

Methodik zur Berechnung der Medienagenda

Merkmale

- Unterschiedliche Publikationsvolumen von Medientiteln haben keinen Einfluss auf die Agenda.
- Die beiden Agenden der Deutschschweiz und der Suisse romande erhalten dasselbe Gewicht.
- Gewichtige Themen entstehen, wenn
 - o (fast) alle Medientitel über dasselbe Thema berichten, bzw.
 - o Bestimmte Typen (Abonnement-, Boulevard-/Gratiszeitungen) Themen intensiv behandeln.

Datengrundlage

Um die Agenda der wichtigsten Themen im Vergleich zur Vorperiode abzubilden, werden alle Beiträge eines Medientitels – ausser Kurz- und Agenturmeldungen – aus den zwei Vergleichsperioden einbezogen. Die Ausgangsmenge zur Ermittlung der wichtigsten Themen umfasst pro Monat rund 9'000 Beiträge.

Mediensample

- *Deutschschweiz*: Neue Zürcher Zeitung, Tages-Anzeiger, Blick, 20 Minuten, Rendez-vous (Radio SRF 1), Tagesschau (SRF 1)
- *Suisse romande*: Le Temps, Le Matin, Le Journal (RTS Un)

Berechnung

1. *Gewicht der Kommunikationsereignisse im einzelnen Medientitel pro Periode*: Pro Medientitel und für jedes Thema wird der prozentuale Anteil der Beiträge, gemessen am Gesamtvolumen (durchschnittliche Anzahl monatlicher Beiträge pro Medium), berechnet.
2. *Gewicht der Kommunikationsereignisse in den Medientiteln der Deutschschweiz bzw. der Suisse romande pro Periode*: Für beide Sprachregionen werden die durchschnittlichen prozentualen Gewichte pro Thema über die jeweiligen Medientitel gemittelt.
3. *Gewicht der Kommunikationsereignisse in der Medienagenda pro Periode*: Das durchschnittliche prozentuale Gewicht pro Thema aus den beiden Sprachregion wird erneut gemittelt.

Kommunikationsereignis

Kommunikationsereignisse bestehen aus allen Beiträgen – ausgeschlossen Kurz- und Agenturmeldungen – eines Medientitels bzw. im Vergleich mehrerer Medientitel, die in sachlicher, sozialer, zeitlicher und räumlicher Hinsicht das gleiche Geschehen thematisieren.