

1.1. Bibliographische Angaben

Variable	Beschreibung	Code/Wert	Codieranweisung
file	Filename	offen	Hier den Dateinamen einfügen (z.B. «Smith_2009.pdf» oder «Smith-Taylor_2009.pdf» oder «Smith-et-al_2009.pdf»)
doi	doi	_____	
title	Titel der Studie	offen	
authors	Autor*innen	offen	
landautor	Land Hochschule Erstautor*in	offen	Land der Hochschule der/des Erstautor*in
pubjahr	Jahr der Veröffentlichung	_____	Wenn zutreffend, dann online first/early access angeben
pubmonat	Monat der Veröffentlichung	_____	
		nicht verfügbar 99	
journal	Journal	offen	
impact	Journal Impact Factor	_____	
impact5y	Journal Impact Factor (5 years)	_____	
cited	Zitationen (innerhalb Web of Science, BIOSIS, CSCD usw. [Z9])	_____	Anzahl der Zitationen
researcharea	Forschungsfeld	_____	Aus SSCI record übernehmen

1.2. Inhaltliche Merkmale der Studie

Variable	Ausprägungen	Code	Codieranweisung
datajahr	Jahr(e) der Datenerhebung	_____	In welchem Jahr bzw. in welchen Jahren wurden die untersuchten Daten erhoben?
thema	Thema		In welcher wissenschaftlichen Disziplin ist das Thema anzusiedeln, über das kommuniziert wird?
	Wissenschaft im Allgemeinen	10	
	Naturwissenschaften	20	
	Biologie/Biotechnologie	21	(engl. Biology/Biotechnology) Hierzu zählt Gentechnik (an Pflanzen und Tieren angewandt)
	Medizin	22	(engl. Medical Science) Hierzu zählen Gentechnik (an Menschen angewandt), Ernährung, Pharmazie, Homöopathie, sexuelle Aufklärung
	Geo- und Klimawissenschaften	23	(engl. Geography/Climate Science) Hierzu zählt Fracking

	Physik	24	(engl. Physics) Hierzu zählt Kernenergie(-technik)
	Chemie	25	(engl. Chemistry)
	Nanowissenschaften/-technik	26	(engl. Nanoscience)
	Psychologie	27	(engl. Psychology)
	Neurowissenschaften	28	(engl. Neuroscience)
	Sozialwissenschaften	30	(engl. Social Sciences) Hierzu zählen Erziehung, Bildung, Wirtschaft, Recht, Politik, Kommunikation
	Kunst	40	(engl. Arts) Hierzu zählen Musik, Sprache, Literatur, Geschichtswissenschaft
	Sonstiges Thema	50	Hierunter AI und 5G codieren; wenn thema = 50, dann thema.sonst codieren
	Unklar/nicht erkennbar	99	
thema.sonst	Sonstiges Thema, und zwar:	offen	
landstudie	Untersuchtes Land		In welchem Land bzw. welchen Ländern wurde die Studie durchgeführt? [Mehrfachnennung]
	offen		
	Kein spezifisches Erhebungsland	100	Weil z.B. Social-Media-Kommunikation allgemein untersucht wurde
	Unklar/nicht erkennbar	999	
methodology	Methodologie		Wurden (vor allem) quantitative oder qualitative Methoden eingesetzt?
	Vor allem quantitative Methoden	1	usually large(r) samples, emphasis on numeric data, statistical analysis such as univariate tables, cross-tabulations, multivariate regression analysis
	Vor allem qualitative Methoden	2	usually small(er) samples, emphasis on textual data, interpretative analysis using hermeneutic, discourse analytical and other analyses
	Gleichgewicht von quantitativen und qualitativen Methoden	3	
	Unklar/nicht erkennbar	9	
method	Primäre Erhebungsmethode		Welche Erhebungsmethode wurde verwendet? Wenn mehrere Methoden verwendet wurden, «Triangulation» (40) codieren.
	Befragung	10	
	Persönlich-mündliche Befragung	11	
	Telefonische Befragung	12	
	Schriftliche/Schriftlich-postalische Befragung	13	

	Online-Befragung	14	
	(Qual.) Leitfaden-, Experten- oder Fokusgruppeninterview	15	
	Inhalts-/Beziehungs-/Strukturanalyse	20	
	Stand. Inhaltsanalyse (manuell)	21	
	Stand. Inhaltsanalyse (automatisiert)	22	
	Netzwerkanalyse, Topic Modelling	23	
	Qualitative Inhaltsanalyse	24	
	Diskursanalyse, hermeneutische Verfahren	25	
	Andere	30	
	Teilnehmende Beobachtung	31	<i>z.B. (n)ethnographische Verfahren</i>
	Nicht-teilnehmende Beobachtung	32	<i>z.B. Eye-Tracking, Logfile-Analyse</i>
	Lauter Denken, Q-Method	33	
	Physiologische Messung	34	<i>Hautleitwiderstandsmessung, Pulsmessung, EEG, fMRI, Thermografie, Stimmfrequenzmessung</i>
	Triangulation	40	<i>Codieren, wenn mehrere Methoden gleichermassen verwendet wurden</i>
	Sonstige Methode	50	<i>Wenn methode = 50, dann methode.sonst codieren</i>
	Unklar/nicht erkennbar	99	
methode.sonst	Sonstige primäre Erhebungsmethode, und zwar:		offen
design.focus	Studiendesign: Fokus		Wurde ein Fall untersucht oder wurden mehrere Fälle/Länder/Themen untersucht und verglichen?
	Fallstudie	1	<i>focus on describing/explaining one case in depth</i>
	Komparative Studie	2	<i>focus on comparing different countries or issues</i>
	Unklar/nicht erkennbar	9	
design.time	Studiendesign: Zeitliche Dimension		Ist die Studie als Quer- oder Längsschnittstudie angelegt?
	Querschnitt	1	<i>focus on analyzing a certain status quo or condition</i>
	Längsschnitt	2	<i>focus on analyzing developments over time, z.B. Panel- oder Langzeituntersuchungen</i>
	Kombination aus Querschnitt/Längsschnitt	3	
	Unklar/nicht erkennbar	9	
experiment	Experimentalsetting		Ist die Studie (oder sind Teile der Studie) als Experiment angelegt?
	ja	1	<i>Randomized Controlled Trials unter rct codieren</i>
	nein	0	
	Unklar/nicht erkennbar	9	

rct	Randomized Controlled Trial		Ist die Studie ein Randomized Controlled Trial?
	ja	1	
	nein	0	
	Unklar/nicht erkennbar	9	
stimulus	Stimulus		Die Wirkung welches (Wissenschafts-)Kommunikationsinhaltes wurde untersucht? [Mehrfachnennung]
	Text	1	<i>z.B. Online-Newsartikel, Blogpost, Tweet</i>
	Bild	2	<i>z.B. Fotos, Werbeanzeige, Instagram-Post, Landkarte</i>
	Video	3	<i>z.B. YouTube-Video, On-Demand- Fernsehsendung</i>
	Audio	4	<i>z.B. Podcast, Gespräch, Rede, On-Demand-Radiosendung</i>
	Interaktives Medium	5	<i>z.B. Videospiele, Gesundheitsapps</i>
	Kein spezifischer Stimulus	6	<i>z.B. Online-Kommunikationsinhalte im Allgemeinen</i>
	Sonstiger Stimulus	7	<i>Wenn stimulus = 7, dann stimulus.sonst codieren</i>
	Unklar/nicht erkennbar	9	
stimulus.sonst	Sonstiger Stimulus, und zwar:	offen	
kanal	Kanal		Über welchen Medienkanal wurden die Kommunikationsinhalte kommuniziert? [Mehrfachnennung]
	UGC-Medium	10	
	Social Media	11	<i>Facebook, Twitter, Instagram, YouTube; Messenger wie WhatsApp hier codieren</i>
	Foren, Message Boards	12	<i>z.B. Quora, hier auch Reddit</i>
	Wikis	13	<i>Wikipedia</i>
	Blogs, Podcasts	14	<i>Nachrichtenpodcasts von Medienorganisationen oder Unternehmen unter 21 bzw. 22 codieren</i>
	Institutions- oder unternehmenseigene Kanäle	20	
	Kanäle von Nachrichten- und Unterhaltungsmedien	21	<i>z.B. Netflix, Nachrichten-Apps, Mediatheken</i>
	Kanäle von Unternehmen, Behörden, Hochschulen	22	<i>z.B. Online-Pressemitteilungen von Hochschulen oder Firmen-Websites; Social-Media-Präsenzen als 11 codieren</i>
	Kanäle von Vereinen, Initiativen, NGOs	23	
	Suchmaschinen	24	
	Kein spezifischer Kanal	30	<i>z.B. digitale Kanäle im Allgemeinen</i>
	Sonstiger Kanal	40	<i>Wenn kanal = 40, dann kanal.sonst codieren</i>
	Unklar/nicht erkennbar	99	
kanal.sonst	Sonstiger Kanal, und zwar:	offen	

kommunikator	Kommunikator		Wer oder was kommuniziert/sendet die Wissenschaftskommunikationsinhalte, deren Wirkung untersucht wurde?
	Mikroebene	10	
	Laien	11	<i>z.B. User*innen, Patient*innen, Medienrezipient*innen</i>
	Wissenschaftler*innen	12	<i>Hierzu auch Ärzt*innen</i>
	Intermediäre (Einzelakteure)	13	<i>z.B. Journalist*innen, Blogger*innen, Wissenschaftskommunikator*innen,</i>
	Wissenschaftliche Stakeholder aus der Politik (Einzelakteure)	14	<i>z.B. Politiker*innen, Mitarbeiter*innen bei Behörden und im öffentlichen Dienst; aber nicht: Journalist*innen</i>
	Wissenschaftliche Stakeholder aus der Wirtschaft (Einzelakteure)	15	<i>z.B. Unternehmer*innen, aber nicht: Journalist*innen</i>
	Nicht-menschliche Akteure	16	<i>z.B. (Chat-)Bots, Fake-Profile, Virtual Agents usw.</i>
	Netzwerk-/Organisationsebene	20	
	NGOs, Vereine, Initiativen	21	
	Wissenschaftliche Institutionen	22	<i>z.B. Hochschulen, Forschungsinstitute, Akademien, hierzu auch Museen und Aquarien sowie Kliniken und Krankenhäuser</i>
	Intermediäre (Organisationen)	23	<i>z.B. Medienorganisationen, Zeitungsverlage, Fernsehsender</i>
	Wissenschaftliche Stakeholder aus der Politik (Organisationen)	24	<i>z.B. Ministerien, Behörden, Ämter</i>
	Wissenschaftliche Stakeholder aus der Wirtschaft (Organisationen)	25	<i>Hierzu auch Krankenversicherungen, Marktforschungsunternehmen und Online-Plattformen wie Facebook & Twitter; Medienunternehmen als Intermediäre (23) codieren</i>
Kein spezifischer Kommunikator	30	<i>z.B. Social-Media-User im Allgemeinen</i>	
Sonstiger Kommunikator	40	<i>Wenn kommunikator = 40, dann kommunikator.sonst codieren</i>	
Unklar/Nicht erkennbar	99		
kommunikator. sonst	Sonstiger Kommunikator, und zwar:	offen	
receiver	Empfänger/Adressat		Wer oder was empfängt die Wissenschaftskommunikationsinhalte, deren Wirkung untersucht wurde?
	Mikroebene	10	
	Laien	11	<i>z.B. User*innen, Patient*innen, Medienrezipient*innen</i>
	Wissenschaftler*innen	12	<i>Hierzu auch Ärzt*innen</i>
	Intermediäre (Einzelakteure)	13	<i>z.B. Journalist*innen, Blogger*innen, Wissenschaftskommunikator*innen,</i>
	Wissenschaftliche Stakeholder aus der Politik (Einzelakteure)	14	<i>z.B. Politiker*innen, Mitarbeiter*innen bei Behörden und im öffentlichen Dienst; aber nicht: Journalist*innen</i>
	Wissenschaftliche Stakeholder aus der Wirtschaft (Einzelakteure)	15	<i>z.B. Unternehmer*innen, aber nicht: Journalist*innen</i>
	Netzwerk-/Organisationsebene	20	

	NGOs, Vereine, Initiativen	21	
	Wissenschaftliche Institutionen	22	<i>z.B. Hochschulen, Forschungsinstitute, Akademien, hierzu auch Museen und Aquarien sowie Kliniken und Krankenhäuser</i>
	Intermediäre (Organisationen)	23	<i>z.B. Medienorganisationen, Zeitungsverlage, Fernsehsender</i>
	Wissenschaftliche Stakeholder aus der Politik	24	<i>z.B. Ministerien, Behörden, Ämter</i>
	Wissenschaftliche Stakeholder aus der Wirtschaft	25	<i>Hierzu auch Krankenversicherungen, Marktforschungsunternehmen und Online-Plattformen wie Facebook & Twitter; Medienunternehmen als Intermediäre (23) codieren</i>
	Kein spezifischer Empfänger	30	<i>z.B. Facebook-Nutzer im Allgemeinen</i>
	Sonstiger Empfänger	40	<i>Wenn receiver = 40, dann receiver.sonst codieren</i>
	Unklar/nicht erkennbar	99	
receiver.sonst	Sonstiger Empfänger, und zwar:	offen	
wirktyp	Typ der primär untersuchten Wirkung		Welche Wirkung wurde in erster Linie untersucht? [Mehrfachnennung]
	Verhalten bzw. Verhaltensintentionen («behavioral»)	1	<i>Konsum, Mediennutzung, Kommunikationsverhalten bzw. -intentionen, Self-Efficacy</i>
	Einstellung («attitudinal»)	2	<i>Bewertung, Einschätzung, Ansicht, Meinung, Haltung</i>
	Kognition («cognitive»)	3	<i>Wissen, Literacy, Elaborationsstärke, Aufmerksamkeit, Interesse, Involvement, Uncertainty, Awareness</i>
	Emotion («emotional»)	4	<i>Enjoyment, Affekt, Erregung</i>
	Physiologie («physiological»)	5	<i>Hautleitwiderstand, Puls, Potenzialschwankungen im Gehirn (EEG), Sauerstoffverbrauch im Gehirn (fMRI), Pupillendurchmesser, Blickverlauf (Eye-Tracking), Oberflächentemperatur (Thermografie via Infrarot), Stimmfrequenzanalysen</i>
	Unklar/nicht erkennbar	9	
note	Auffälligkeiten	Offen	Allfällige Auffälligkeiten und Anmerkungen bitte hier notieren
example	Typische Studie		Taugt die Studie eventuell als Beispielstudie, anhand derer man später einen robusten Befund illustrieren kann?
	ja	1	
	nein	0	
kernbefund	Kernbefund	offen	<i>Ggfs. aus Abstract entnehmen</i>

1.3. Backlog: Gestrichene Variablen

wirk_level	Untersuchte Wirkung: Level		
	Intraindividuelle Ebene	1	<i>z.B. Einstellungen, Meinungen, Verhalten usw. eines Individuums</i>
	Interpersonale Ebene	2	<i>z.B. Gesprächsverhalten, Meinungsführerschaft mehrerer Individuen</i>
	Netzwerk-/Organisationsebene	3	<i>z.B. Berichterstattung eines Mediums</i>
	Makro-/Gesellschaftsebene	4	<i>z.B. politische Entscheidungen</i>
	Unklar/nicht erkennbar	99	
wirk_pattern	Untersuchte Wirkung: Pattern		
	Langfristige Veränderung	1	<i>«gradual long-term change in magnitude»</i>
	Keine Veränderung, aber Intensitätszuwachs oder -minderung	2	<i>«gradual long-term nonchange in magnitude but change in weight»</i>
	Unmittelbare Veränderung	3	<i>«immediate shift»</i>
	Kurzzeitige Fluktuation	4	<i>«short-term fluctuation change»</i>
	Unklar/nicht erkennbar	99	
kernbefund	Kernbefund	offen	<i>Ggfs. aus Abstract entnehmen</i>