



Codieranweisungen für die inhaltsanalytische Untersuchung von Google

Die nachfolgenden Anweisungen konkretisieren die im Codebuch angegebenen **Variablen/Kategorien** sowie die dazugehörigen **Indikatoren** und dienen damit der Präzisierung des Codierprozesses. Beim Codieren ist daher auf die strikte Einhaltung dieser Anweisungen zu achten.

1. Codierer

Codierer_Name

Diese formale Variable dient der Identifikation des Codierers, da die Datenerfassung abwechselnd von verschiedenen Codierern durchgeführt wird. Den Codierern steht für die Datenerfassung die Statistik- und Analyse-Software SPSS zur Verfügung, die später auch für die Auswertung genutzt wird. Der Codierer hat hier jeweils die Möglichkeit, seinen Namen per Dropdown-Menü auszuwählen.

Codierer_Datum

Die Variable **Codierer_Datum** dient der kalendarischen Einordnung. Die Eingabe hat nach folgendem Schema zu erfolgen: TT.MM.JJJJ

Codierer_Uhrzeit

Die Variable **Codierer_Uhrzeit** dient der genauen zeitlichen Einordnung. Geplant ist, die Daten jeweils zur selben Tageszeit zu erfassen, um mögliche Abweichungen, die möglicherweise durch unterschiedliche Tageszeiten entstehen würden, zu vermeiden. Die Eingabe der Uhrzeit hat nach folgendem Schema zu erfolgen: hh:mm

Codierer_Standort

Da möglicherweise nicht alle Codierer den gleichen Wohnsitz haben, wird beim Codierprozess auch der Ort der Codierung angegeben. In SPSS ist diese Variable per Dropdown-Menü auswählbar.

2. Suchergebnis

Suchergebnis_Ergebnisseite

Der Codierer gibt hier an, ob die erste oder zweite Ergebnisseite analysiert wird.

Suchergebnis_Platzierung

Da neben den angezeigten Suchergebnissen des organischen Suchindexes auch Nachrichtenverweise, Bilder, Videos, Blogeinträge, Shoppingergebnisse, Einträge von Google Maps und Google Books, sowie die geschalteten AdWords im bezahlten Index analysiert werden, muss während des Codierprozesses eine eindeutige Differenzierung erfolgen. Die Ränge der regulären Suchergebnisse werden daher mit den Ziffern 2001 bis 2010 angegeben. Die Positionsangabe der Nachrichtenverweise erfolgt mithilfe der Ziffern 3001 bis 3010. Die Ränge der Bilder werden entsprechend mit den Ziffern 4001 bis 4010 angegeben. Nach diesem Prinzip erfolgen auch die Angaben zu Blogeinträgen, Shoppingergebnissen, sowie Einträgen von Google Maps und Google Books. Eine weitere Unterscheidung wird bei den Google AdWords-Anzeigen nötig. Handelt es sich um Textanzeigen, die oberhalb der regulären Trefferliste platziert sind, so erfolgt die Codierung des Ranges mittels der Ziffern 10001 bis 10010. Sind die Anzeigen rechts neben dem organischen Suchindex platziert, so wird die jeweilige Position mittels der Ziffern 11001 bis 11010 angegeben.



Dieses Dokument steht unter der Lizenz CC-BY-NC 3.0

Suchergebnis_Anzahl News

Hier wird die Anzahl der Nachrichtenverweise angegeben, die auf einer Ergebnisseite gelistet sind.

Suchergebnis_Anzahl Bilder

Hier wird die Anzahl der Bilder angegeben, die auf einer Ergebnisseite gelistet sind. Damit sind alle grafisch aufbereiteten Oberflächen gemeint, die über die Bild-Suchergebnisse bei Eingabe des Suchbegriffs angezeigt werden, d. h. nicht nur Fotos, sondern auch Grafiken, Logos usw.

Suchergebnis_Anzahl Videos

Hier wird die Anzahl der Videos angegeben, die auf einer Ergebnisseite per Thumbnail und Verlinkung eingebunden werden. Codiert wird hier also die Anzahl der angezeigten Thumbnails.

Suchergebnis_Anzahl Blogs

Hier wird die Anzahl der Blog-Posts angegeben, die auf einer Ergebnisseite gelistet sind.

Suchergebnis_Anzahl Shopping

Hier wird die Anzahl der Shopping-Ergebnisse angegeben, die auf einer Ergebnisseite gelistet sind.

Suchergebnis_Anzahl Maps

Hier wird die Anzahl der Verweise auf Google Maps angegeben, die auf einer Ergebnisseite gelistet sind.

Suchergebnis_Anzahl Books

Hier wird die Anzahl der Verweise auf Google Books angegeben, die auf einer Ergebnisseite gelistet sind.

Suchergebnis_Anzahl Anzeigen

Hier wird die Anzahl der AdWords angegeben, die auf einer Ergebnisseite gelistet werden.

3. Suchtreffer

Suchtreffer (Link)_URL

Hier wird die vollständige Ziel-URL angegeben. Bei Bildern und Videos sind die Anweisungen unter „Sonderfall Bilder“ und „Sonderfall Videos“ zu beachten.

Suchtreffer (Link)_Titel

Codiert wird hier die verlinkte Überschrift des Suchtreffers.

Suchtreffer (Link)_Wertung

Hier wird die wertende Tendenz codiert, die sich aus dem beschreibenden Text des Suchtreffers ergibt. Um dem Anspruch an das Forschungsinteresse gerecht zu werden, ist diese Einordnung nötig, da nur so der Kontext und das im Suchmaschinen-Index präsente Meinungsbild quantitativ erfasst werden können. Da sich der wertende Charakter einer Link-Beschreibung nicht immer allein aus der Beschreibung selbst ergibt, muss die Link-Beschreibung immer zusammen mit dem Link-Titel betrachtet werden. Die Bewertungsskala reicht von *eindeutig positiv* über *neutral* bis *eindeutig negativ*. Hinzu kommen die Auswahlmöglichkeiten *ambivalent* und *keine*. Über die Zuordnung entscheiden die Wortwahl sowie der eigentliche Sachverhalt in seinem Kontext. Dabei wird die Wortwahl auch hinsichtlich ihrer Verwendung und Bedeutung im deutschen Sprachgebrauch untersucht. Die sich hieraus ergebende Wertungstendenz lässt auf Ablehnung bzw. Zustimmung



Dieses Dokument steht unter der Lizenz CC-BY-NC 3.0

schließen. Im Folgenden wird das Wertungsschema anhand des Suchbegriffs „Atomkraft“ beispielhaft aufgeführt:

Eindeutig positiv: „Atomkraft schont die natürlichen Ressourcen der Erde und verursacht keinen CO₂-Ausstoß.“

Eher positiv: „Es überwiegen die Vorteile der Energiegewinnung durch Atomkraft.“

Neutral: „Atomkraft ist eine Technologie zur großtechnischen Erzeugung von Sekundärenergie.“

Eher negativ: „Die Energiegewinnung durch Atomkraft birgt neben den Vorteilen auch viele Risiken.“

Eindeutig negativ: „Der Reaktorunfall in Tschernobyl hat katastrophale gesundheitliche Auswirkungen.“

Ambivalent: „Es gibt viele Argumente, die für eine Nutzung der Atomkraft sprechen, aber ebenso viele negative.“

Lässt der analysierte Text keine trennscharfe Zuordnung zu, weil sowohl eindeutige Elemente der Befürwortung als auch der Ablehnung vorhanden sind, so ist die Variable **Suchtreffer (Link)_Wertung** als **ambivalent** zu codieren. Dieser Indikator ist auch zu wählen, wenn der Text Synonyme beziehungsweise Wörter mit einer Doppeldeutigkeit enthält, die eine eindeutige Zuordnung unmöglich machen. Ist der untersuchte Text rein sachlicher Natur (z. B. bei einem Enzyklopädie-Eintrag), der keinen eindeutigen Standpunkt beinhaltet, so ist er mit **neutral** zu codieren. Mit **keine** wird nur in zwei Fällen codiert: Google zeigt in der Regel nur bei der ersten gelisteten News einen beschreibenden Text an. Die weiteren Nachrichten werden oft lediglich mit ihrer Schlagzeile aufgeführt, so dass nicht immer eine eindeutige Beurteilung möglich ist. In diesem Fall wird mit **keine** codiert. Der zweite Fall bezieht sich auf die regulären Treffer des organischen Suchindex selbst. Die hierangezeigten Link-Beschreibungen sind maximal 160 Zeichen lang und werden regelmäßig aus dem HTML-Code der jeweiligen Zielseite entnommen. Angezeigt wird die im HTML-Header hinterlegte „Meta-Description“ aber nur, wenn sie von Google als besonders relevant erachtet wird oder die zugehörige Zielseite zu wenig oder gar keinen Text enthält, aus dem Google eigenständig so genannte „Snippets“ ziehen könnte. Bei den Snippets handelt es sich um ausgewählte Textpassagen bzw. Bausteine, die Google als relevant genug erachtet, um den Seiteninhalt treffend beschreiben oder den Kontext repräsentieren zu können. Diese Snippets können sowohl aus dem Text der Zielseite stammen, als auch aus dem redaktionell betreuten internationalen Webverzeichnis DMOZ (www.dmoz.org bzw. www.dmoz.de) entnommen sein. In manchen Einzelfällen listet Google gar keine Linkbeschreibung oder aber augenscheinlich willkürlich aneinandergereihte Textfragmente, die keinen grammatikalischen oder semantischen Zusammenhang erkennen lassen. In diesen Fällen ist eine Beurteilung weder möglich noch sinnvoll; hier wird mit **keine** codiert.

4. Zielseite

Zielseite_Art

Hier wird die Art der verlinkten Zielseite codiert. Es wird zwischen folgenden Merkmalsausprägungen unterschieden:

Selbstverweis: Bei Selbstverweisen handelt es um Zielseiten, bei denen Google auf sich selbst verweist. Dazu zählen Google-Maps und Google-Books.



Dieses Dokument steht unter der Lizenz CC-BY-NC 3.0

Internetpräsenz Firma: Hier handelt es sich um den Internetauftritt einer Firma.

Fotoportal: Hier handelt es sich um Portale, auf denen Nutzer Fotos anschauen und/oder herunterladen und/oder selbst hochladen können. Beispiele hierfür sind flickr.com oder fotolia.com.

Videoportal: Hier handelt es sich um Portale auf denen Nutzer Videos anschauen und/oder hochladen können. Beispiels hierfür sind YouTube.com oder vimeo.com.

Forum: Hier handelt es sich um Foren, in denen Nutzer Diskussionen verfolgen und sich selbst daran beteiligen können. Beispiele hierfür sind gutefrage.net oder forum.piratenpartei.de.

Enzyklopädie: Hier handelt es sich um allgemeine oder themenspezifische Nachschlagewerke. Beispiele hierfür sind Wikipedia.com oder wirtschaftslexikon.gabler.de.

Soziales Netzwerk: Hier handelt es sich um eine Form von Netzgemeinschaften, welche technisch durch Web-2.0-Anwendungen ermöglicht werden. Üblicherweise werden den Nutzern Funktionen wie das Erstellen eines persönlichen Profils oder den Empfang und Versand von Benachrichtigungen ermöglicht. Beispiele hierfür sind facebook.com oder twitter.com.

Sonstige: Diese Merkmalsausprägung wird gewählt, wenn die Zielseite eindeutig einer Art zuzuordnen ist, die nicht als Indikator definiert ist.

Zielseite_Urheber

Als Urheber wird die juristische Person mit Angabe der Rechtsform codiert, die im Impressum als Verantwortliche genannt ist. Wenn keine juristische Person ermittelbar ist, wählt der Codierer die natürliche Person, die offensichtlich verantwortlich ist. Falls im Impressum weder eine juristische noch eine natürliche Person als Verantwortliche benannt wird, ist mit **anonym** zu codieren.

Zielseite_Branche

Der Urheber der Zielseite wird zudem mit einer Branche beschrieben. Um die nötige Trennschärfe zu gewährleisten, werden politische Akteure in **politische Partei**, **Politiker** oder **Regierung** unterschieden. Der Indikator **Regierung** umfasst dabei sowohl die Bundes- und Landesregierungen als auch andere Verfassungsorgane, wie beispielweise Bundesrat oder Bundesversammlung. Als staatliche Institutionen wird codiert, wenn es sich um Ämter, Behörden, Ministerien, Gerichte oder Vergleichbares handelt. Als **Non-Profit-Organisation** werden private, nicht staatliche Unternehmen mit einer eigenständigen Rechtsform und ohne Gewinnausschüttung codiert. Weiterhin wird zwischen den drei Wirtschaftssektoren, dem Primär-, Sekundär- und Tertiärsektor unterschieden. Dementsprechend wird hier mit den Merkmalsausprägungen **Landwirtschaft**, **industrielle Produktion** und **Dienstleistungsgewerbe** codiert. Handelt es sich beim Urheber der Inhalte um eine Privatperson, die keiner Branche zugeordnet werden kann, ist mit **Privatperson** zu codieren. Wenn der Urheber eindeutig einer Branche zuzuordnen ist, die nicht als Indikator definiert ist, wählt der Codierer **Sonstige**. Die Branche des Urhebers ergibt sich grundsätzlich aus dem allgemeinen Erfahrungsschatz des Codierers sowie aus dem offensichtlichen Kontext und Erscheinungsbild der Website.

Zielseite_Wertung

Unter **Zielseite_Wertung** betrachtet der Codierer ausschließlich den Content-Bereich der Zielseite, also keine Navigationselemente, Anzeigen oder vergleichbare Elemente. Dabei wird nur die Haltung der Zielseite gegenüber dem Thema des Suchbegriffs codiert, die in den ersten 100 Wörtern des Seiteninhalts erkennbar ist. Die Variable bezieht sich ausdrücklich nicht auf die Haltung des Akteurs gegenüber dem Thema. Die Bewertungsskala reicht von **eindeutig positiv** über **neutral** bis



eindeutig negativ. Über die Zuordnung entscheiden wieder die Wortwahl sowie der eigentliche Sachverhalt in seinem Kontext. Dabei wird die Wortwahl auch hinsichtlich ihrer Verwendung und Bedeutung im deutschen Sprachgebrauch untersucht. Die sich hieraus ergebende Darstellungstendenz lässt auf Ablehnung bzw. Zustimmung schließen. Eine beispielhafte Codierung mittels dieses Schemas zum Suchbegriff „Atomkraft“ befindet sich unter den Anweisungen zum Indikator **Suchtreffer (Link)_Wertung**. Ist der untersuchte Text rein sachlicher Natur (z. B. bei einem Enzyklopädie-Eintrag), der keinen eindeutigen Standpunkt beinhaltet, so ist er mit **neutral** zu codieren. Lässt der analysierte Text keine trennscharfe Zuordnung zu, weil sowohl eindeutige Elemente der Befürwortung als auch der Ablehnung vorhanden sind, so ist die Variable **Zielseite_Wertung** als **ambivalent** zu codieren. Dieser Indikator ist auch zu wählen, wenn der Text Synonyme beziehungsweise Wörter mit einer Doppeldeutigkeit enthält, die eine eindeutige Zuordnung unmöglich machen.

5. Akteur

Akteur_Name

Unter **Akteur_Name** wird codiert, wer auf der Zielseite als Akteur benannt ist. Betrachtet wird hier wiederum ausschließlich der Content-Bereich, also keine Navigationselemente, Anzeigen oder vergleichbare Elemente. Zur Auswertung werden ebenfalls die ersten 100 Wörter des jeweiligen Seiteninhalts herangezogen. Codiert wird der Akteur, der im Textabschnitt als erstes eindeutig namentlich benannt wird. Abstrakte Formulierungen wie Atomindustrie oder Atomkraftgegner zählen nicht als Akteur. Wenn in den ersten 100 Wörtern des Content-Bereichs kein Akteur erwähnt wird, wählt der Codierer den Indikator **kein**.

Akteur_Branche

Der Akteur, der auf der Zielseite benannt sind, wird zudem mit einer Branche beschrieben. Um die nötige Trennschärfe zu gewährleisten, werden politische Akteure wieder in **politische Partei**, **Politiker** oder **Regierung** unterschieden. Der Indikator **Regierung** umfasst sowohl die Bundes- und Landesregierungen als auch andere Verfassungsorgane, wie beispielweise Bundesrat oder Bundesversammlung. Außerdem werden abstrakte Begriffe wie Staat oder Berlin mit **Regierung** codiert. Als **staatliche Institutionen** wird codiert, wenn es sich bei dem Akteuren um Ämter, Behörden, Ministerien, Gerichte oder Vergleichbares handelt. Als **Non-Profit-Organisationen** werden private, nicht staatliche Unternehmen mit einer eigenständigen Rechtsform und ohne Gewinnausschüttung codiert. Weiterhin wird zwischen den drei Wirtschaftssektoren, dem Primär-, Sekundär- und Tertiärsektor unterschieden. Dementsprechend wird hier mit den Merkmalsausprägungen **Landwirtschaft**, **industrielle Produktion** und **Dienstleistungsgewerbe** codiert. Handelt es sich beim Urheber der Inhalte um eine Privatperson, die keiner Branche zugeordnet werden kann, ist mit **Privatperson** zu codieren. Wenn der Akteur eindeutig einer Branche zuzuordnen ist, die nicht als Indikator definiert ist, wählt der Codierer **Sonstige**. Die Branche des Akteurs ergibt sich grundsätzlich aus dem allgemeinen Erfahrungsschatz des Codierers sowie aus dem offensichtlichen Kontext. Wenn in den ersten 100 Wörtern des Content-Bereichs kein Akteur erwähnt wird, wählt der Codierer den Indikator **kein**.

Akteur_Kontext

Hier wird der Kontext codiert, in dem der Akteur erwähnt wird. Die Bewertungsskala reicht von **eindeutig positiv** über **neutral** bis zu **eindeutig negativ**. Hinzu kommen die Auswahlmöglichkeiten **ambivalent** und **kein**. Über die Zuordnung entscheiden die Wortwahl sowie der eigentliche Sachverhalt in seinem Kontext. Dabei wird die Wortwahl auch hinsichtlich ihrer Verwendung und Bedeutung im deutschen Sprachgebrauch untersucht. Die sich hieraus ergebende



Darstellungstendenz lässt schließlich auf Ablehnung bzw. Zustimmung schließen. Im Folgenden wird das Wertungsschema anhand des Suchbegriffs „Atomkraft“ beispielhaft aufgeführt:

Eindeutig positiv: „Jürgen Trittin besucht die Atomkraftgegner in Gorleben und reiht sich in die Menschenkette der Demonstranten ein.“

Eher positiv: „Jürgen Trittin besucht die Atomkraftgegner in Gorleben und versucht ihnen Mut zu machen.“

Neutral: „Jürgen Trittin besucht die Atomkraftgegner in Gorleben.“

Eher negativ: „Die Bundesregierung möchte die Laufzeitenverlängerung für Kernkraftwerke durchsetzen.“

Eindeutig negativ: „Die Bundesregierung will die Laufzeitenverlängerung mit juristischen Winkelzügen durchpeitschen.“

Ambivalent: „Angela Merkel weist auf die Gefahren der Energiegewinnung durch Atomkraft hin, spricht sich aber gleichzeitig für die Laufzeitenverlängerung von Kernkraftwerken aus.“

Lässt der analysierte Text jedoch keine trennscharfe Einstufung zu, weil sowohl eindeutige Elemente der Befürwortung als auch der Ablehnung vorhanden sind und diese auf eine gesplante Wertung schließen lassen, so ist der **Akteur_Kontext** als **ambivalent** zu codieren. Dieser Indikator ist auch zu wählen, wenn der Text Synonyme beziehungsweise Wörter mit einer Doppeldeutigkeit enthält, die eine eindeutige Zuordnung unmöglich machen. Wird ein Akteur wertungsfrei erwähnt, so ist der Kontext mit **neutral** zu codieren. Mit **kein** wird nur codiert, wenn innerhalb der ersten 100 Wörter kein Akteur genannt ist.

6. News

News_Alter

Das Alter des Inhalts der Zielseite wird nur codiert, wenn es sich um journalistische Inhalte handelt. Diese Erfassung soll einen Erkenntnisgewinn im Hinblick auf die Aktualität der Suchmaschine Google schaffen. Dementsprechend wird bei nichtjournalistischen Inhalten auf die Codierung des Alters verzichtet und mit **nicht relevant** codiert.

News_Darstellung

Handelt es sich bei der untersuchten Zielseite um eine Seite mit eindeutig journalistischem Inhalt, wie beispielsweise spiegel.de oder bild.de, so wird zudem die journalistische Darstellungsform codiert. Die Auswahlmöglichkeit beschränkt sich ausschließlich auf die angegebenen Möglichkeiten der Darstellung. Mit **Übersicht** wird codiert, wenn es sich bei der Zielseite um reine Übersichtsseiten handelt, die lediglich Teaser zu journalistischen Beiträgen beinhalten. Handelt es sich um Inhalte im Sinne der (tagesaktuellen) journalistischen Berichterstattung, wird entsprechend mit **Berichterstattung** codiert. Hintergrundberichte mit nur latent aktuellem Bezug werden mit dem Indikator **Hintergrund** erfasst. Trifft der Codierer auf der Zielseite auf eine Interview-Situation, wählt er den Indikator **Interview**. Journalistische Kommentare enthalten üblicherweise eine bewertende Tendenz und sind mit dem Indikator **Kommentar** gegenüber den anderen Darstellungsformen abzugrenzen. Kommentierende Inhalte in Form eines Blog-Eintrages werden dagegen als **Blog-Eintrag** eingeordnet. Wird auf eine Zielseite in Form eines Newstickers verwiesen, der wiederum nur Teaser zu journalistischen beinhaltet, ist mit **Newsticker** zu codieren. Andere



Darstellungsformen werden nicht spezifisch erfasst, da der zusätzliche Erkenntnisgewinn bei einem vergleichsweise hohen Codieraufwand nur sehr gering sein würde; der Codierer wählt **Sonstige**, wenn die Darstellung nicht eindeutig den definierten Indikatoren zuzuordnen ist. Mit **nicht relevant**

wird nur codiert, wenn es sich auf der Zielseite nicht um journalistische Inhalte handelt. Beispiele hierfür sind neutrale Einträge in Nachschlagewerken oder subjektive Inhaltsangebote von Firmen.

News_ Ressort

Beinhaltet die Zielseite journalistische Inhalte und lässt sich gestalterisch und/oder inhaltlich eindeutig einem redaktionellen Ressort zuordnen, so wird dieses ebenfalls codiert. Die Auswahlmöglichkeit beschränkt sich dabei auf relevante Ressorts wie **Politik, Wirtschaft, Kultur, Regional** und **Unterhaltung**. Bei Blog-Einträgen wird das Ressort gewählt, dem der Blog am ehesten zuzuordnen ist. Weitere Ressorts werden nicht spezifisch erfasst, da der zusätzliche Erkenntnisgewinn bei einem vergleichsweise hohen Codieraufwand ebenfalls sehr gering sein würde; der Codierer wählt **Sonstiges**, wenn sich das Ressort nicht eindeutig den definierten Indikatoren zuordnen lässt. Mit **nicht relevant** wird nur codiert, wenn es sich auf der Zielseite nicht um journalistische Inhalte handelt.

Sonderregelungen

Bilder

Da auch die Bilder, die auf der Google-Ergebnisseite angezeigt sind, von der Codierung umfasst werden, ist es notwendig weitere Vorschriften zu definieren: Als **Suchtreffer (Link)_URL** muss bei verlinkten Bildern die Domain der Zielseite codiert werden, auf der sich das Bild befindet. Da auf der Google-Ergebnisseite kein Titel und kein beschreibender Text eingebunden wird, muss der Codierer bei **Suchtreffer (Link)_Titel** und **Suchtreffer (Link)_Wertung** mit **keine** codieren. Der Codierer deaktiviert beim Betreten der Zielseite den eingeblendeten Frame der Suchmaschine, bevor er mit der Codierung fortfährt. Um die Kategorien **Zielseite** und **Akteur** zu codieren, muss immer die Zielseite insgesamt betrachtet werden. Das Bild wird also für die weitere Codierung im Kontext der Zielseite bearbeitet. Relevant sind hier wieder die ersten 100 Wörter des Content- Bereichs. Handelt es sich um eine Zielseite mit journalistischen Inhalten, werden vom Codierer die identifizierenden Indikatoren der Kategorie **News** genutzt; handelt es sich nicht um journalistische Inhalte wird jeweils mit **nicht relevant** codiert.

Videos

Da auch die Videos, die auf der Google-Ergebnisseite angezeigt sind, von der Codierung umfasst werden, ist es notwendig weitere Vorschriften zu definieren: Als **Suchtreffer (Link)_URL** muss bei verlinkten Videos die Domain der Zielseite codiert werden, auf der das Video eingebunden ist. Da auf der Google-Ergebnisseite kein beschreibender Text angezeigt wird, muss der Codierer bei **Suchtreffer (Link)_Wertung** mit **keine** codieren. Um die Kategorie **Zielseite** codieren zu können, muss immer die Zielseite insgesamt betrachtet werden. Das Video wird also für die Codierung dieser Kategorie im Kontext der Zielseite bearbeitet. Um die Kategorie **Akteur** codieren zu können, müssen die ersten 60 Sekunden des Videos für die Analyse herangezogen werden. Es sei denn, auf der Zielseite existiert ein relevanter (Beschreibungs-) Text, dessen Auswertung sinnvoll wäre. Handelt es sich um eine Zielseite mit journalistischen Inhalten, werden vom Codierer die identifizierenden Indikatoren der Kategorie **News** genutzt; handelt es sich nicht um journalistische Inhalte wird jeweils mit **nicht relevant** codiert.