
Vorlagen vom 7. März 2021

Abstimmungsmonitor

Initiative Verhüllungsverbot

E-ID-Gesetz

Freihandelsabkommen Indonesien

Zwischenbericht



**Universität
Zürich** UZH

fög – Forschungszentrum
Öffentlichkeit und
Gesellschaft / Universität
Zürich

12.02.2021

Ein Schlussbericht erscheint
Anfang März 2021.

Inhalt:

2 Überblick

4 Akteure

6 Methode

Der Abstimmungsmonitor des fög wurde Anfang 2013 erstmals lanciert und erfasst die Medienresonanz und die Tonalität der Beiträge im Vorfeld von eidgenössischen Volksabstimmungen. Der Abstimmungsmonitor des fög wird von der Gottlieb und Hans Vogt Stiftung sowie aus eigenen Mitteln finanziert.

Überblick

Linards Udris

In der Schweizer Medienarena wird über die drei Abstimmungsvorlagen unterschiedlich stark, aber insgesamt relativ wenig berichtet (Abb. 1). Die Initiative zum Verhüllungsverbot («Burka-Initiative») erfährt am meisten und das Freihandelsabkommen mit Indonesien am wenigsten Beachtung. Bei der Volksinitiative und dem E-ID-Gesetz ist die Tonalität ambivalent, d.h. negative und positive Stimmen und Bewertungen halten sich die Waage, während die Tonalität gegenüber dem Freihandelsabkommen leicht positiv ist.

Resonanz im Vergleich

Die Medienresonanz der drei Vorlagen vom März 2021 fällt höchstens durchschnittlich aus. Im Vergleich der Abstimmungsvorlagen seit Herbst 2018 war die Medienresonanz zum gleichen Zeitpunkt, d.h. vier Wochen vor Abstimmungsdatum, bei vielen Vorlagen höher. Besonders das Freihandelsabkommen mit Indonesien findet wenig Beachtung und ist sogar eine der am wenigsten thematisierten Vorlagen überhaupt. Freilich handelt es sich um eine Bestandsaufnahme. Die Resonanz wird bei den drei Vorlagen in den kommenden drei Wochen noch ansteigen, wie es typisch ist für die Abstimmungsberichterstattung. Sofern grosse überraschende Ereignisse ausbleiben, wird sich aber an den Resonanz-Unterschieden in den nächsten Wochen nichts Grundlegendes ändern. Die «Burka-Initiative» wird von den drei Vorlagen im Zentrum stehen, aber nicht die Medienagenda insgesamt prägen.

Obwohl die «Burka-Initiative» von den drei aktuellen Vorlagen am meisten thematisiert wird, ist ihre Resonanz auffallend schwach. Denn identitätspolitische Vorlagen, bei denen die die SVP federführend ist, erzielen in der Regel hohe bis sehr hohe Aufmerksamkeit in den Medien – in den letzten beiden Jahren die Begrenzungs- und Selbstbestimmungsinitiative, früher auch die Durchsetzungs-, Masseneinwanderungs-, Ausschaffungs- und Minarett-Initiative. Dies weist darauf hin, dass die Dringlichkeit und Brisanz des Themas (Rolle des Islam in der Schweiz) abgenommen zu haben scheint. Zur relativ schwachen Resonanz passt auch, dass es bei der Vorlage zum Verhüllungsverbot zumindest in den Medien bisher kein klares Bild «SVP gegen alle» gibt, was bei früheren Vorlagen immer ein wesentliches Element des (zugespitzten) Konflikts war und die Aufmerksamkeit angetrieben hat. Daneben zeigt sich auch eine geringere Kampagnen-Intensität auf beiden Seiten. Zumindest wird in den Medien, anders als bei früheren Vorlagen, nicht auf provokante

	Anzahl Beiträge	Tonalität	
		negativ	positiv
Selbstbestimmungsinitiative	389	-29	
Begrenzungsinitiative	385	-34	
Konzernverantwortungsinitiative	343	-9	
Steuerreform	288		5
Waffenrichtlinie	237		27
Kampfflugzeuge	198		17
Fair Food	182	-14	
Sozialversicherungsrecht	163	-13	
Verhüllungsverbot	153	-1	
Jagdgesetz	142		8
Vaterschaftsurlaub	138		17
Zersiedelungsinitiative	130	-6	
Hornkuhinitiative	126		17
Ernährungssouveränität	126	-23	
E-ID-Gesetz	114		2
Mietwohnungsinitiative	105	-7	
Antirassismus-Strafnorm	105		35
Kriegsgeschäfteinitiative	101		0
Velowege	85		53
Freihandel Indonesien	83		12
Kinderabzüge	83	-7	

Abbildung 1: Resonanz und Tonalität

Die Abbildung zeigt die Medienresonanz und die Tonalität der Beiträge für die Abstimmungen vom 7. März 2021 im Vergleich mit allen anderen Volksabstimmungen seit September 2018. Erfasst wurden jeweils 8 Wochen im Abstimmungskampf. Der Tonalitätsindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n= 3676 Beiträge).

Kampagnen-Botschaften oder Plakate der SVP hingewiesen. Und die Resonanz von gegnerischen Parteien ist bisher auffallend gering; dies deutet darauf hin, dass sich diese AkteurInnen bisher zurückhalten.

Die Diskussion in den Medien um das E-ID-Gesetz verläuft bis anhin in relativ «ruhigen Bahnen». Dies passt zur leicht unterdurchschnittlichen Resonanz. Bisher lässt sich eine Form von Routineberichterstattung erkennen, in der die Lancierung der beiden Kampagnen (Pro und Kontra) besprochen wird, die Umfrageergebnisse und Parolenfassungen vermittelt werden und mit ein paar (wenigen) einordnenden oder vergleichenden Analysen ergänzt werden.

Das Freihandelsabkommen mit Indonesien erhält sehr wenig Beachtung. Bis zum aktuellen Zeitpunkt gibt es einige Sonntags- und Wochentitel, die bisher in der «heissen Phase» gar nicht über die Vorlage berichtet haben. Diese schwache oder gar Null-Resonanz bei diesen Medien ist ein Indikator für die (vermeintlich) geringe Brisanz der Initiative. Denn wenn eine Vorlage Brisanz erfährt, versuchen Sonntags- und Wochenmedien abseits der Tagesaktualität und abseits der Routineberichterstattung (Pressekonferenzen etc.), mit eigenen Beiträgen «nachzulegen». Die geringe Resonanz

überrascht insofern, als direkt nach dem sehr intensiven Abstimmungskampf um die Konzernverantwortungsinitiative Ende November 2020 die Rede davon war, dass eine starke Bewegung und Mobilisierung aus ähnlichen Kreisen nun auch bei der Gegen-Kampagne gegen das Freihandelsabkommen zu erwarten sei. Eine solche ist in der Medienberichterstattung allerdings nicht zu erkennen. Auch der medial dargestellte Konflikt zwischen Gruppierungen, die sich noch gemeinsam für die KVI eingesetzt hatten (Hilfswerke und Umweltorganisationen) und nun beim Freihandelsabkommen auf unterschiedlichen Seiten stehen, führt nicht zu anhaltender Medienresonanz.

Tonalität im Vergleich

Die Tonalität der Berichterstattung zur Verhüllungsverbotsinitiative (-1) und zum E-ID-Gesetz (+2) ist nicht ganz typisch, diejenige zum Freihandelsabkommen (+12) aber schon (Abb. 1).

Der Vergleich mit früheren Vorlagen zeigt, dass Initiativen in den allermeisten Fällen mehr Ablehnung als Zuspruch erhalten – nicht zuletzt weil sich die politische Mehrheit gegen Volksinitiativen ausspricht, anders als bei Behördenvorlagen.

Gemessen an der üblichen Tonalität für Initiativen erfährt die anstehende «Burka-Initiative» aber relativ viel Zuspruch. Die resonanzstarken Initiativen der SVP (-29 und -34) und die resonanzschwache Ernährungssouveränitätsinitiative zum Beispiel (-23) waren auf deutlich mehr Kritik gestossen. Eine Zustimmung fürs Verhüllungsverbot zeigt sich insbesondere bei Interviews und bei Gastbeiträgen.

Die leicht positive Tonalität gegenüber dem Freihandelsabkommen mit Indonesien (+12) entspricht dem Muster, dass Behördenvorlagen (auch) in den Medien tendenziell Zuspruch erfahren, auch wenn es mehrere Behördenvorlagen gab, bei denen der Zuspruch nur sehr knapp ausfiel. Die bisher ambivalente Tonalität beim E-ID-Gesetz (+2) ist vor diesem Hintergrund bemerkenswert.

Sprachregionale Unterschiede

In der Berichterstattung über die beiden Abstimmungsvorlagen gibt es einige Unterschiede zwischen den Sprachregionen, vor allem bei der Tonalität, weniger bei der Resonanz (Abb. 2). In beiden Sprachregionen ist das Verhüllungsverbot die klare «Lead»-Vorlage.

		Anzahl Beiträge	Tonalität	
			negativ	positiv
Deutschschweiz	Verhüllungsverbot	101		4
	E-ID-Gesetz	77		8
	Freihandel Indonesien	56		21
Suisse romande	Verhüllungsverbot	52	-10	
	E-ID-Gesetz	37	-11	
	Freihandel Indonesien	27	-7	

Abbildung 2: Resonanz und Tonalität in den Sprachregionen

Die Abbildung zeigt die Medienresonanz und die Tonalität der Beiträge für die Abstimmungen vom 7. März 2021 im Vergleich der beiden Sprachregionen. Der Tonalitätsindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n= 350 Beiträge).

Einige Unterschiede gibt es in der Tonalität, wobei die Zahlen noch nicht so aussagekräftig sind wie jeweils gegen Ende der Abstimmungskämpfe. In beiden Sprachregionen werden die «Burka-Initiative» und das E-ID-Gesetz recht ambivalent behandelt, doch in der Tendenz erhalten die Initiative zum Verhüllungsverbot (+4 vs. -10) und das E-ID-Gesetz (+8 vs. -11) in Deutschschweizer Medien etwas mehr Zuspruch als in der Suisse romande. Das Freihandelsabkommen mit Indonesien stösst in Medien der Deutschschweiz auf recht klare Akzeptanz (+21), aber in der Suisse romande auf leichte Ablehnung (-7).

Akteure

Die Resonanz der Akteure und die Akzeptanz der Vorlagen, wie sie sich bei den Akteuren zeigt, unterscheidet sich zwischen den drei Vorlagen.

Das Bild bei der Initiative zum Verhüllungsverbot ist aus mehreren Gründen bemerkenswert und komplex (Abb. 3). Erstens sind die InitiantInnen (Teile der SVP), anders als bei vielen Volksinitiativen, nicht die resonanzstärkste Akteursgruppe (18%). Stattdessen kommen relativ viele EinzelakteurInnen aus der Zivilgesellschaft (19%) zu Wort, vor allem Muslima. Dies ist eines der Anzeichen, dass sich die Diskussion um das Verhüllungsverbot in erster Linie auf das Tragen von Burka und Niqab bezieht und nicht auf andere Formen der Verhüllung.

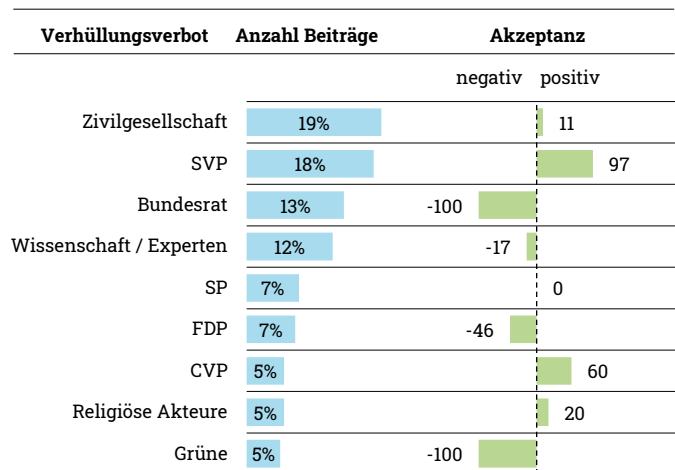


Abbildung 3: Resonanz und Akzeptanz der AkteurInnen – Verhüllungsverbot

Die Darstellung zeigt die bedeutendsten AkteurInnen, die in den untersuchten Medien zur Initiative für ein Verhüllungsverbot Stellung beziehen, sowie deren Akzeptanz der Vorlage gegenüber. Der Akzeptanzindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n = 194 Aussagen)

Zweitens ist die Fokussierung auf die SVP und zivilgesellschaftliche Akteure anders als sonst üblich. Denn während bei früheren Vorlagen «die Zivilgesellschaft» als GegenspielerIn der SVP in Erscheinung trat, positionieren sich nun Akteure aus der Zivilgesellschaft nicht nur mit ablehnenden, sondern auch zustimmenden Positionen (+11). Auch die die SP (0) und religiöse Organisationen (+20) positionieren sich in der Summe weder als GegnerInnen noch BefürworterInnen. Auch die FDP (-42) vermittelt nicht ausschliesslich Ablehnung. Die Initiative stösst also ausserhalb des Kreises der InitiantInnen sowohl auf Kritik als auch auf Zustimmung. Diese Ambivalenz wird in den Medien vor

allem anhand der Frage der Frauenrechte vermittelt. In den Medien erhalten sowohl Frauen Resonanz, die aus feministischer Perspektive ein Verhüllungsverbot ablehnen, als auch Frauen, die es aus feministischer Perspektive befürworten.

Drittens fällt auf: Eine Ambivalenz wird auch dadurch vermittelt, dass verschiedene Menschen muslimischen Glaubens Resonanz erhalten, von denen manche das Verhüllungsverbot befürworten und manche nicht. Im Gegensatz etwa zur Minarett-Initiative, als in den Medien oftmals pauschal von «den Muslimen» die Rede war und Muslime kaum selbst zu Wort kamen (Ettinger 2018), integriert nun die aktuelle Diskussion ein breiteres Spektrum von muslimischen Stimmen.

Insgesamt ist die Diskussion zum Verhüllungsverbot geprägt von Argumenten zu Frauenrechten. Daneben spielen eine Auseinandersetzungen eine Rolle, ob mit der Initiative ein notwendiges Zeichen gegen den «radikalen Islam» gesetzt werden könne oder ob die Initiative Muslime benachteilige und islamophob sei. Klassisch liberale Argumente zu Grundrechten sind deutlich weniger vertreten, also ob Kleiderverbote in die Verfassung gehören und ob Toleranz das Ertragen und Aushalten dessen beinhaltet, was man nicht gut findet. Keine grosse Rolle spielt der indirekte Gegenvorschlag, der automatisch in Kraft tritt, wenn die Initiative abgelehnt wird. Ausser Bundesrätin Karin Keller-Sutter und dem Rat der Religionen bringt kaum jemand

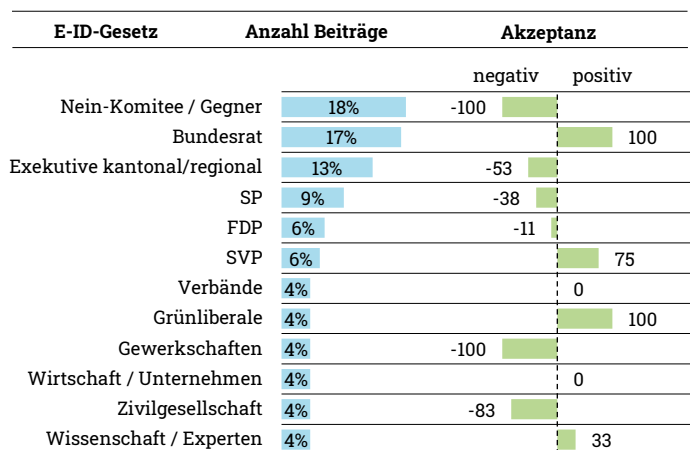


Abbildung 4: Resonanz und Akzeptanz der AkteurInnen – E-ID-Gesetz

Die Darstellung zeigt die bedeutendsten AkteurInnen, die in den untersuchten Medien zum E-ID-Gesetz Stellung beziehen, sowie deren Akzeptanz der Vorlage gegenüber. Der Akzeptanzindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n = 144 Aussagen)

Argumente ein, bei denen die Initiative mit dem Gegenvorschlag verglichen wird.

Bei den beiden Behördenvorlagen zeigt sich einerseits ein typisches Bild. Als prominentester Akteur erscheint jeweils das Referendums-Komitee (Abb. 4 und Abb. 5). Andererseits ist es weniger typisch, dass die Referendums-Kampagne medial fast nur in Form der Referendums-Bündnisse stattfindet. Laut Medien setzte sich «ein breites Bündnis» gegen die Behördenvorlage ein, aber die einzelnen ExponentInnen und die Organisationen, die sie vertreten, kommen weniger zum Vorschein. Dies bedeutet, dass der «Absender» des Referendums über weniger Profil verfügt, was das mediale Bild betrifft. Dies war anders zum Beispiel bei der Konzernverantwortungs-Initiative, als neben den Hinweisen auf das «breite Bündnis» zusätzlich insgesamt viele einzelne konkrete Organisationen aus einem breiten Spektrum Resonanz fanden und das Anliegen unterstützten. Oder auch beim Sozialversicherungsrecht (November 2018), als die Gegnerschaft prominenten Zuspruch von der SP erhielt.

Erscheinung tritt. Zudem kommt zwar der Bundesrat (17%) als offizieller Befürworter oft zu Wort (+100), aber gleichzeitig erhalten auch einzelne Kantone Resonanz, die das E-ID-Gesetz kritisch sehen (13%; -53). Die Behörden vermitteln also insgesamt keine einheitliche Position.

Beim Freihandelsabkommen hingegen stammt die Kritik vorwiegend vom Referendums-Komitee (16%) und erhält Unterstützung fast nur von den (Jungen) Grünen (8%). Mit zustimmenden Voten finden neben dem Bundesrat Mitte- und Rechtsparteien Resonanz; auch die SP (13%) ist in der Summe mit mehr zustimmenden Voten für das Freihandelsabkommen als mit ablehnenden Stimmen präsent (+33).

Freihandel Indonesien	Anzahl Beiträge	Akzeptanz	
		negativ	positiv
Nein-Komitee / Gegner	16%	-100	
SP	13%		33
Zivilgesellschaft	13%	-29	
Bundesrat	12%		100
Grüne	8%	-73	
SVP	7%		100
Wirtschaftsverbände	6%		100
Grünliberale	5%		71
CVP	4%		60
Wissenschaft / Experten	4%	-40	

Abbildung 3: Resonanz und Akzeptanz der AkteurInnen – Freihandelsabkommen Indonesien

Die Darstellung zeigt die bedeutendsten AkteurInnen, die in den untersuchten Medien zum Freihandelsabkommen mit Indonesien Stellung beziehen, sowie deren Akzeptanz der Vorlage gegenüber. Der Akzeptanzindex kann maximal die Werte +100 (ausschliesslich positiv) bis -100 (ausschliesslich negativ) annehmen (n = 135 Aussagen)

Dennoch gibt es zwischen den beiden Behördenvorlagen interessante Unterschiede in der Akteurs-Konstellation. Denn während beim Freihandels-Abkommen das mediale Bild einem Konflikt um Umweltthemen nahekommt, wie es zum Beispiel bei der Zersiedelungsinitiative Anfang 2019 auch der Fall war, ist das Bild beim E-ID-Gesetz diffuser. Es gibt keine Partei, die medial als klare Befürworterin oder als klare Gegnerin in

Methode

Auswahl der Beiträge

Erfasst werden alle redaktionellen Beiträge, die sich zentral mit den Abstimmungsvorlagen auf nationaler Ebene auseinandersetzen und im Zeitraum vom 14. Dezember 2020 bis 7. Februar 2021 erschienen sind. Es werden 309 verschiedene Medienbeiträge erfasst, wobei in einem Beitrag drei Vorlagen gleichzeitig angesprochen werden können (Initiative Verhüllungsverbot: n = 153; E-ID-Gesetz: n = 114; Freihandelsabkommen Indonesien: n = 83). 92% der Beiträge thematisieren jeweils eine Vorlage, 8% jeweils zwei oder drei Vorlagen. Unbearbeitete Agenturmeldungen und Kurzformen (z.B. «In Kürze») werden nicht berücksichtigt.

Tonalität der Beiträge

Die Akzeptanz gegenüber den Abstimmungsvorlagen wird über die Tonalität gemessen, die sich im Artikel insgesamt beobachten lässt. Dabei wird zwischen einer «positiven», einer «negativen», einer «kontroversen (ambivalenten)» und einer «neutralen» Tonalität unterschieden. «Neutral» bedeutet nicht, dass die Medien «neutral» im Sinne von «ausgewogen» in einem Beitrag sowohl Pro- als auch Kontra-AkteurInnen Resonanz erteilen (= «kontrovers»), sondern bezeichnet Beiträge, in denen keine Argumente vermittelt werden (z.B. Deskription von Umfrageergebnissen) und/oder in denen Zusatzinformationen geliefert werden, deren Tonalität gegenüber der Vorlage unklar ist (z.B. deskriptive Auflistung der gesetzlichen Regelungen in Nachbarstaaten). In stärkster Form zeigt sich die Tonalität bei Aussagen, die explizit eine Abstimmungsempfehlung beinhalten. Daneben zeigt sich die Tonalität aber auch bei Aussagen

- zur «Grundproblematik» einer Vorlage (z.B. Beiträge, die ökologischen Probleme bei einer Plantage in einem afrikanischen Land problematisieren – «negativ» bei Freihandelsabkommen Indonesien);
- zur Zweckmässigkeit oder Legitimität der Massnahmen, die mit der Vorlage verbunden sind (z.B. Bericht darüber, dass ein Verhüllungsverbot entgegen den Behauptungen der InitiativgegnerInnen keine negativen Auswirkungen auf den Tourismus in der Schweiz haben wird – «positiv» bei Initiative Verhüllungsverbot);
- zur sozialen Reputation von Kampagnen-AkteurInnen (z.B. Vorwurf, die BefürworterInnen würden eine übertriebene Kampagne betreiben – «negativ» bei der Initiative Verhüllungsverbot);

- zur funktionalen Reputation von Kampagnen-AkteurInnen (z.B. Lob für wirksame Kampagnenführung der BefürworterInnen – «positiv» bei der Initiative Verhüllungsverbot);
- bei zugespitzten Aussagen über die Akzeptanz der Vorlagen gemessen an Meinungsumfragen, mit Thematisierung der Auswirkungen auf die Kampagnenführung und die Erfolgchancen (z.B. «XY erleidet Schiffbruch und Befürworter sind nervös» – «negativ» beim E-ID-Gesetz).

Der Tonalitäts-Wert, der sich zwischen -100 und +100 bewegen kann, wird wie folgt berechnet: (Anzahl Beiträge mit positiver Tonalität minus Anzahl Beiträge mit negativer Tonalität) geteilt durch Anzahl alle Beiträge multipliziert mit 100.

Für jeden Beitrag wird bestimmt, ob die Tonalität primär über die Medien selbst bestimmt wird («Medium»), primär über AkteurInnen, die in den Medien zu Wort kommen («AkteurInnen»), oder mehr oder minder gleichgewichtet durch Medien und AkteurInnen («Medium und AkteurInnen»). Eine medienbestimmte Tonalität lässt sich in stärkster Form in Kommentaren und Leitartikeln erkennen, aber auch bei (Hintergrund-)Berichten, bei denen das Medium Bewertungen einspeist («Medium»). Hier unterscheiden wir zwischen expliziten Positionierungen des Mediums (explizite Empfehlung, eine Vorlage an- oder abzulehnen) und impliziten Positionierungen (z.B. Bestätigung der Grundproblematik einer Initiative). Daneben erfassen wir diejenigen Fälle, in denen zwar AkteurInnen ihre Positionen einspeisen, die Medien aber diese Akteure und/oder Positionen ebenfalls prominent bewerten («Medium und AkteurInnen»). Fälle einer primär akteursbestimmten Tonalität sind Gastbeiträge von AkteurInnen, Interviews und «vermeldende» Berichte über die Stellungnahmen von AkteurInnen («AkteurInnen»).

AkteurInnen und Akzeptanz

Für jeden Beitrag und pro Vorlage werden die maximal drei resonanzstärksten AkteurInnen sowie deren Positionierung gegenüber der Vorlage bestimmt (Akzeptanz). Für die Abstimmungsvorlagen vom 7. März 2021 werden auf diese Weise 473 Aussagen erfasst. Der Akzeptanz-Wert, der sich zwischen -100 und +100 bewegen kann, wird wie folgt berechnet: (Anzahl Aussagen AkteurIn A mit positiver Positionierung minus Anzahl Aussagen AkteurIn A mit negativer Positionierung)

geteilt durch Anzahl aller Aussagen AkteurIn A multipliziert mit 100. In den Grafiken werden jeweils nur die wichtigsten Akteursgruppen dargestellt; daher ergeben die Prozentwerte (Resonanz) der dargestellten AkteurInnen aufsummiert nicht 100%.

Mediensample

Das Mediensample besteht aus 14 Newssites (Online-Auftritten) von Zeitungen, 6 Sonntags- resp. Magazintiteln (Print) und 5 Titeln der SRG aus der Deutschschweiz und der Suisse romande, die jeweils als SRF resp. RTS zusammengefasst werden. Weil das Mediensample seit Sommer 2018 vor allem Newssites statt gedruckten Zeitungen umfasst, sind die Resultate nicht direkt vergleichbar mit den Resultaten des Abstimmungsmonitors zu den Vorlagen von März 2013 bis Juni 2018. Sie sind aber direkt vergleichbar mit den Vorlagen seit September 2018 – mit Ausnahme, dass in der Zwischenzeit der früher erfasste blickamabend.ch eingestellt wurde.

Newssites Abonnement: 24 heures, Aargauer Zeitung, Basler Zeitung, Berner Zeitung, Le Temps, Luzerner Zeitung, Neue Zürcher Zeitung, Südostschweiz, Tages-Anzeiger, Tribune de Genève

Newssites Boulevard- und Pendlermedien: 20 Minuten, 20 minutes, Blick, Le Matin

Sonntagszeitungen / Magazine (Print): Le Matin Dimanche, NZZ am Sonntag, SonntagsBlick, Sonntags-Zeitung, Schweiz am Wochenende, Weltwoche

Titel SRG: SRF: 10vor10, srf.ch/news (Online), Tagesschau; RTS: Le Journal, rts.ch/info (Online)