligung [Beteiligungsmöglichkeiten auf der Website sowie den Facebook-, Google+, Twitter- und YouTube-Profilen des jeweiligen Angebots wurden nur angezeigt, wenn der Befragte unter 1. angegeben hatte, die entsprechende Plattform zumindest „mehrmals im Monat“ (beim PT: zumindest „seltener“) zu nutzen.</p>	
<p><u>Frage:</u> [TS] Es gibt verschiedene Möglichkeiten, sich aktiv am Angebot der Tagesschau zu beteiligen oder der Redaktion Rückmeldungen zukommen zu lassen. Welche der folgenden Möglichkeiten haben Sie selbst schon einmal genutzt? [PT] Es gibt verschiedene Möglichkeiten, sich aktiv am Angebot der Sendung [PT-Titel] zu beteiligen oder der Redaktion Rückmeldungen zukommen zu lassen. Welche der folgenden Möglichkeiten haben Sie selbst schon einmal genutzt? [TZ] Es gibt verschiedene Möglichkeiten, sich aktiv am Angebot [der TZ] zu beteiligen oder der Redaktion Rückmeldungen zukommen zu</p>	Eigene Frage und Items nach Recherche zu und Feature-Analyse bei jeweiliger Fallstudie

lassen. Welche der folgenden Möglichkeiten haben Sie selbst schon einmal genutzt?
[DF] Es gibt verschiedene Möglichkeiten, sich aktiv am Angebot des Freitag zu beteiligen oder der Redaktion Rückmeldungen zukommen zu lassen. Welche der folgenden Möglichkeiten haben Sie selbst schon einmal genutzt?

Bitte kreuzen Sie alle Antworten an, die auf Sie zutreffen.

[Mehrfachauswahl; bei Auswahl von „Keine dieser Möglichkeiten“ war keine weitere Auswahl möglich]

- [TS] Anrufe in der (Zuschauer-)Redaktion der Tagesschau (*)
[PT] Anrufe in der Redaktion von [PT-Titel] (*)
[TZ] Anrufen in der Redaktion [der TZ]
[DF] Anrufen in der Redaktion des Freitag

- [TS] Senden von Briefen, E-Mails und/oder Faxen, allgemein Zuschauerpost, an die Tagesschau-Redaktion (*)
[PT] Senden von Briefen, E-Mails, Faxen bzw. von Kommentaren über das Kontaktformular der Webseite an die Redaktion von [PT-Titel] (*)
[TZ] Senden von Briefen, E-Mails, Faxen bzw. von Nachrichten über das Kontaktformular an die Redaktion [der TZ] (*)
[DF] Briefe, E-Mails, Faxe bzw. Nachrichten über das Kontaktformular an die Redaktion des Freitag senden (*)

- [TS] Persönliche Begegnungen mit Journalist/-innen der Tagesschau
[PT] Persönliche Begegnungen mit Journalist/-innen der Sendung [PT-Titel]
[TZ] Persönliche Begegnungen mit Journalist/-innen [der TZ]
[DF] Persönliche Begegnungen mit Journalist/-innen des Freitag

- [PT] Teilnahme als Zuschauer im Studiopublikum der Live-Sendung [PT-Titel] in [PT-Aufnahmeort]
[TZ] Teilnahme an Veranstaltungen (z.B. Podiumsdiskussionen) [der TZ]
[DF] Teilnahme an Veranstaltungen des Freitag (z.B. Freitag-Salon)

- [TS] Kommentieren von Beiträgen auf der tagesschau-Facebookseite (*)
[PT] Kommentieren von Beiträgen auf einer Facebook-Seite zu [PT-Titel] (*)
[TZ] Beiträge auf der Facebook-Seite [der TZ] kommentieren (*)
[DF] Beiträge auf der Facebook-Seite des Freitag kommentieren (*)

- [TS] Teilen/Empfehlen von Beiträgen auf der tagesschau-Facebookseite
[PT] Teilen/Empfehlen von Beiträgen auf einer Facebook-Seite zu [PT-Titel]
[TZ] Beiträge auf der Facebook-Seite [der TZ] teilen/empfehlen
[DF] Beiträge auf der Facebook-Seite des Freitag teilen/empfehlen

- [TS] Bewerten („Liken“) von Beiträgen auf der tagesschau-Facebookseite
[PT] Bewerten („Liken“) von Beiträgen auf einer Facebook-Seite zu [PT-Titel]
[TZ] Beiträge auf der Facebook-Seite [der TZ] bewerten („Liken“)
[DF] Beiträge auf der Facebook-Seite des Freitag bewerten („Liken“)

<ul style="list-style-type: none"> • [TS] Kommentieren von Videos im YouTube-Kanal der Tagesschau (*) [PT] Kommentieren von Videos der Sendung [PT-Titel] auf YouTube (*) [TZ] Videos im YouTube-Kanal [der TZ] kommentieren (*) [DF] Videos im YouTube-Kanal des Freitag kommentieren
<ul style="list-style-type: none"> • [TS] Weiterleiten von Videos im YouTube-Kanal der Tagesschau [PT] Teilen/Empfehlen von YouTube-Videos zur Sendung [PT-Titel] [TZ] Videos im YouTube-Kanal [der TZ] teilen/empfehlen [DF] Videos im YouTube-Kanal des Freitag teilen/empfehlen
<ul style="list-style-type: none"> • [TS] Bewerten („Daumen hoch/runter“) von Videos im YouTube-Kanal der Tagesschau [PT] Bewerten von Videos der Sendung [PT-Titel] auf YouTube [TZ] Videos im YouTube-Kanal [der TZ] bewerten [DF] Videos im YouTube-Kanal des Freitag bewerten
<ul style="list-style-type: none"> • [PT] Kommentieren der Sendung [PT-Titel] auf Twitter (*) [TZ] Auf Tweets [der TZ] reagieren (z.B. durch einen Kommentar via @-reply) (*) [DF] Auf Tweets des Freitag reagieren (z.B. durch einen Kommentar via @-reply) (*)
<ul style="list-style-type: none"> • [TS] Retweeten von Tweets von @tagesschau [PT] Retweeten von Tweets zur Sendung [PT-Titel] [TZ] Tweets [der TZ] retweeten [DF] Tweets des Freitag retweeten
<ul style="list-style-type: none"> • [PT] Favorisieren von Tweets zur Sendung [PT-Titel] [TZ] Tweets [der TZ] favorisieren [DF] Tweets des Freitag favorisieren
<ul style="list-style-type: none"> • [TS] Kommentieren von Beiträgen auf der Tageschau-Seite auf Google+ (*) [TZ] Beiträge auf der Google+ - Seite [der TZ] kommentieren (*) [DF] Beiträge auf der Google+ - Seite des Freitag kommentieren (*)
<ul style="list-style-type: none"> • [TS] Weiterleiten von Beiträgen ("share") auf der Tageschau-Seite auf Google+ [TZ] Beiträge auf der Google+ - Seite [der TZ] teilen/empfehlen [DF] Beiträge auf der Google+ - Seite des Freitag teilen/empfehlen
<ul style="list-style-type: none"> • [TS] Bewerten von Beiträgen („+1“) auf der Tageschau-Seite auf Google+ [TZ] Beiträge auf der Google+ - Seite [der TZ] bewerten („+1“) [DF] Beiträge auf der Google+ - Seite des Freitag bewerten („+1“)
<ul style="list-style-type: none"> • [TS] Kommentieren von Nachrichten auf tagesschau.de bzw. meta.tagesschau.de (*) [PT] Kommentieren im Forum der Website von [PT-Titel] (*)

	<p>[TZ] Auf [TZ-Website] Artikel kommentieren (*) [DF] Auf freitag.de Artikel kommentieren (*)</p>	
	<ul style="list-style-type: none"> • [TS] Empfehlen bzw. Bookmarks von Nachrichten auf tagesschau.de bzw. meta.tagesschau.de [PT] Empfehlen von Beiträgen auf der Website von [PT-Titel] (z.B. per Mail, Delicious usw.) [TZ] Artikel auf [TZ-Website] empfehlen (z.B. per Mail, Delicious usw.) 	
	<ul style="list-style-type: none"> • [TS] Bewerten von Nachrichten auf tagesschau.de bzw. meta.tagesschau.de 	
	<ul style="list-style-type: none"> • [TS] Kommentieren von Einträgen im Tagesschau-Blog (*) [TZ] Beiträge im [TZ-Blog], dem Redaktionsblog von [TZ-Website], kommentieren (*) 	
	<ul style="list-style-type: none"> • [PT] Teilnehmen an Umfragen/Abstimmungen auf der Website der Sendung [PT-Titel] [TZ] An Umfragen/Abstimmungen auf [TZ-Website] teilnehmen [DF] An Umfragen/Abstimmungen auf freitag.de teilnehmen 	
	<ul style="list-style-type: none"> • [DF] Auf freitag.de (in der Community) eigene Artikel schreiben (*) 	
	<ul style="list-style-type: none"> • [DF] Auf freitag.de über Flattr ein „Trinkgeld“ für Artikel geben 	
	<ul style="list-style-type: none"> • Keine dieser Möglichkeiten 	
<p>LOOP: Alle unter 3. a) ausgewählten Formen der Publikumsbeteiligung wurden als Items in folgende Frage eingespeist:</p>		
LOOP	<p>3. b) Inklusionsleistungen II Häufigkeit der Nutzung von Beteiligungsformen</p>	
	<p><u>Frage:</u> Und wie häufig nutzen Sie diese Möglichkeit(en) der Beteiligung bzw. Rückmeldung? [TZ/TZ] [Skala von 1=„Täglich“ über 2=„Mehrmals in der Woche“, 3=„Mehrmals im Monat“ und 4=„Seltener“ bis 5=„Nie“] [PT] [Skala von 1=„jede Woche“ über 2=„mehrmals im Monat“ und 3=„seltener“ bis 4=„nicht mehr“]</p>	
<p>FILTER: Wer unter 3. a) „Keine dieser Möglichkeiten“ oder nichts auswählte oder unter 3. b) angab, keine der Formen der Publikumsbeteiligung <i>mindestens</i> [TS] 4=„Seltener“ [PT] 3=„seltener“ [TZ] 3=„Mehrmals im Monat“</p>		

<p>[DF] 4=„seltener“ zu nutzen, bekam die folgende Frage 4. („Gründe für Nicht-Beteiligung“) gestellt (nicht aber die Fragen 5. („Anonymität“), 6. („Adressierung“), 7. („Fürsprache“), 8. („Beteiligungsmotive“), 9. („Involvement von Journalisten“) und 10. („Bewertung der Beiträge & Aktivitäten anderer Nutzer“)).</p>	
<p>4. Gründe für Nicht-Beteiligung</p>	
<p>Frage: [TS] Sie haben auf der vorherigen Seite angegeben, dass Sie sich nicht oder nur sehr selten aktiv an den (Online-)Angeboten der Tagesschau beteiligen. Wir möchten nun gerne von Ihnen wissen, warum dies der Fall ist. Ich beteilige mich nicht aktiv an den Tagesschau-Angeboten, ... [PT] Sie haben auf der vorherigen Seite angegeben, dass Sie sich nicht oder nur sehr selten aktiv an den (Online-)Angeboten zur Sendung [PT-Titel] beteiligen. Dafür kann es ja eine Reihe von Gründen geben: Wie sehr treffen die folgenden möglichen Gründe auf Sie persönlich zu? Ich beteilige mich nicht aktiv oder nur sehr selten an den Angeboten zur Sendung [PT-Titel], ... [TZ] Sie haben auf der vorherigen Seite angegeben, dass Sie sich nicht oder nur sehr selten aktiv an den (Online-)Angeboten [der TZ] beteiligen. Dafür kann es ja eine Reihe von Gründen geben: Wie sehr treffen die folgenden möglichen Gründe auf Sie persönlich zu? Ich beteilige mich nicht aktiv oder nur sehr selten an den Angeboten [der TZ], ... [DF] Sie haben auf der vorherigen Seite angegeben, dass Sie sich nicht oder nur sehr selten aktiv an den (Online-)Angeboten des Freitag beteiligen. Dafür kann es ja eine Reihe von Gründen geben: Wie sehr treffen die folgenden möglichen Gründe auf Sie persönlich zu? Ich beteilige mich nicht aktiv oder nur sehr selten an den Angeboten des Freitag, ...</p> <p><i>[fünfstufige Likert-Skala von 1= „Trifft voll und ganz zu“ über 2=„Trifft überwiegend zu“, 3=„Trifft teils/teils zu“ und 4 =„Trifft weniger zu“ bis 5=„Trifft überhaupt nicht zu“]</i></p>	<p>Eigene Frage</p>
<ul style="list-style-type: none"> • weil es mir keinen Spaß macht. 	<p>Items leicht umformuliert übernommen von Springer/Pfaffinger (2012: 19, Tab. 9)</p>
<ul style="list-style-type: none"> • weil ich nicht mit Leuten diskutieren will, die ich nicht kenne. 	
<ul style="list-style-type: none"> • weil es zu (zeit-)aufwändig ist. 	
<ul style="list-style-type: none"> • weil ich befürchte, dass es sich negativ auf mein Ansehen auswirken könnte. 	
<ul style="list-style-type: none"> • weil ich technische Probleme beim Hochladen von Dateien bzw. Kommentaren hatte. 	<p>Items leicht umformuliert übernommen von Springer/Pfaffinger (2012: 19, Tab. 9) oder in Anlehnung an theoretische Überlegungen von Engesser (2010: 160-163)</p>
<ul style="list-style-type: none"> • weil ich mich nicht traue, etwas einzusenden oder zu kommentieren. 	
<ul style="list-style-type: none"> • weil ich mich nicht registrieren möchte. 	
<ul style="list-style-type: none"> • weil das Niveau der Diskussion zu niedrig ist. 	<p>Item leicht umformuliert übernommen von Springer/Pfaffinger (2012: 18, Tab. 8), oder in Anlehnung an theoretische</p>
<ul style="list-style-type: none"> • weil die Nutzer von den Journalisten ohnehin nicht ernst genommen werden. 	

		Überlegungen von Engesser (2010: 160-163)
	<ul style="list-style-type: none"> weil die Funktionen zur Beteiligung zu kompliziert sind. 	Eigene Items in Anlehnung an theoretische Überlegungen von Engesser (2010: 160-163)
	<ul style="list-style-type: none"> weil ich nicht weiß, ob meine Beiträge gegen Urheberrechte oder weitere Rechte anderer Personen verstoßen. 	
	<ul style="list-style-type: none"> weil ich nichts Wichtiges beizutragen habe. 	
	<ul style="list-style-type: none"> [TS] weil ich finde, dass die Tagesschau nicht das richtige Medium für Publikumsbeteiligung ist. [PT] weil ich finde, dass die Sendung [PT-Titel] nicht das richtige Medium für Publikumsbeteiligung ist. [TZ] weil ich finde, dass [die TZ] nicht das richtige Medium für Publikumsbeteiligung ist. [DF] weil ich finde, dass der Freitag nicht das richtige Medium für Publikumsbeteiligung ist. 	
	<ul style="list-style-type: none"> weil die Redaktion sich nicht bei mir zurückmeldet. 	
	<ul style="list-style-type: none"> weil es mich nicht interessiert. 	Eigene Items
	<ul style="list-style-type: none"> weil ich mich lieber bei anderen Medien oder Online-Diensten (Foren, Social Media, Mailinglisten) beteilige. 	
	<ul style="list-style-type: none"> Falls es weitere Gründe gibt, die auf Sie zutreffen, können Sie diese gerne noch eintragen. [offene Antwort] 	
	<p>FILTER: Die Fragen 5., 6. und 7. wurden nur jenen Befragten gestellt, die unter 3. b) angegeben hatten, eine der unter 3. a) mit (*) markierten Beteiligungsformen mindestens „mehrmals im Monat“ zu nutzen. Für diese Beteiligungsformen wurden die Fragen spezifiziert und in einem Loop wiederholt: [TS] maximal 3x (immer für „Kommentieren auf (meta.)tagesschau.de“ und „Kommentieren auf Facebook“ sowie ggf. für eine weitere, per Zufall aus dem Rest ausgewählte Beteiligungsform) [PT] maximal 3x (immer für „Senden von Briefen, E-Mails...“ und „Kommentieren im Forum“ sowie ggf. für eine weitere, per Zufall aus dem Rest ausgewählte Beteiligungsform) [TZ] maximal 3x (immer für „Senden von Briefen, E-Mails...“ und „Auf [TZ-Website] Artikel kommentieren“ sowie ggf. für eine weitere, per Zufall aus dem Rest ausgewählte Beteiligungsform) [DF] maximal 3x (immer für „Senden von Briefen, E-Mails...“ und „Auf freitag.de Artikel kommentieren“ sowie ggf. für eine weitere, per Zufall aus dem Rest ausgewählte Beteiligungsform)</p>	
LOOP	5. Anonymität	
	<p><u>Frage:</u> Geben Sie normalerweise Ihren echten Namen oder ein Pseudonym an, wenn Sie [jeweilige Beteiligungsform]? [Einfachauswahl mit Antwortmöglichkeiten „Ich nutze normalerweise meinen echten Namen“; „Ich nutze normalerweise ein Pseudonym.“]</p>	Eigene Frage und Antwortmöglichkeiten nach theoretischen Überlegungen von Robinson (2010)
	6. Adressierung	

<p><u>Frage:</u> An wen richten Sie Ihre Beiträge in der Regel, wenn Sie [jeweilige Beteiligungsform]? [Mehrfachauswahl]</p>				<p>Eigene Frage und Items in Anlehnung an Loreck (1982: 279) und nach theoretischen Überlegungen von Schweiger/Quiring (2006), Ziegele/Quiring (2011)</p>
TS	PT	TZ	DF	
<ul style="list-style-type: none"> • An die Tagesschau-Redaktion 	<ul style="list-style-type: none"> • An die Redaktion von [PT-Titel] im Allgemeinen 	<ul style="list-style-type: none"> • An [die TZ] im Allgemeinen 	<ul style="list-style-type: none"> • An den Freitag im Allgemeinen 	
<ul style="list-style-type: none"> • An bestimmte, einzelne Journalisten oder Moderatoren der Tagesschau (z.B. den Verfasser einer Meldung oder eines Berichts) 	<ul style="list-style-type: none"> • An den Moderator [Name des Moderators] persönlich 	<ul style="list-style-type: none"> • An die Chefredaktion 	<ul style="list-style-type: none"> • An die Chefredaktion 	
		<ul style="list-style-type: none"> • An weitere, einzelne Journalisten der Redaktion 	<ul style="list-style-type: none"> • An weitere, einzelne Journalisten der Redaktion 	
<ul style="list-style-type: none"> • An andere Nutzer der Tagesschau 	<ul style="list-style-type: none"> • An andere Zuschauer, Nutzer oder Kommentatoren der Sendung [PT-Titel] 	<ul style="list-style-type: none"> • An andere Leser, Nutzer oder Kommentatoren [der TZ] 	<ul style="list-style-type: none"> • An andere Leser, Nutzer oder Kommentatoren des Freitag 	
<ul style="list-style-type: none"> • An die allgemeine, breite Öffentlichkeit 	<ul style="list-style-type: none"> • An die allgemeine, breite Öffentlichkeit 	<ul style="list-style-type: none"> • An die allgemeine, breite Öffentlichkeit 	<ul style="list-style-type: none"> • An die allgemeine, breite Öffentlichkeit 	
<ul style="list-style-type: none"> • An andere Personen oder Gruppen, und zwar: [offene Antwort] 	<ul style="list-style-type: none"> • An andere Personen oder Gruppen, und zwar: [offene Antwort] 	<ul style="list-style-type: none"> • An andere Personen oder Gruppen, und zwar: [offene Antwort] 	<ul style="list-style-type: none"> • An andere Personen oder Gruppen, und zwar: [offene Antwort] 	
<p>7. Fürsprache</p>				
<p><u>Frage:</u> Und für wen sprechen Sie in der Regel, d.h. wessen Interessen wollen Sie vertreten, wenn Sie [jeweilige Beteiligungsform]? Ich spreche... [Mehrfachauswahl]</p>				<p>Eigene Frage in Anlehnung an Loreck (1982: 279)</p>
<ul style="list-style-type: none"> • ...für eine bestimmte Bevölkerungsgruppe 				<p>Eigene Items nach theoretischen Überlegungen von Loreck (1982: 279)</p>
<ul style="list-style-type: none"> • ...für eine bestimmte Organisation oder einen Interessenverband 				
<ul style="list-style-type: none"> • ...für mich selbst 				<p>Eigene Items</p>
<ul style="list-style-type: none"> • ...für die Allgemeinheit 				

<ul style="list-style-type: none"> • ...für jemand anderes, und zwar: ... [offene Antwort] 	
<p>FILTER: Frage 8. wurde für eine Beteiligungsform spezifiziert abgefragt. Die Beteiligungsform wurde per Zufall ausgewählt aus einer Liste, die folgende Beteiligungsformen aus 3. a) enthielt:</p> <p>[TS] „Kommentieren auf Facebook“ und „Kommentieren auf (meta.)tagesschau.de“, wenn diese laut 3. b) mind. „Mehrmals im Monat“ genutzt wurden. Wurden diese beiden Formen seltener oder nicht genutzt, wurden alle der folgenden Beteiligungsformen in die Liste aufgenommen, die mind. „Mehrmals im Monat“ genutzt wurden: „Anrufe“, „Senden von Briefen, E-Mails...“, „Kommentieren auf YouTube“, „Kommentieren auf Google+“, „Kommentieren im Blog“</p> <p>[PT] „Senden von Briefen, E-Mails...“ und „Kommentieren im Forum“, wenn diese laut 3. b) mind. „seltener“ genutzt wurden. Wurden beide Formen nicht (mehr) genutzt, wurden alle der folgenden Beteiligungsformen in die Liste aufgenommen, die mind. „seltener“ genutzt wurden: „Anrufe“, „Kommentieren auf Facebook“, „Kommentieren auf Twitter“, „Kommentieren auf YouTube“</p> <p>[TZ] „Senden von Briefen, E-Mails...“ und „Auf [TZ-Website] kommentieren“, wenn diese laut 3. b) mind. „Mehrmals im Monat“ genutzt wurden. Wurden diese beiden Formen seltener oder nicht genutzt, wurden alle der folgenden Beteiligungsformen in die Liste aufgenommen, die mind. „Mehrmals im Monat“ genutzt wurden: „Kommentieren auf Facebook“, „Auf Tweets reagieren“, „Beiträge im [TZ-Blog] kommentieren“</p> <p>[DF] „Senden von Briefen, E-Mails...“ und „Auf Freitag.de Artikel von Redaktions- oder Community-Mitgliedern kommentieren“, wenn diese laut 3. b) mind. „Mehrmals im Monat“ genutzt wurden. Wurden diese beiden Formen seltener oder nicht genutzt, wurden alle der folgenden Beteiligungsformen in die Liste aufgenommen, die mind. „Mehrmals im Monat“ genutzt wurden: „Kommentieren auf Facebook“, „Auf Tweets reagieren“, „Auf freitag.de (in der Community) eigene Artikel schreiben“</p>	
<p>8. Beteiligungsmotive</p>	<p>Anm.: Diese Frage war „gespiegelt“ auch im Journalisten-Fragebogen enthalten.</p>
<p><u>Frage:</u> Und nun noch einmal die gezielte Frage nach Ihren Gründen, aus denen Sie [jeweilige Beteiligungsform]. Sie können Ihre Antwort jeweils abstimmen von „trifft überhaupt nicht zu“ bis „trifft voll und ganz zu“.</p> <p>Ich tue dies,...</p> <p>[fünfstufige Likert-Skala von 1=„Trifft voll und ganz zu“, über 2=„Trifft überwiegend zu“, 3=„Trifft teils/teils zu“ und 4=„Trifft weniger zu“ bis 5=„Trifft überhaupt nicht zu“]</p>	<p>Eigene Frage</p>
<ul style="list-style-type: none"> • weil ich hoffe, dass mir die Journalisten oder die anderen Nutzer bei einem Problem helfen können. 	<p>Item angelehnt an Item von Orians (1991: 118) sowie Henning-Thurau et al. (2004); Anlehnung an Altmann (2011)</p>
<ul style="list-style-type: none"> • weil ich meine Erfahrungen und mein Wissen mit anderen teilen will. 	<p>Item ist eine Zusammenfassung von Items nach Altmann (2011: 148), Henning-Thurau et al. (2004), Leung (2009: 1336), Kopp/Schönhagen (2008: 11), Pasternack (1988: 14, Tab. 6), Orians (1991: 118) Springer/Pfaffinger (2012) sowie Sutton (2006: 32, Tab. 4.1)</p>
<ul style="list-style-type: none"> • weil ich meine Meinung öffentlich einbringen möchte. 	<p>Item angelehnt an Altmann (2011: 148), Kopp/Schönhagen (2008), Orians (1991: 118), Pasternack (1988: 14, Tab. 6), Springer/Pfaffinger (2012) sowie Sutton (2006)</p>

<ul style="list-style-type: none"> weil ich es als meine Bürgerpflicht betrachte. 	Item leicht umformuliert übernommen von Pasternack (1988: 14, Tab. 6) und in Anlehnung an Sutton (2006)
<ul style="list-style-type: none"> um mir die Zeit zu vertreiben, aus Langeweile. 	Item leicht umformuliert übernommen von Leung (2009: 1336), Orians (1991), Springer/Pfaffinger (2012) sowie Sutton (2006: 32, Tab. 4.1) und; in Anlehnung an Altmann (2011)
<ul style="list-style-type: none"> [TS/PT] weil ich nicht einfach nur Zuschauer, sondern aktiv sein möchte. [TZ/DF] weil ich nicht einfach nur Leser, sondern aktiv sein möchte. 	Item ist Zusammenfassung von Items von Sutton (2006: 32, Tab. 4.1); in Anlehnung an Altmann (2011)
<ul style="list-style-type: none"> weil ich einfach mal „Dampf ablassen“ und meinen Ärger rauslassen möchte. 	Item leicht umformuliert übernommen von Henning-Thurau et al. (2004), Leung (2009: 1336), Orians (1991), Pasternack (1988: 14, Tab. 6) sowie Springer/Pfaffinger (2012); in Anlehnung an Altmann (2011)
<ul style="list-style-type: none"> [TS] um eine Beziehung zu den Journalisten der Tagesschau aufzubauen. [PT] um eine Beziehung zu den Journalisten der Sendung [PT-Titel] aufzubauen. [TZ] um eine Beziehung zu den Journalisten [der TZ] aufzubauen. [DF] um eine Beziehung zu den Journalisten des Freitag aufzubauen. 	Item ist eine Spezifizierung eines Item von Sutton (2006: 32, Tab. 4.1), in Anlehnung an Orians (1991)
<ul style="list-style-type: none"> weil ich im Dialog mit anderen etwas lernen, Denkanstöße erhalten und mein Wissen erweitern möchte. 	Eigenes Item nach Leung (2009: 1336), Orians (1991), Springer/Pfaffinger (2012) sowie Wladarsch (2010); in Anlehnung an Altmann (2011) und Huth/Krzeminski (1981: 224)
<ul style="list-style-type: none"> weil ich mich dadurch als Teil einer Gemeinschaft fühle. 	Item angelehnt an Items von Springer/Pfaffinger (2012) sowie Weischenberg/Scholl (1989: 425); in Anlehnung an Altmann (2011), Huth/Krzeminski (1981: 224), Markman (2011) sowie Orians (1991)
<ul style="list-style-type: none"> weil ich die Journalisten bei ihrer Arbeit unterstützen möchte. 	Eigenes Item
<ul style="list-style-type: none"> weil ich mit meinen Beiträgen eine Person, eine Bevölkerungsgruppe oder ein bestimmtes Anliegen unterstützen und bekannt machen möchte. 	Item ist eine Spezifizierung und Zusammenfassung von Items von Kopp/Schönhagen (2008), Pasternack (1988: 14, Tab. 6) und Sutton (2006: 32, Tab. 4.1); in Anlehnung an Altmann (2011), Markman (2011) sowie Orians (1991)
<ul style="list-style-type: none"> um bestimmte Themen einzubringen, die mir wichtig sind. 	Item ist Zusammenfassung von Items von Kopp/Schönhagen (2008), Springer/Pfaffinger (2012) sowie Sutton (2006: 32, Tab. 4.1)
<ul style="list-style-type: none"> um auf Fehler in Beiträgen oder auf der Webseite hinzuweisen. 	Item angelehnt an Pasternack (1988: 14, Tab. 6)

<ul style="list-style-type: none"> • um mich und meine Kenntnisse öffentlich darzustellen. 	<p>Eigenes Item nach theoretischen Überlegungen von Altmanns (2011), Leung (2009) und Orians (1991: 47), angelehnt an Items von Kopp/Schönhagen (2008), Markman (2011) sowie Sutton (2006: 32, Tab. 4.1)</p>
<ul style="list-style-type: none"> • weil es mir Spaß macht. 	<p>Item leicht umformuliert übernommen von Leung (2009), Mitchelstein (2011: 2021, Tab. 2), Sutton (2006: 32, Tab. 4.1), sowie Wladarsch (2010); in Anlehnung an Altmann (2011) und Markman (2011: 556, Abb. 1)</p> <p><u>Anm.</u>: Dieses Item wurde <i>nicht</i> im Journalisten-Fragebogen gespiegelt.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • [TS] weil die Tagesschau ein hohes Ansehen hat und es etwas Besonderes ist, sich dort zu beteiligen. [PT] weil die Sendung ein hohes Ansehen hat und es etwas Besonderes ist, sich dort zu beteiligen. [TZ/DF] weil die Zeitung ein hohes Ansehen hat und es etwas Besonderes ist, sich dort zu beteiligen. 	<p>Item ist eine Spezifizierung von Items von Pasternack (1988: 14, Tab. 6) sowie Sutton (2006: 32, Tab. 4.1)</p> <p><u>Anm.</u>: Dieses Item wurde <i>nicht</i> im Journalisten-Fragebogen gespiegelt.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • weil ich so interessante Menschen kennenlernen und neue Kontakte knüpfen kann. 	<p>Item leicht umformuliert übernommen von Henning-Thurau et al. (2004), Mitchelstein (2011: 2021, Tab. 2) sowie Springer/Pfaffinger (2012); in Anlehnung an Altmann (2011), Markman (2011: 556, Abb. 1)</p> <p><u>Anm.</u>: Dieses Item wurde <i>nicht</i> im Journalisten-Fragebogen gespiegelt.</p>
<p>FILTER: Die Fragen 9. und 10. wurden nur Besuchern und aktiven Nutzern bestimmter Angebote <i>mit Kommentarbereichen</i> und dann für diese spezifiziert gestellt:</p> <p>[TS] Die Fragen wurden in einem Loop wiederholt für (maximal) zwei Angebote, die zufällig aus einer Liste ausgewählt wurden, die alle der folgenden Angebote enthielt, die der Befragte laut 1. („Häufigkeit & Breite der Angebotsnutzung“) mindestens „Seltener“ (aktiv oder nur rezipierend) nutzt: „Blog“, „meta.tagesschau.de“, „Facebook-Seite“, „Google+-Seite“, „YouTube-Kanal“.</p> <p>[PT] Die Fragen wurden den Befragten gestellt, die unter 1. („Häufigkeit & Breite der Angebotsnutzung“) angegeben hatten, das „Online-Forum auf der Website der Sendung ([URL der PT-Website])“ mindestens „Seltener“ zu nutzen. Einen Loop gab es hier nicht.</p> <p>[SZ] Die Fragen wurden <i>immer</i> spezifiziert für die TZ-Website gestellt, wenn der Befragte laut 1. („Häufigkeit & Breite der Angebotsnutzung“) die dortigen Artikel mindestens „Seltener“ nutzt. Sie wurden (<i>stattdessen oder zusätzlich</i>) gestellt spezifiziert für ein weiteres Angebot, das zufällig aus einer Liste ausgewählt wurde, die alle der folgenden Angebote enthielt, die der Befragte laut 1. ebenfalls mindestens „Seltener“ (aktiv oder nur rezipierend) nutzt: „Facebook-Seite“, „Google+-Seite“, „[Blog auf der TZ-Website]“, „YouTube-Kanal“, „Tweets [der TZ]“.</p> <p>[DF] Die Fragen wurden <i>immer</i> spezifiziert für die Artikel von Redaktionsmitgliedern auf freitag.de gestellt, wenn der Befragte laut 1. („Häufigkeit & Breite der Angebotsnutzung“) diese mindestens „Seltener“ nutzt. Sie wurden (<i>stattdessen oder zusätzlich</i>) gestellt spezifiziert für ein weiteres Angebot, das zufällig aus einer Liste ausgewählt wurde, die alle der folgenden Angebote enthielt, die der</p>	

Befragte laut 1. mindestens „Seltener“ (aktiv oder nur rezipierend) nutzt: „Facebook-Seite“, „Google+-Seite“, „Nutzer-Community auf freitag.de“, „YouTube-Kanal“, „Tweets des Freitag“, „Artikel von Mitgliedern der Nutzer-Community auf freitag.de“.		
LOOP	9. Involvement von Journalisten in Kommentarbereichen	
	<u>Frage:</u> [TS] Wenn Sie an die Kommentarbereiche auf/zu [jeweiliges Angebot] denken, wie sollte sich die Redaktion Ihrer Meinung nach dort verhalten? Sie können Ihre Antworten jeweils abstufen. [In dem jeweiligen Kommentarbereich] sollten die Journalisten... [PT] Wenn Sie nun bitte noch einmal an die Kommentare im Forum von [PT-Titel] denken, wie sollte sich die Redaktion Ihrer Meinung nach dort verhalten? Sie können Ihre Antworten jeweils abstufen. Im Forum sollten die Journalisten... [TZ] Wenn Sie nun bitte noch einmal an die [Kommentare auf dem jeweiligem Angebot] denken, wie sollte sich die Redaktion Ihrer Meinung nach dort verhalten? Sie können Ihre Antworten jeweils abstufen. [In dem jeweiligen Kommentarbereich] sollten die Journalisten... [DF] Wenn Sie nun bitte noch einmal an die #SocialMedia_2# denken: Wie sollte sich die Redaktion Ihrer Meinung nach dort verhalten? Sie können Ihre Antworten jeweils abstufen. [In dem jeweiligen Kommentarbereich] sollten die Journalisten... <i>[jeweils 5-stufiges semantisches Differential]</i>	Eigene Frage
	<ul style="list-style-type: none"> • „... sich ausgiebig an den Diskussionen beteiligen“ vs. „... sich aus den Diskussionen heraushalten.“ 	Eigene Items, in Anlehnung an Robinson (2010: 132ff.) und Mitchelstein (2011: 2022)
	<ul style="list-style-type: none"> • „... die Kommentarbereiche streng moderieren“ vs. „... die Kommentarbereiche überhaupt nicht moderieren“ [bei Twitter ausgeblendet] 	
	10. Bewertung der Beiträge & Aktivitäten anderer Nutzer	
	<u>Frage:</u> [TS] Und wie würden Sie die Beiträge anderer Nutzer auf [jeweiligem Nutzungskanal] im Großen und Ganzen beschreiben? Die Beiträge anderer Nutzer sind im Großen und Ganzen ... [PT] Und wie würden Sie die Beiträge anderer Nutzer im Forum von [PT-Titel] im Großen und Ganzen beschreiben? Die Beiträge anderer Nutzer sind im Großen und Ganzen... [TZ] Und wie würden Sie die Kommentare anderer Nutzer [auf/im jeweiligen Nutzungskanal] im Großen und Ganzen beschreiben? Die Kommentare anderer Nutzer sind im Großen und Ganzen... [DF] Und wie würden Sie die Kommentare anderer Nutzer #SocialMedia_4# im Großen und Ganzen beschreiben? Die Kommentare anderer Nutzer sind im Großen und Ganzen... <i>[fünfstufige Likert-Skala von 1=„Stimme voll und ganz zu“, über 2=„Stimme überwiegend zu“, 3=„Stimme teils/teils zu“ und 4=„Stimme weniger zu“ bis 5=„Stimme überhaupt nicht zu“]</i>	Frage leicht umformuliert übernommen von Mitchelstein (2011: 2023, Tab. 4) und Springfield (2009: 53)
	<ul style="list-style-type: none"> • sachlich formuliert 	Items in Anlehnung an Mitchelstein (2011: 2033) und Robinson (2010: 134)
<ul style="list-style-type: none"> • [TS] eine hilfreiche Ergänzung zum Ursprungsartikel • [PT] eine hilfreiche Ergänzung zur Sendung bzw. der Website • [TZ/DF] eine hilfreiche Ergänzung zu den Artikeln 		

<ul style="list-style-type: none"> • glaubwürdig 	Eigene Items in Anlehnung an Springfield (2009: 53)
<ul style="list-style-type: none"> • qualitativ hochwertig 	
<ul style="list-style-type: none"> • informativ 	
<p>FILTER: Die Frage 11. war nur in den Fragebögen für PT-, TZ- und DF-Nutzer enthalten, da Publikumsbeiträge nur selten in der Tagesschau vorkommen. Sie wurde nur jenen Befragten gestellt, [PT] die unter 1. („Häufigkeit & Breite der Angebotsnutzung“) angegeben hatten, die „[x]-tägliche Live-Sendung in der ARD“, „Eine Wiederholung der [x]-täglichen Sendung im Fernsehen“, den „Livestream der Sendung im Internet“, und/oder die „Aktuelle Ausgabe der Sendung in der ARD-Online-Mediathek“ mindestens „seltener“ zu nutzen. [TZ] die unter 1. („Häufigkeit & Breite der Angebotsnutzung“) angegeben hatten, die „Print-Ausgabe [der TZ]“ und/oder „[Titel Digital-Angebot der TZ] (Online-Ausgabe der Tageszeitung) für den Computer oder mobile Geräte“ mindestens „Seltener“ zu nutzen. [DF] die unter 1. („Häufigkeit & Breite der Angebotsnutzung“) angegeben hatten, die „Print-Ausgabe des Freitag“ mindestens „Seltener“ zu nutzen.</p>	
<p>11. Bewertung der Beiträge & Aktivitäten anderer Publikumsmitglieder im TV-/Print-Angebot</p>	
<p><u>Frage:</u> [PT] An manchen Stellen in der Sendung kommen auch Zuschauer zu Wort, z.B. wenn [der Moderator] eingesandte Fragen vorliest oder Ergebnisse von Nutzerabstimmungen vorgestellt werden. Wie würden Sie diese Beiträge im Großen und Ganzen beschreiben? Die Kommentare oder Fragen anderer Zuschauer oder Nutzer, die in der Sendung vorkommen, sind im Großen und Ganzen ... [TZ] An manchen Stellen in der Tageszeitung kommen auch Leser zu Wort, z.B. auf der Leserbrief-Seite oder wenn Ergebnisse von Nutzerabstimmungen vorgestellt werden. Wie würden Sie diese Beiträge im Großen und Ganzen beschreiben? Die Kommentare oder Fragen anderer Leser oder Nutzer, die in der Tageszeitung vorkommen, sind im Großen und Ganzen ... [DF] An manchen Stellen in der gedruckten Zeitung kommen auch Leser zu Wort, z.B. auf der Leserbrief-Seite ("Post"). Wie würden Sie diese Beiträge im Großen und Ganzen beschreiben? Die Beiträge und Kommentare anderer Leser oder Nutzer, die in der Zeitung vorkommen, sind im Großen und Ganzen ...</p> <p><i>[fünfstufige Likert-Skala von 1=„Stimme voll und ganz zu“, über 2=„Stimme überwiegend zu“, 3=„Stimme teils/teils zu“ und 4=„Stimme weniger zu“ bis 5=„Stimme überhaupt nicht zu“]</i></p>	Frage leicht umformuliert übernommen von Mitchelstein (2011: 2023, Tab. 4) und Springfield (2009: 53)
<ul style="list-style-type: none"> • sachlich formuliert 	Items in Anlehnung an Mitchelstein (2011: 2033) und Robinson (2010: 134)
<ul style="list-style-type: none"> • [PT] eine hilfreiche Ergänzung zur Sendung bzw. der Website [TZ] eine hilfreiche Ergänzung zu den Artikeln [DF] eine hilfreiche Ergänzung zur Zeitung 	
<ul style="list-style-type: none"> • glaubwürdig 	
<ul style="list-style-type: none"> • qualitativ hochwertig 	Eigene Items in Anlehnung an Springfield (2009: 53)

<ul style="list-style-type: none"> • informativ 	
<p>[DF] Bei <i>Der Freitag</i> wurde die gleiche Frage noch einmal wiederholt in Bezug auf „Artikel auf freitag.de von Mitgliedern der Nutzer-Community“, wenn der Befragte unter 1.) angegeben hatte, diese mindestens „Seltener“ zu nutzen. Das zweite Item war dort entsprechend umformuliert: „eine hilfreiche Ergänzung zu den Artikeln der Redaktion“.</p>	
<p>12. Rollenfremdbild Allgemeine Erwartungen an Rolle/Aufgaben von Journalisten</p>	<p><u>Anm.:</u> Diese Frage war „gespiegelt“ auch im Journalisten-Fragebogen enthalten.</p>
<p><u>Frage:</u> [TS] Im Folgenden geht es uns darum, was Sie als wichtigste Funktionen des Journalismus sehen. Wir möchten deshalb wissen, welche Aufgaben Journalisten Ihrer Ansicht nach vorrangig erfüllen sollten. Stufen Sie bitte auf der folgenden Skala ein, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen. Journalisten der Tagesschau bzw. auf tagesschau.de sollen...</p> <p>[PT] Im Folgenden geht es uns darum, was Sie als wichtigste journalistische Funktionen der Sendung sehen. Welche Aufgaben sollten Journalisten, die für die Sendung [PT-Titel] arbeiten, Ihrer Ansicht nach vorrangig erfüllen? Stufen Sie bitte auf der folgenden Skala ein, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen. Journalisten, die für die Sendung [PT-Titel] arbeiten, sollten...</p> <p>[TZ] Im Folgenden geht es uns darum, was Sie als wichtigste journalistische Funktionen der Zeitung sehen. Welche Aufgaben sollten Journalisten, die für [die TZ] arbeiten, Ihrer Ansicht nach vorrangig erfüllen? Stufen Sie bitte auf der folgenden Skala ein, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen. Journalisten, die für [die TZ] arbeiten, sollten...</p> <p>[DF] Im Folgenden geht es uns darum, was Sie als wichtigste journalistische Funktionen der Zeitung sehen. Welche Aufgaben sollten Journalisten, die für den Freitag arbeiten, Ihrer Ansicht nach vorrangig erfüllen? Stufen Sie bitte auf der folgenden Skala ein, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen. Journalisten, die für den Freitag arbeiten, sollten...</p> <p><i>[fünfstufige Likert-Skala von 1=„Stimme voll und ganz zu“, über 2=„Stimme eher zu“, 3=„Stimme teils/teils zu“ und 4=„Stimme eher nicht zu“ bis 5=„Stimme überhaupt nicht zu“ + (nicht bei TS) „Weiß ich nicht / Kann ich nicht sagen“]</i></p>	<p>Frage leicht umformuliert übernommen von Weischenberg/Malik/Scholl (2006: 243)</p>
<ul style="list-style-type: none"> • komplexe Sachverhalte erklären und vermitteln. 	<p>Items leicht umformuliert übernommen von Weischenberg/Malik/Scholl (2006: 243-244)</p>
<ul style="list-style-type: none"> • dem Publikum eigene Ansichten präsentieren. 	
<ul style="list-style-type: none"> • das Publikum möglichst neutral und präzise informieren. 	
<ul style="list-style-type: none"> • die Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft kontrollieren. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Kritik an Missständen üben. 	
<ul style="list-style-type: none"> • positive Ideale vermitteln. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Lebenshilfe für das Publikum bieten und als Ratgeber dienen. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Menschen eine Chance geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen. 	

<ul style="list-style-type: none"> • dem Publikum Unterhaltung und Entspannung bieten. 	
<ul style="list-style-type: none"> • neue Trends aufzuzeigen und neue Ideen vermitteln. 	
<ul style="list-style-type: none"> • dem Publikum möglichst schnell Informationen vermitteln. 	
<ul style="list-style-type: none"> • sich auf Nachrichten konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Menschen eine Möglichkeit geben, um von ihnen erstellte Inhalte zu veröffentlichen. 	Eigene Items basierend auf theoretischen Überlegungen von Kenix (2009)
<ul style="list-style-type: none"> • in einen Dialog mit den Bürgern treten über aktuelle Themen. 	
<ul style="list-style-type: none"> • eine Beziehung zum eigenen Publikum aufbauen und pflegen. 	
<ul style="list-style-type: none"> • [TS/PT] Den Nutzern/Zuschauern Gesprächsstoff liefern. [TZ/DF] dem Publikum Gesprächsstoff liefern. 	Item leicht umformuliert übernommen von Neuberger (2012: 49, Tab. 11), spiegelt theoretische Überlegungen von Braun/Gillespie (2011) sowie Huth/Krzeminski (1981: 224) wider
<ul style="list-style-type: none"> • das Publikum auf interessante Themen hinweisen und ihnen zeigen, wo sie sich darüber informieren können. 	Item leicht umformuliert übernommen von Neuberger (2012: 49, Tab. 11), spiegelt theoretische Überlegungen von Bruns (2005) wider
<ul style="list-style-type: none"> • [TS/PT] es den Nutzern/Zuschauern ermöglichen, soziale Beziehungen untereinander zu pflegen. [TZ/DF] es den Nutzern/Lesern ermöglichen, soziale Beziehungen untereinander zu pflegen. 	Item leicht umformuliert übernommen von Neuberger (2012: 49, Tab. 11)
<ul style="list-style-type: none"> • [TS/PT] Diskussionen unter den Nutzern/Zuschauern anstoßen und moderieren. [TZ/DF] Diskussionen unter den Nutzern/Lesern anstoßen und moderieren. 	Item leicht umformuliert übernommen von Neuberger (2012: 50, Tab. 12) sowie Kopp/Schönhagen (2008), spiegelt theoretische Überlegungen von Braun/Gillespie (2011) wider
<p>13. Allgemeine Einschätzungen und Haltungen zur Publikumsbeteiligung Nutzerseitig: vermutete strategische, publizistische und normative Bedeutung, wahrgenommene(r) Einfluss/Machtverhältnisse, negative Effekte</p>	<u>Anm.</u> : Diese Frage war „gespiegelt“ auch im Journalisten-Fragebogen enthalten.
<p><u>Frage:</u> [TS] Nun möchten wir Ihre Meinung zu den Möglichkeiten der Beteiligung und Mitsprache, wie zum Beispiel Kommentare, Themenhinweise oder Rückmeldungen zu journalistischen Beiträgen, noch etwas genauer kennen lernen. Sie können auch hier Ihre Antwort jeweils abstimmen. [PT] Nun möchten wir Ihre Meinung zu den Möglichkeiten der Publikumsbeteiligung bei [PT-Titel] noch etwas genauer kennen lernen. Bitte geben Sie jeweils an, ob Sie den folgenden Aussagen jeweils voll und ganz, eher, teils-teils, eher nicht oder gar nicht zustimmen. [TZ] Nun möchten wir Ihre Meinung zu den Möglichkeiten der Publikumsbeteiligung bei [der TZ] noch etwas genauer kennen lernen. Bitte geben Sie jeweils an, ob Sie den folgenden Aussagen jeweils voll und ganz, eher, teils-teils, eher nicht oder gar nicht zustimmen. [DF] Nun möchten wir Ihre Meinung zu den Möglichkeiten der Publikumsbeteiligung beim Freitag noch etwas genauer kennen lernen.</p>	Eigene Frage

<p>Bitte geben Sie jeweils an, ob Sie den folgenden Aussagen jeweils voll und ganz, eher, teils-teils, eher nicht oder gar nicht zustimmen.</p> <p><i>[fünfstufige Likert-Skala von 1=„Stimme voll und ganz zu“, über 2=„Stimme überwiegend zu“, 3=„Stimme teils/teils zu“ und 4=„Stimme weniger zu“ bis 5=„Stimme überhaupt nicht zu“ + „Weiß ich nicht / Kann ich nicht sagen“]</i></p>	
<ul style="list-style-type: none"> • [TS] Kommentare, Diskussionen und andere Publikumsbeiträge erweitern die Berichterstattung der Tagesschau um weitere inhaltliche Facetten. [PT] Kommentare, Diskussionen und andere Publikumsbeiträge erweitern die Sendung um weitere inhaltliche Facetten. [TZ] Kommentare, Diskussionen und andere Publikumsbeiträge erweitern [die TZ] um weitere inhaltliche Facetten. [DF] Kommentare, Diskussionen und andere Publikumsbeiträge erweitern den Freitag um weitere inhaltliche Facetten. 	<p>Eigenes Item nach theoretischen Überlegungen von Schweiger/Quiring (2006)</p>
<ul style="list-style-type: none"> • [TS] Die Verwendung nutzergenerierter Inhalte dient der Kosteneinsparung. [PT/TZ/DF] Die Verwendung von Inhalten, die Nutzer erstellt haben, dient der Kosteneinsparung. 	<p>Eigenes Item nach theoretischen Überlegungen von Neuberger (2009: 81-83)</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Die Machtverhältnisse zwischen Journalisten und Publikum haben sich verändert. 	<p>Eigene Items nach theoretischen Überlegungen von Robinson (2010: 127-138)</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Journalisten behalten bei der Auswahl und Bearbeitung von Beiträgen und Texten weiterhin die Oberhand. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Die Beteiligung des Publikums hat einen hohen Unterhaltungswert. 	<p>Eigene Items nach theoretischen Überlegungen von Orians (1991: 36-39)</p>
<ul style="list-style-type: none"> • [TS] Die Reaktionen des Publikums zeigen der Tagesschau sofort, ob sie die richtigen Themen auswählt und verständlich darstellt. [PT] Die Reaktionen des Publikums zeigen der Redaktion von [PT-Titel] sofort, ob sie die richtigen Themen auswählt und verständlich darstellt. [TZ] Die Reaktionen des Publikums zeigen der Redaktion [der TZ] sofort, ob sie die richtigen Themen auswählt und verständlich darstellt. [DF] Die Reaktionen des Publikums zeigen der Redaktion des Freitag sofort, ob sie die richtigen Themen auswählt und verständlich darstellt. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Die Beteiligung des Publikums macht den Prozess öffentlicher Information und Meinungsäußerung demokratischer. 	
<ul style="list-style-type: none"> • [TS] Die Publikumsbeteiligung macht die Tagesschau glaubwürdiger. [PT] Die Publikumsbeteiligung macht die Sendung glaubwürdiger. [TZ] Die Publikumsbeteiligung macht [die TZ] glaubwürdiger. [DF] Die Publikumsbeteiligung macht den Freitag glaubwürdiger. 	
<ul style="list-style-type: none"> • [TS/PT] Durch Beteiligung und Mitsprache werden Zuschauer an das Angebot gebunden. [TZ] Durch Beteiligung und Mitsprache werden Leser an das Angebot gebunden. [DF] Durch Beteiligung und Mitsprache werden Leser/Nutzer an das Angebot gebunden. 	
<ul style="list-style-type: none"> • [TS] Mithilfe der Publikumsbeteiligung will die Tagesschau neue Zielgruppen gewinnen. [PT] Mithilfe der Publikumsbeteiligung will die Sendung neue Zielgruppen gewinnen. [TZ] Mithilfe der Publikumsbeteiligung will [die TZ] neue Zielgruppen gewinnen. [DF] Mithilfe der Publikumsbeteiligung will der Freitag neue Zielgruppen gewinnen. 	<p>Item leicht umformuliert übernommen von Neuberger/vom Hofe/Nuernbergk (2010: 104); Anlehnung an Orians (1991)</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Publikumsbeteiligung hält die Redaktion von ihrer eigentlichen Aufgabe ab. 	Eigenes Item nach theoretischen Überlegungen von Meier/Reimer (2011)
<ul style="list-style-type: none"> • [TS] Der Dialog und Austausch mit dem Publikum sind unverzichtbarer Bestandteil der Tagesschau. [PT] Der Dialog und Austausch mit dem Publikum sind unverzichtbarer Bestandteil der Sendung. [TZ] Der Dialog und Austausch mit dem Publikum sind unverzichtbarer Bestandteil [der TZ]. [DF] Der Dialog und Austausch mit dem Publikum sind unverzichtbarer Bestandteil des Freitag. 	Eigene Items
<ul style="list-style-type: none"> • [TS] Die Bedeutung, die der Publikumsbeteiligung bei der Tagesschau beigemessen wird, ist zu hoch. [PT] Die Bedeutung, die der Publikumsbeteiligung bei der Sendung beigemessen wird, ist zu hoch. [TZ] Die Bedeutung, die der Publikumsbeteiligung bei [der TZ] beigemessen wird, ist zu hoch. [DF] Die Bedeutung, die der Publikumsbeteiligung beim Freitag beigemessen wird, ist zu hoch. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Die Qualität der Publikumsbeiträge und -beteiligung ist zu niedrig. 	
<p>14. Geschlecht</p>	
<p><u>Frage:</u> Und nun haben wir abschließend noch einige Fragen zu Ihrer Person. Die Antworten unterliegen, wie alle Ihre Angaben, selbstverständlich den allgemeinen Datenschutzbestimmungen und werden lediglich zu wissenschaftlichen Zwecken verwendet – es erfolgt <u>keine</u> Weitergabe an Dritte. Sie sind ... ? <i>[Einfachauswahl mit Antwortmöglichkeiten: männlich, weiblich]</i></p>	
<p>15. Alter</p>	
<p><u>Frage:</u> Bitte geben Sie Ihr Alter in Jahren an. ... Jahre. <i>[offene Antwort]</i></p>	
<p>16. Beschäftigung</p>	
<p><u>Frage:</u> Welcher Beschäftigung gehen Sie derzeit nach? <i>[Einfachauswahl]</i></p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Auszubildende/r 	
<ul style="list-style-type: none"> • Schüler/in 	
<ul style="list-style-type: none"> • Student/in 	
<ul style="list-style-type: none"> • Voll berufstätig 	

• Teilweise berufstätig	
• [TS] Arbeitssuchend [PT/TZ] Vorübergehend arbeitslos	
• Im Ruhestand	
• Sonstiges	
• Keine Angabe	
FILTER: Frage 17. wurde nur jenen Befragten gestellt, die bei 16. („Beschäftigung“) „Schüler/in“ angegeben hatten.	
17. Schultyp	
<u>Frage:</u> Welche Schule bzw. welchen Schulzweig besuchen Sie derzeit? [Einfachauswahl]	
• Hauptschule	
• Realschule	
• Gymnasium	
• Keine Angabe	
FILTER: Frage 18. wurde nur jenen Befragten gestellt, die bei 16. („Beschäftigung“) <i>nicht</i> „Schüler/in“ angegeben hatten.	
18. Höchster Bildungsabschluss	
<u>Frage:</u> Welches ist ihr höchster Bildungsabschluss? [Einfachauswahl]	
• Hauptschule	
• Realschule / weiterführende Schule ohne Abitur	
• Abitur	
• Studium	

<ul style="list-style-type: none"> • Promotion/Habilitation 	
<ul style="list-style-type: none"> • Keine Angabe 	
19. Jahre der Internetnutzung	
<p><u>Frage:</u> Seit wie vielen Jahren nutzen Sie das Internet? ... Jahr(e). <i>[offene Antwort]</i></p>	
20. Häufigkeit der Nutzung von Online-Nachrichtenangeboten	
<p><u>Frage:</u> [TS] Wie häufig nutzen Sie normalerweise Nachrichtenangebote im Internet bzw. über mobile Geräte, egal ob von der Tagesschau oder anderen Anbietern? [PT] Wie häufig nutzen Sie normalerweise journalistische Angebote im Internet bzw. über mobile Geräte, egal ob Beiträge der Sendung [PT-Titel] oder Angebote anderer Anbieter? [TZ] Wie häufig nutzen Sie normalerweise journalistische Angebote im Internet bzw. über mobile Geräte, egal ob Beiträge [der TZ] oder Angebote anderer Anbieter? [DF] Wie häufig nutzen Sie normalerweise journalistische Angebote im Internet bzw. über mobile Geräte, egal ob Beiträge des Freitag oder Angebote anderer Anbieter?</p> <p><i>[fünfstufige Likert-Skala von 1=„mehrmals täglich“, über 2=„täglich etwa einmal“, 3=„mehrmals pro Woche“ und 4=„seltener“, bis 5=„nie“]</i></p>	
21. Anmerkungen	
<p><u>Frage:</u> [TS] Die Ergebnisse dieser Umfrage werden von uns wissenschaftlich ausgewertet und an die Redakteure der Tagesschau (im Rahmen eines internen Workshops) weitergetragen und vermittelt. Wenn Sie den Mitarbeitern der Tagesschau und von tagesschau.de oder auch unserem Forschungsteam abschließend noch etwas mitteilen möchten, haben Sie an dieser Stelle die Gelegenheit dazu. [PT] Die Ergebnisse dieser Umfrage werden von uns wissenschaftlich ausgewertet und an die Redaktion der Sendung [PT-Titel] (im Rahmen eines internen Workshops) weitergetragen und vermittelt. Wenn Sie den Mitarbeiter/-innen der Sendung oder auch unserem Forschungsteam abschließend noch etwas mitteilen möchten, haben Sie an dieser Stelle Gelegenheit dazu. [TZ] Die Ergebnisse dieser Umfrage werden von uns wissenschaftlich ausgewertet und an die Redaktion [der TZ] (im Rahmen eines internen Workshops) weitergetragen und vermittelt. Wenn Sie den Mitarbeiter/-innen der Zeitung oder auch unserem Forschungsteam abschließend noch etwas mitteilen möchten, haben Sie an dieser Stelle Gelegenheit dazu. [DF] Die Ergebnisse dieser Umfrage werden von uns wissenschaftlich ausgewertet und an die Redaktion des Freitag (im Rahmen eines internen Workshops) weitergetragen und vermittelt. Wenn Sie den Mitarbeiter/-innen des Freitag oder auch unserem Forschungsteam abschließend noch etwas mitteilen möchten, haben Sie an dieser Stelle Gelegenheit dazu.</p> <p><i>[offene Antwort]</i></p>	

Endseite

Herzlichen Dank für Ihre Unterstützung.

Sofern Sie Interesse am abschließenden Bericht zu den Ergebnissen unserer Studie haben, können Sie sich gerne [per Mail](#) an uns wenden. Darüber hinaus informieren wir in unserem [Projektblog](#) und via [Twitter](#) über die Fortschritte unseres Forschungsvorhabens.

Literatur

- Altmann, Myrian-Natalie (2011): User Generated Content im Social Web. Warum werden Rezipienten zu Partizipanten? Berlin: Lit Verlag (Mediennutzung, 18).
- Braun, Joshua; Gillespie, Tarleton (2011): Hosting the public discourse, hosting the public. When online news and social media converge. In: Journalism Practice, Jg. 5, H. 4, S. 383-398.
- Bruns, Axel (2005): Gatewatching. Collaborative online news production. New York: Peter Lang.
- Engesser, Sven (2010): Barrieren medialer Partizipation. Ergebnisse eines explorativen Feldexperiments. In: Wolling, Jens; Seifert, Markus; Emmer, Martin (Hg.): Politik 2.0? Die Wirkung computervermittelter Kommunikation auf den politischen Prozess. 1. Aufl. Baden-Baden: Nomos Ed. Fischer (Internet Research, 38), S. 151–167.
- Evers, Huub; Eberwein, Tobias (2011): Can a million toothless tigers make a difference? Potentials and pitfalls of web-based accountability processes in German journalism. URL: http://www.mediaact.eu/fileadmin/user_upload/WP4/WP4_Germany.pdf (Stand: 20.8.2013).
- Henning-Thurau, Thorsten; Gwinner, Kevin P.; Walsh, Gianfranco; Gremler, Dwayne D. (2004): Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms. What motivates consumers to articulate themselves on the internet? In: Journal of Interactive Marketing, Jg. 18, H. 1, S. 39–52.
- Huth, Lutz; Krzeminski, Michael (1981): Zuschauerpost – ein Folgeproblem massenmedialer Kommunikation. Tübingen: Niemeyer.
- Kenix, Linda Jean (2009): Blogs as alternative. In: Journal of Computer-Mediated Communication, Jg. 14, H. 4, S. 790-822.
- Kopp, Mirjam; Schönhagen, Philomen (2008): Die Laien kommen! Wirklich? Eine Untersuchung zum Rollenselbstbild sogenannter Bürgerjournalistinnen und Bürgerjournalisten. In: Quandt, Thorsten; Schweiger, Wolfgang (Hg.): Journalismus online - Partizipation oder Profession? 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 79–94.
- Leung, Louis (2009): User-generated content on the internet. An examination of gratifications, civic engagement and psychological empowerment. In: New Media & Society, Jg. 11, H. 8, S. 1327–1346.
- Loreck, Sabine (1982): Leserbrief als Nische öffentlicher Kommunikation. Münster: Lit-Verlag.
- Markman, Kris M. (2011): Doing radio, making friends, and having fun. Exploring the motivations of independent audio podcasters. In: New Media & Society, Jg. 14, H. 4, S. 547–565.
- Meier, Klaus; Reimer, Julius (2011): Transparenz im Journalismus. Instrumente, Konfliktpotentiale, Wirkung. In: Publizistik. Vierteljahreshefte für Kommunikationsforschung, Jg. 56, H. 1, S. 133-155.
- Mitchelstein, Eugenia (2011): Catharsis and community: Divergent Motivations for Audience Participation in Online Newspapers and Blogs. In: *International Journal of Communication*, 5(2011), S. 2014-2034.
- Neuberger, Christoph (2009): Internet, Journalismus und Öffentlichkeit. Analyse des Medienumbruchs. In: Neuberger, Christoph; Nuernbergk, Christian; Rischke, Melanie (Hg.): Journalismus im Internet. Profession, Partizipation, Technisierung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 19-105.
- Neuberger, Christoph (2012): Journalismus im Internet aus Nutzersicht. Ergebnisse einer Onlinebefragung. In: Media Perspektiven, H. 1, S. 40–55.
- Neuberger, Christoph; Nuernbergk, Christian; vom Hofe, Hanna Jo (2010): Twitter und Journalismus. Der Einfluss des „Social Web“ auf die Nachrichten. Wuppertal: LfM-Dokumentation.
- Neuberger, Christoph; Wendelin, Manuel (2012): Mehr Transparenz im Netz? Öffentlichkeit als Raum der Wahrnehmung und (Meta-)Kommunikation. In: Springer, Nina; Raabe, Johannes; Haas, Hannes; Eichhorn, Wolfgang (Hg.): Medien und Journalismus im 21. Jahrhundert. Herausforderungen für Kommunikationswissenschaft, Journalistenausbildung und Medienpraxis. Konstanz: UVK, S. 121-137.
- Orians, Wolfgang (1991): Hörerbeteiligung im Radio. Eine Fallstudie zu Motivation, Erwartung und Zufriedenheit von Anrufern. München: Verlag Reinhard Fischer.
- Pasternack, Steve (1988): The open forum: A study of letters to the editor and the people who write them. Vortrag im Rahmen des Annual Meeting der Association for Education in Journalism and Mass Communication vom 2.-5. Juli 1988 in Portland, USA.
- Robinson, Sue (2010): Traditionalists vs. convergers. Textual privilege, boundary work, and the journalist-audience relationship in the commenting policies of online news sites. In: Convergence. The International Journal of Research into New Media Technologies, Jg. 16, H. 1, S. 125–143.
- Schweiger, Wolfgang; Quiring, Oliver (2006): User-Generated Content auf massenmedialen Websites - eine Spielart der Interaktivität oder etwas völlig anderes? In: Friedrichsen, Mike; Mühl-Benninghaus, Wolfgang; Schweiger, Wolfgang (Hg.): Neue Technik, neue Medien, neue Gesellschaft? Ökonomische Herausforderungen der Onlinekommunikation. München: Reinhard Fischer .
- Singer, Jane B.; Hermida, Alfred; Domingo, David; Heinonen, Ari; Paulussen, Steve; Quandt, Thorsten; Reich, Zvi; Vujnovic, Marina (2011): Participatory journalism. Guarding open gates at online newspapers. Chichester: Wiley-Blackwell.
- Springer, Nina; Pfaffinger, Michael (2012): Why users comment on online news and why they don't. Vortrag im Rahmen der 62nd annual conference der International Communication Association (ICA) vom 24.-28. Mai 2012 in Phoenix, USA.
- Springfeld, Claudia (2009): Tourismus 2.0: Chancen und Herausforderungen des Online Tourismus im Web 2.0. Hamburg: Diplomica Verlag.

- Sutton, Shaun (01.09.2006): The "my" in ohmynews. A uses and gratifications investigation into the motivations of citizen journalists in South Korea. Leeds. University of Leeds.
- Wehner, Josef (2010): „Numerische Inklusion“ – Wie die Medien ihr Publikum beobachten. In: Sutter, Tilmann; Mehler, Alexander (Hg.): Medienwandel als Wandel von Interaktionsformen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 183–210.
- Weischenberg, Siegfried; Scholl, Armin (1989): Kommunikationserwartungen und Medieneffekte. Wie Publikumsvariablen Wirkungsabläufe beeinflussen können. In: Rundfunk und Fernsehen, Jg. 37, H. 4, S. 421-434.
- Weischenberg, Siegfried; Malik, Maja; Scholl, Armin (2006): Die Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland. Konstanz: UVK.
- Wladarsch, Jennifer (2010): Auf der Spur der Massenmedien in sozialen Onlinenetzwerken. Wie und warum Internetnutzer massenmediale Inhalte in sozialen Onlinenetzwerken nutzen. Unveröff. Masterarbeit. Ludwig-Maximilians-Universität München. München.
- Ziegele, Marc; Quiring, Oliver (2011): In search for an online discussion value. Assessing media-initiated user communication from a news value perspective. Vortrag im Rahmen der 61st Annual Conference der International Communication Association vom 26.-30. Mai 2011 in Boston, USA.