

Codebuch zur teilstandardisierten Medieninhaltsanalyse

Projekt: Dissertation von Julia Person

Russland auf Hochglanz

Eine empirische Untersuchung redaktioneller Lokalisierungsstrategien und -praktiken am Beispiel der Lifestylemagazine *Cosmopolitan* und *Maxim* in dem Zeitraum 1995–2011

Codebuch

Teilstandardisierte Medieninhaltsanalyse redaktioneller Lokalisierung in russländischen Versionen internationaler Hochglanzmagazine

Stand: 20.06.2022

Inhalt

Codebuch zur teilstandardisierten Medieninhaltsanalyse	1
1. Allgemeine Codieranweisungen	3
1.1 Ziel der Untersuchung	3
1.2 Struktur des Kategorienschemas.....	3
1.3 Theoretischer Hintergrund	5
1.4. Definition zentraler Begriffe	7
2. Stichprobe und Samplebildung.....	10
2.1 Auswahleinheit	10
2.2 Untersuchungszeitraum.....	10
2.3 Umfang der Untersuchung	11
2.4 Analyseeinheiten	12
2.5 Zugriffskriterien.....	13
2.6 Dokumentvariablen	14
3. Bildung des Kategoriensystems	16
3.1 Erfolgte Vorbereitungen.....	16
3.2 Beschreibung des Codierprozesses	16
3.3 Codierebene I: Formale Merkmale auf der Artikelebene	17
3.4 Codierebene II: Thematische und inhaltliche Kategorien	24
3.5 Codierebene III: Lokalisierungskategorien.....	37
LITERATURVERZEICHNIS CODEBUCH	62

1. Allgemeine Codieranweisungen

1.1 Ziel der Untersuchung

Die vorliegende teilstandardisierte Medieninhaltsanalyse untersucht die Konstruktionsprinzipien redaktioneller Lokalisierung und Ausprägungen kultureller Adaption am Beispiel von unterhaltenden Medieninhalten. Redaktionelle Lokalisierung von Medieninhalten ist ein wesentlicher Bestandteil des Glokalisierungsprozesses, der in der vorliegenden Untersuchung in erster Linie als *praxisrelevante Marketingstrategie zur Etablierung bereits vielfach im Ausland erfolgreicher Publikumszeitschriften* verstanden wird. Dahinter verbirgt sich die Praxis der (kulturellen) Anpassung transnational gehandelter Medienformate an das jeweilige lokale Zielpublikum – unter besonderer Beachtung der kulturellen Spezifik des jeweiligen Landes.

Somit gilt es, mithilfe des vorliegenden Codebuches in der teilstandardisierten Medieninhaltsanalyse identitätsstiftende Lokalisierungs- und Adaptionsstrategien offenzulegen. Darüber hinaus gilt es zu ermitteln, auf welche Weise lokal, regional oder national konnotierte Inhalte – in Form von referenziellen und thematischen Bezügen – Eingang in die untersuchten Hochglanzmagazine finden. Das auf diese Weise ermittelte deduktiv-induktive Kategoriensystem gibt am Ende auch Aufschluss darüber, wie die gewonnenen Ergebnisse systematisiert und in einen Gesamtzusammenhang eingeordnet werden können.

1.2 Struktur des Kategorienschemas

Mit dem vorliegenden Codebuch werden die Inhalte ausgewählter russländischer Versionen internationaler Hochglanzmagazine im Zeitraum von 1995 bis 2011 erfasst. Die als analyserelevant eingestufteten Artikel sind Kategorie für Kategorie in der vorgegebenen Reihenfolge zu codieren. Das Kategorienschema unterscheidet drei Codierebenen:

- Formale Kategorien (Codierebene I)
- Allgemeine inhaltliche Kategorien (Codierebene II)
- Spezifische inhaltliche Kategorien bzw. Lokalisierungskategorien (Codierebene III).

Alle analyserelevanten redaktionellen Beiträge bzw. Artikel (beide Begriffe werden hier synonym verwendet) werden auf der Codierebene I und II codiert. Vertiefend werden Beiträge, die *redaktionelle Lokalisierung* aufweisen, in einzelne Sinneinheiten zerlegt und erst dann gesondert codiert (Codierebene III). Somit sind die Lokalisierungskategorien aus Codierebene

III nur auf letztere Gruppe der „*lokalisierten Artikel*“ anzuwenden (siehe Tabelle A1). Auf diese Weise verkleinert sich die Stichprobe, wird aber feingliedriger codiert.

Tabelle A1: Darstellung der drei zentralen Codierebenen (I-III)

Formale Kategorien	
Codierebene I	<ul style="list-style-type: none"> – Codierdatum – Beitragsidentifikation (inkl. Medium, Erscheinungsjahr und Nummer der Ausgabe, Seitenangabe, Codierer:in) – Umfang des Beitrages – journalistische Darstellungsformen
Allgemeine inhaltliche Kategorien	
Codierebene II	<ul style="list-style-type: none"> – Hauptthema des Beitrages – Akteure und Handlungsträger – Aktualitätsbezug – Sonderkategorie Anzeigenwerbung
Spezifische inhaltliche Kategorien (Lokalisierungskategorien)	
Codierebene III	<ul style="list-style-type: none"> – Anzahl lokalisierter Artikel – nationale Themen – explizit und implizit lokalisierte Textstellen – Lokalisierungsstrategien – referenzielle und thematische Bezüge

Quelle: Eigene Darstellung

Beiträge, die als nicht analyserelevant eingestuft werden (Sammelkategorie NA), sowie alle Werbeanzeigen werden ebenfalls codiert (Codierregeln dazu siehe Abschnitt 3.2 und 3.4.4). Die Codierung ist für beide zuletzt genannte Kategorien jedoch weniger komplex. Alle Arbeits- und Codierschritte sind in der angegebenen Reihenfolge durchzuführen.

Codierebene I:

Zunächst werden für jeden analyserelevanten Artikel formale Beitragsmerkmale erfasst. Dazu zählen das Codierdatum und Angaben zur eindeutigen Beitragsidentifikation wie die konkreten Seitenzahlen für alle erfassten Beiträge sowie die Bestimmung der Journalistischen Darstellungsform und des Artikelumfangs.

Codierebene II:

Auf dieser Ebene wird einerseits das Hauptthema des Beitrags bestimmt sowie der Aktualitätsbezug jedes für die Untersuchung relevanten Artikels codiert. Zu dieser Codierebene gehören somit inhaltliche und akteursbezogene Kategorien sowie die Sonderkategorie Anzeigenwerbung.

Codierebene III:

Zuletzt geht es ausschließlich um die Beschäftigung mit dem Themenkomplex der redaktionellen Lokalisierung. Die Codierung erfolgt hier themenunabhängig. Auf Artikelebene wird erfasst, ob ein Artikel als lokalisiert einzustufen ist. Im nächsten Schritt geht es um die Feststellung, ob es sich auf Aussagenebene pro Sinneinheit um eine explizite oder implizite Form der Lokalisierung handelt. Für die selbigen Sinneinheiten werden anschließend Lokalisierungsstrategien, die aus der Theorie hergeleitet sind, überwiegend deduktiv codiert. Hierbei sind die Kategorien und mögliche Ausprägungen größtenteils vorab festgelegt. Dennoch ist die Möglichkeit, „neue“ Lokalisierungsstrategien aus dem Untersuchungsmaterial heraus induktiv zu codieren, grundsätzlich vorgesehen; solche Kategorien sind entsprechend (mit dem Kürzel „_ind“) zu markieren. Zuletzt werden die thematischen und referenziellen Bezüge auf Aussagenebene überwiegend induktiv und somit explorativ codiert.

1.3 Theoretischer Hintergrund

Infolge der Diskussion um die Globalisierung der Medienkommunikation etablierte sich in der medien- und kommunikationswissenschaftlichen Forschung ein eher „vorsichtiger“ Globalisierungsbegriff (Hepp et al. 2005b). Anstatt von einer umfassenden Medienglobalisierung auszugehen, einigte man sich auf das Verständnis von einer weltweit zunehmenden medienvermittelten kommunikativen Konnektivität (vgl. Hepp et al. 2006, S. 7). Insbesondere mediale Unterhaltungsprodukte sind prädestiniert dazu, Ländergrenzen zu überschreiten. Sowohl einzelne Medienprodukte als auch übertragbare Formate verfügen schon von ihrem Konzept her über einen hohen Grad an Universalität, der sie transkulturell anknüpfbar und somit (meist nach Modifikation) für diverse Ländermärkte gut adaptierbar macht.

Transnational agierende Medienkonzerne setzen im Zuge ihrer Internationalisierungsbestrebungen bewusst auf Prozesse der Glokalisierung von diversen Gütern, selbiges gilt für unterhaltende Medienprodukte (Kleinsteuber 2005; Schaffmeister und

Haller 2018). Statt Universalisierung kommt überwiegend die kulturelle Übersetzung von Unterhaltungsformaten sowie die punktuelle Anpassung von Medienprodukten an neue Märkte und Zielgruppen zum Einsatz. Als sogenannte *key agents* – und somit als Kulturträger bzw. berufliche Kulturvermittler (Hepp 2006a, S. 132) agieren die Mitarbeiter:innen (vgl. Hepp et al. 2003, S. 15) lokaler Redaktionen. Deren zentrale Aufgabe ist es, über die Lokalisierung von standardisierten Medienformaten einen lokalen und ggf. nationalen Rahmen zu geben und dadurch ein Gefühl der *kulturellen Nähe* (nach Straubhaar 2007) bei den Rezipient:innen zu erzeugen. Auf diese Weise soll Vertrauen geschaffen und Kundenbindung erzielt werden. Die Funktionsmechanismen dieser vielschichtigen Anpassungsprozesse waren bisher vor allem Gegenstand von Studien im Bereich der TV-Formatforschung (Mikos 2002; Mikos und Perotta 2013; Weber 2013, 2015; Schrader und Winkler 2014; Grüne 2016).

Anders als in vorangegangenen Studien werden in dieser Studie Ausprägungen von Lokalisierung am Beispiel von populären Publikumszeitschriften untersucht. Auf medienvermittelte Kommunikation übertragen, impliziert der ursprünglich von Roland Robertson (1998b) geprägte Begriff der *Glokalisierung* eine produktive Koexistenz des „Globalen“, „Lokalen“, „Nationalen“ und „Regionalen“ innerhalb eines Medienproduktes oder Medientextes. Wesentlicher Bestandteil dieses Phänomens ist die auf Textebene erkennbare Verortung von Medientexten in greifbaren geographischen oder auch in weniger greifbaren kulturellen Räumen. Ausgehend davon wird in dieser Studie *Glokalisierung* sowohl als theoretisch-methodischer Rahmen, als auch als praxisrelevante Marketingstrategie verstanden und entsprechend in der teilstandardisierten Medieninhaltsanalyse operationalisiert. Im Zeitschriftensegment erfolgt vorwiegend aus marketingstrategischen Gründen eine (teils antizipatorische) Lokalisierung der Medieninhalte und kulturelle Adaption der Zeitschriftenformate.

Die Lokalisierung (im Sinne von Verortung) von Medieninhalten ist eng mit individueller und kollektiver Identitätsstiftung verknüpft. Dennoch sollten Medien nicht per se als Identitätsressourcen betrachtet werden. Ihre Erforschung kann unter diesem Gesichtspunkt allenfalls ein tieferes Verständnis der Rolle von einzelnen Medienprodukten bei der Artikulation verschiedener einzelner Identitätsaspekte liefern (vgl. Hepp et al. 2003, S. 15). Trotzdem spielen Medien, auch explizit populäre Unterhaltungsmedien, für die Konstruktion kollektiver kultureller und nationaler Identitäten (ähnliches gilt auch für Geschlechteridentitäten) eine besondere Rolle, indem sie permanent Identitätsangebote (re)produzieren. Diese Angebote dienen sodann als Ressourcen für sehr beständige Selbstbeschreibungen, genauso wie für Be- und Zuschreibungen im Gruppenkontext. Gerade für territorial große Länder mit

zentralistischen Machtstrukturen spielen solche Konstrukte eine besondere Rolle, denn jene Länder sind auf eine solche Art der permanenten Rückbestätigung angewiesen, um sich selbst immer wieder zu legitimieren. Insofern findet auch in populären Unterhaltungsmedien ein permanentes *Doing Nation* statt.

An dieser Stelle ist der Konstruktcharakter des Nationalen als *Imagined Communities* nach Benedict Anderson“ (2006) ausdrücklich zu betonen. Medienvermitteltes *Nation Building* konstituiert sich vorwiegend über die fortwährende Reproduzierung von gemeinschaftserzeugenden Symbolen, kollektivem Wissen, historischen Mythen, Narrativen und Erinnerungen. Zum Teil äußert sich das in einer banalen Form (hier in Anlehnung an Michael Billigs Konzept des *banal nationalism* von 1995) durch die Verwendung sogenannter *small words* wie „wir“, „unser“ und „hier“ sowie scheinbar beiläufiger Reproduzierung nationaler Symbole. Bis jetzt wurden solche national konnotierten Inhalte inhaltsanalytisch am Beispiel von Qualitätszeitungen untersucht und stark in den EU-Kontext eingebettet (Lichtenstein und Eilders 2014; Baeva 2014). Die vorliegende Medieninhaltsanalyse ist als Weiterentwicklung dieser Ansätze zu betrachten. Hinzu kommt, dass für unterhaltende Formate (sowohl im Print-, Online- als auch im TV-Kontext) solche Inhaltsanalysen im russländischen Kontext bisher nicht erfolgt sind und hiermit somit aus Sicht der deutschsprachigen Kommunikationsforschung eine weitere Forschungslücke geschlossen werden kann.

1.4. Definition zentraler Begriffe

1.4.1 Lokalisierung und Kulturelle Adaption

In Anlehnung an Albert Moran (2009b) wird von anderen Begriffen wie Übersetzung, Nachahmung, Übertragung oder Domestizierung Abstand genommen, die synonym für ähnliche Prozesse der Anpassung von Inhalten an bestimmte Länderspezifika gebraucht werden. Zum Einsatz kommt im Folgenden vor allem der Begriff der Lokalisierung [eng. *localization*], der sowohl im Kontext der TV-Format-Studien als auch im Bereich der „Lokalisierung“ von Software und Computerspielen gebraucht wird. Für die folgende Inhaltsanalyse wird der Lokalisierungs begriff unter Beachtung der genrebedingten Besonderheiten der Untersuchung von Publikumszeitschriften vom TV-Kontext auf den Print-Kontext übertragen. Ebenso von Bedeutung ist der Begriff der kulturellen Adaption, der hier in die Konzeptualisierung von Lokalisierung integriert wird. Im Folgenden erfolgt eine aus der theoretischen Vorarbeit abgeleitete Definition der Lokalisierungskategorien und der dazugehörigen Ausprägungen, die für den Codierprozess relevant sind.

1.4.2 Lokalisierte Artikel und Lokalisierungsstrategien

Wie eingangs beschrieben, ist der wichtigste Begriff, den es im Rahmen dieser Inhaltsanalyse zu operationalisieren gilt, zweifellos der der Lokalisierung. Auf der Darstellungsebene erfolgt die Anpassung eines standardisierten Zeitschriftenformats an den jeweiligen Ländermarkt mithilfe multipler Strategien der Lokalisierung. Lokalisierung meint in diesem Codebuch die explizite und implizite lokale, regionale, nationale und auch kulturelle Verortung von Textstellen oder ganzen Artikeln. Somit gilt diese Kategorie gleichermaßen für die geografische als auch national-kulturelle Verortung von Textstellen in den untersuchten Zeitschriften. Die unterschiedlichen Ausprägungen solcher Verortung(en) auf inhaltlicher und sprachlicher Ebene werden mithilfe der teilstandardisierten Inhaltsanalyse erfasst. Neben der Identifikation von Artikeln, die lokalisierte Textstellen aufweisen oder sich ggf. gänzlich einem nationalen Thema widmen, gilt es, auf Basis der bereits entwickelten Kategorien jedem lokalisierten Textabschnitt eine dominierende Lokalisierungsstrategie zuzuweisen.

1.4.3 Explizite vs. implizite Lokalisierung von Textstellen

Explizite Lokalisierung ist über Signalwörter und Wortgruppen wie bspw. „in Russland“, „russisch“, „rusländisch“, „vaterländisch“, „in unserem Land“ oder auch „in Moskau, in Samara“ u.Ä. eindeutig identifizierbar. Als *kulturelle Adaption* sind im Kontext dieser Untersuchung die sprachlich-stilistischen Besonderheiten sowie Aspekte der Bilder- und Themenauswahl zu bezeichnen. Diese werden jedoch erst in den Expert:inneninterviews ausführlicher behandelt. Für die Inhaltsanalyse ist wiederum ein weiterer Aspekt der kulturellen Adaption relevant: Die implizite Lokalisierung. Diese wird im Rahmen der Inhaltsanalyse ebenfalls systematisch erfasst. Um Formen der impliziten Lokalisierung von Textstellen geht es dann, wenn nicht explizite (siehe Definition oben), aber dennoch als Bildungs- und Kulturkanon Russlands erkennbare Referenzierungen (bspw. intertextuelle Verweise) identifiziert werden können. Dabei kann es sich z.B. um unkommentierte Zitate aus kanonischen Gedichten von Puškin oder Esenin handeln. Auf diese Weise werden die beiden zentralen, aus der Theorie hergeleiteten Begriffe Lokalisierung und kulturelle Adaption im Rahmen der Inhaltsanalyse operationalisiert. Jedoch wird aus Gründen der sprachlichen Vereinfachung in den folgenden Ausführungen nicht mehr von kultureller Adaption, sondern nur noch von expliziter oder impliziter redaktioneller Lokalisierung gesprochen.

1.4.4 Referenzielle und thematische Einheiten

Anschließend gilt es, innerhalb der lokalisierten Textsegmente die Zusammensetzung der genannten Russlandbezüge (Bezugnahme auf die Sowjetunion immer eingeschlossen) zu ermitteln. Dafür wird im ersten Schritt entschieden, ob es sich um referenzielle Einheiten (namentlich genannte Akteure, Orte, Ereignisse) oder um thematische Einheiten handelt. Letztere werden dann codiert, wenn es sich um Spezifika der sowjetischen und russländischen Geschichte, um Alltagsaspekte oder um im Untersuchungszeitraum relevante gesellschaftspolitische Diskurse geht, wie z.B. die erschwerte Wohnsituation in sogenannten Kommunalkas [dt. Kommunalwohnungen].

2. Stichprobe und Samplebildung

2.1 Auswahleinheit

Untersucht werden die folgenden russischsprachigen Printmedien:

Die russländische Version der Frauenzeitschrift Cosmopolitan und die russländische Version der Männerzeitschrift Maxim. Es handelt sich dabei um monatlich erscheinende Zeitschriften. Die Beilagen der Zeitschriften, die unregelmäßig erscheinen, sind nicht Teil der Untersuchung. Die Stichprobe besteht aus 34 Heften, die als 36 Monatsausgaben veröffentlicht wurden. Letzteres erklärt sich dadurch, dass in zwei Fällen ein Heft zwei Monate abdeckt (das gilt für die beiden Cosmopolitan-Ausgaben Januar/Februar 1995 und Juli/August 1995).

2.2 Untersuchungszeitraum

Der Untersuchungszeitraum umfasst die Zeitspanne vom 01.01.1995 bis zum 12.12.2011. Es handelt es sich um systematisch ausgewählte Monatsausgaben der Zeitschriften Cosmopolitan und Maxim, die in der folgenden Tabelle A2 zu sehen sind:

Tabelle A2: Übersicht über die zu codierenden Zeitschriftenausgaben mit Seitenanzahl

	Cosmo- politan 1995	Seiten pro Heft	Cosmo- politan 2011	Seiten pro Heft	Maxim 2003/ 2004	Seiten pro Heft	Maxim 2011	Seiten pro Heft	Ge- samt- seiten- anzahl
ausgewertete Ausgaben	01/ 02 1995	212 188	01/ 2011	292	04/ 2003	196	01/ 2011	188	9668
	07/ 08 1995	252 260	02/ 2011	316	05/ 2003	180	02/ 2011	228	
	11/ 1995		03/ 2011	508	10/ 2003	212	03/ 2011	276	
	12/ 1995		04/ 2011	484	11/ 2003	172	04/ 2011	248	
			05/ 2011	412	02/ 2004	172	05/ 2011	236	
			06/ 2011	340	03/ 2004	172	06/ 2011	196	
			07/ 2011	308			07/ 2011	172	
			08/ 2011	268			08/ 2011	164	
			09/ 2011	436			09/ 2011	220	
			10/ 2011	532			10/ 2011	276	
			11/ 2011	316			11/ 2011	348	
			12/ 2011	532			12/ 2011	356	

Maßgeblich für die Auswahl war zum einen, dass die frühen Zeitpunkte 1995 und 2003 die Phase des Markteintritts der untersuchten Zeitschriften markieren.

Die Cosmopolitan kam 1994 auf den russländischen Medienmarkt, die Zeitschrift Maxim erst im Jahr 2002. Die Untersuchung setzt somit beabsichtigt ein Jahr nach der Markteinführung

der Zeitschriften ein. Somit wird bereits in der Untersuchungsanlage berücksichtigt, dass das neu zusammengestellte Redaktionsteam eine gewisse Zeit braucht, um die Redaktionsabläufe auch nach der eigentlichen Markteinführung zu regeln. Demnach kann mit dem Untersuchungsbeginn im Januar 1995 von einem einigermaßen geregelten Ablauf der Prozesse in den neu zusammengesetzten lokalen Redaktionen ausgegangen werden.

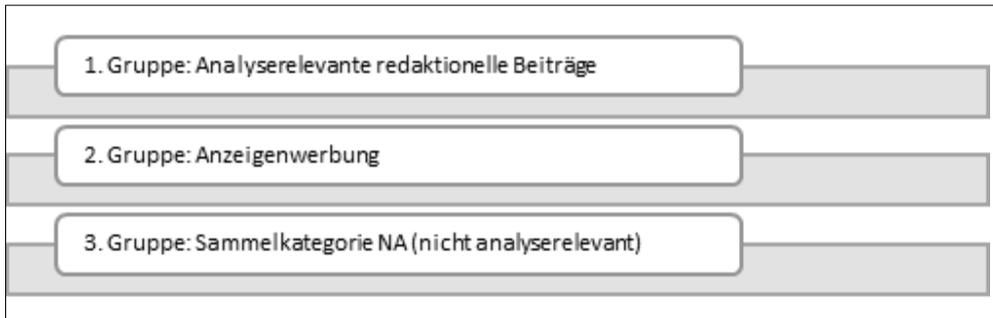
Während die *Cosmopolitan*-Ausgaben aus dem Jahr 1995 Einblick in die Zeit der postsowjetischen Transformation gewähren, ist im Jahr 2003 (betrifft die *Maxim*-Ausgaben) bereits Vladimir Putin an der Spitze der Regierung. Die Glamour-Industrie feiert zu diesem Zeitpunkt ihre größten (vor allem wirtschaftlichen) Erfolge in Russland. Mit 2011 (alle Monatsausgaben dieses Jahres werden für beide Zeitschriften codiert) steht der Endpunkt der Untersuchung für eine Phase, in der internationale Hochglanzmagazine bereits fest auf dem russländischen Printmedienmarkt etabliert sind und bereits einige Krisen (z.B. die Wirtschaftskrise von 2008) überstanden haben. Die Blütezeit der Hochglanzmagazinindustrie im postsowjetischen Russland war zu diesem Zeitpunkt bereits vorbei und die Digitalisierung begann im Zeitschriftensegment eine immer wichtigere Rolle zu spielen. Aus politischer Sicht handelt es sich in Russland Ende 2011 offiziell noch um die Amtszeit von Dmitrij Medvedev. Dennoch steht das Land kurz vor Putins umstrittener Wiederwahl 2012, die eine Reihe von Protestaktionen und Demonstrationen auslöst. Mit Putins Wiederwahl erfolgt in Russland ein autoritärer Kurswechsel; es wird eine insgesamt antiwestliche Linie eingeschlagen.

Der gewählte Untersuchungszeitraum von 1995 bis 2011 erstreckt sich insgesamt über 16 Jahre und gewährt somit Einblick in eine Zeit, in der Russland einschneidende gesellschaftliche, wirtschaftliche und politische Veränderungen durchläuft. Zugleich stehen die drei Zeiträume für Aufstieg, die Etablierung und Popularität sowie den Bedeutungsverlust von internationalen Hochglanzmagazinen auf dem russländischen Printmedienmarkt.

2.3 Umfang der Untersuchung

Als Vorarbeit zur Codierung wurden ausnahmslos alle Beiträge der ausgewählten 36 Monatsausgaben paraphrasiert. Das auf diese Weise für jede Zeitschrift neu entstehende, einem Transkript ähnelnde Dokument¹ dient der übersichtlichen und nachvollziehbaren Erfassung des Materials in MAXQDA.

¹ Im Folgenden wird das hier beschriebene transkriptähnliche Dokument, das für jede untersuchte Zeitschriftenausgabe angefertigt wurde nur noch **Transkript** genannt.

Abbildung A1: Übersicht über die drei zentralen Kategoriengruppen

Quelle: Eigene Darstellung

Die eigentliche Codierung erfolgt anschließend ebenfalls in MAXQDA. Alle paraphrasierten Beiträge werden codiert, jedoch variiert die Komplexität der Codierung von Codierebene zu Codierebene. Grundsätzlich lassen sich (siehe Abbildung A1) drei zentrale Kategoriengruppen unterscheiden: *Analyserelevante redaktionelle Beiträge*, *Anzeigenwerbung* und solche Beiträge, die in die *Sammelkategorie NA* (steht für „nicht analyserelevant“) codiert werden.

2.4 Analyseeinheiten

Die Analyse der Inhalte erfolgt im ersten Schritt auf Beitragsebene. Somit entspricht jeder einzelne Beitrag zunächst einer Analyseeinheit. Als einzelner Beitrag gilt ein redaktioneller, in sich geschlossener und vollständiger Artikel zu einem Thema. Erkennbar ist dieser bspw. durch eine Überschrift, eine grafische Hervorhebung oder ein Autor:innenkürzel bzw. ein spezifisches Symbol am Ende des Beitrages, welches dessen Schluss markiert. Auch ein einzelner Satz gilt als eigenständiger Artikel, wenn er sich thematisch (und ggf. auch grafisch abgesetzt) von den anderen Beiträgen auf der untersuchten Zeitschriftenseite unterscheidet. In den meisten Fällen lässt sich innerhalb der ausgewählten Stichprobe ein Artikel anhand der Artikelüberschrift oder auch der grafischen Hervorhebung klar identifizieren. Oftmals steht anstatt des Autorenkürzels ein Symbol am Ende des Beitrages, wodurch der Artikel als abgeschlossen markiert wird. In einigen Fällen gibt es einzelne Kurzbeiträge oder Erfahrungsberichte, die lose nebeneinanderstehen, jedoch einem übergeordneten Oberthema zuzuordnen sind. Dazu zählen z.B. Erfahrungsberichte zu unterschiedlichen Beziehungsthemen, wie sie in der Rubrik „Du und Er“ [Ty i on] in der *Cosmopolitan* zu finden sind. In solchen Fällen ist für jeden Artikel einzeln zu entscheiden: Handelt es sich hier um einen eigenständigen Beitrag oder ist der vorliegende Textabschnitt lediglich Bestandteil eines umfangreicheren, thematisch zusammenhängenden Beitrages?

Leser:innenbriefe, Erfahrungsberichte, Expert:innen-Tipps oder Nachrichtenmeldungen (Kurzmeldungen) zu einem bestimmten Thema werden in der Regel als übergeordnete Gesamtbeiträge behandelt. Als eigenständige Einzelbeiträge gelten diese Texte nur dann, wenn sie mindestens ein lokalisiertes Textsegment aufweisen. Statistiken, Informationskästchen oder Grafiken (mit Beschriftung) ohne thematische Zugehörigkeit zu einem übergeordneten Beitrag, jedoch mit einer eigenen Überschrift werden als eigenständige Beiträge betrachtet.

Weist ein analyserelevanter Artikel an mindestens einer Stelle eine explizite oder implizite Lokalisierung auf, wird der gesamte Artikel als lokalisiert gewertet und als solcher unter die entsprechende Kategorie („Anzahl lokalisierter Artikel“ – ALA) codiert. Im zweiten Schritt wird bei einem solchen Artikel jeder thematisch und sinngemäß zusammenhängende, lokalisierte Textabschnitt (im Folgenden auch Textsegment genannt) zur Analyseeinheit.

2.5 Zugriffskriterien

Als Vorarbeit werden ausnahmslos alle Beiträge der ausgewählten Zeitschriftenausgaben als Paraphrase erfasst. Das auf diese Weise entstandene Transkript wird für jede Zeitschrift als Einzeldokument angelegt und dient im Folgenden zusätzlich zu den physisch vorliegenden Zeitschriften als Codiergrundlage für die Erfassung und für die spätere Analyse in MAXQDA.

Die Standardcodierung (auf Codierebene I bis III) gilt nur für analyserelevante redaktionelle Beiträge. Wie bei nicht analyserelevanten Beiträgen (NA) vorzugehen ist, wird im Folgenden erläutert:

Jeder Artikel wird angelesen, um anhand der Rubrikenbezeichnung, der Überschrift, des Leads und ggf. des ersten Absatzes zu entscheiden, wie mit dem Beitrag weiter zu verfahren ist. Zu beachten ist dabei, dass auch sogenannte nicht analyserelevante Beiträge, die für die Analyse von Lokalisierung nicht in Betracht kommen, trotzdem in das Transkript aufgenommen wurden, um das gesamte Beitragsspektrum jeder untersuchten Zeitschrift abzubilden. Dazu zählen u.a. *Herstellernachweise, Rätsel, Rezepte* und *Horoskope* (ausführlich siehe Abschnitt 3.2). Diese Beiträge werden unter die Sammelkategorie „nicht analyserelevante Artikel – NA“ codiert. Wichtige Anmerkung: Beiträge dieser Art sind auch dann nicht als „lokalisiert“ zu codieren, wenn sie Merkmale der expliziten oder impliziten Lokalisierung aufweisen:

2.6 Dokumentvariablen

Auch wenn die Mehrzahl der verwendeten Begriffe sich weitgehend an der üblichen Terminologie in der Methodenliteratur orientiert (überwiegend an Rössler 2010, 2017), werden im Folgenden einige MAXQDA-spezifische Begriffe verwendet, da hierdurch direkt eine Verknüpfung zur Arbeit mit der Software geschaffen wird. Dies gilt z.B. für die hier beschriebenen Dokumentvariablen, die in MAXQDA auf Dokumentebene (entspricht in diesem Fall einem untersuchten Heft) erfasst werden. Im Folgenden werden alle wichtigen Dokumentvariablen (a-h) erläutert und anschließend für ein ausgewähltes Beispiel tabellarisch dargestellt.

a. Dokumentgruppe

1. Cosmopolitan 1995
2. Cosmopolitan 2011
3. Maxim 2003/2004
4. Maxim 2011

b. Dokumentname/ Medium und Erscheinungsdatum

Beispiel:

11_1995_Cos für die Novemberausgabe 1995 der Zeitschrift Cosmopolitan

01_2011_Max für Januarausgabe 2011 der Zeitschrift Maxim

Anmerkung: Da es sich um monatlich erscheinende Zeitschriften handelt, ist es für den Erhebungsprozess und die spätere Nachvollziehbarkeit bzw. Auffindbarkeit einzelner Artikel und codierter Textsegmente einfacher, diese beiden formalen Kategorien direkt in den Dokumentnamen zu integrieren.

c. Codierer/in:

Die Transkripte werden von nur einer Person codiert. Diese wird mit dem Vornamen erfasst. Die einzige für das Projekt angemeldete Benutzerin, erscheint entsprechend namentlich in der Liste der Codes sowie in der Liste der Codevariablen (Angabe in MAXQDA: *Erfasst von Julia*).

d. Gesamtseitenzahl:

Für jedes Dokument/für jede Zeitschrift wird die Gesamtseitenzahl erfasst.

e. Chefredaktion:

Um später in der Auswertung (auch insbesondere im Hinblick auf die folgenden Expert:inneninterviews) nachvollziehen zu können, unter wessen Chefredaktion die jeweilige

Monatsausgabe der Zeitschrift entstanden ist, wird für jede Ausgabe die Chefredaktion angegeben.

f. Preis der Zeitschrift:

Falls auf der Ausgabe ausgewiesen, ist der Zeitschriftenpreis (lediglich eine unverbindliche Preisempfehlung) ebenfalls anzugeben.

g. Coverstar

Der Coverstar bzw. die berühmte Person auf dem Cover ist für jedes Heft als Dokumentvariable offen zu erfassen.

h. Auflage der Zeitschrift

Nicht für alle untersuchten Zeitschriften gibt es die Information, mit welcher Auflage diese erschienen sind. In den Fällen, in denen diese Angabe im Heft gemacht wurde, muss sie als Dokumentvariable erfasst werden. Nachfolgend (siehe Tabelle A3) ein Beispiel für die Erfassung aller vorgegebenen Dokumentvariablen für die Juli-Ausgabe der *Cosmopolitan* aus dem Jahr 2011.

Tabelle A3: Beispielübersicht für die Erfassung von Dokumentvariablen

Dokumentvariablen	Beispiel
a. Dokumentgruppe	Cosmopolitan 2011
b. Dokumentname/ Erscheinungsdatum	07_2011_Cos
c. Codierer:in	Julia
d. Gesamtseitenzahl	308
e. Chefredaktion	Aleksandra Badanina
f. Preis der Zeitschrift	frei wählbar
g. Coverstar	Cameron Diaz
h. Auflage der Zeitschrift	835.000

3. Bildung des Kategoriensystems

3.1 Erfolgte Vorbereitungen

Alle untersuchten Zeitschriften liegen im Original in Papierform vor. Jeder Beitrag wurde zunächst komplett gelesen. Im Anschluss wurden Artikel mit Lokalisierung mit farbigen Klebepunkten markiert. Dem eigentlichen Codiervorgang ging die Transkription des Zeitschriftenmaterials voran. Diese ist jedoch nicht Teil des Codierprozesses. Dabei wurden alle Beiträge folgendermaßen paraphrasiert:

Beispiel für die Paraphrasierung eines analyserelevanten Artikels (ohne Lokalisierung) für das Transkript im Dokument-Browser von MAXQDA:

Beispiel aus der Ausgabe Cosmopolitan /Januar 2010:

S. 78: In der Rubrik „Sei einfacher“ werden acht Situationen genannt, für die sich selbstbewusste Frauen nicht schämen sollten.

Vor Codierbeginn ist für jede zu codierende Zeitschriftenausgabe ein einzelnes Dokument in MAXQDA anzulegen. Die bereits existierenden Zeitschriftentranskripte müssen in die jeweiligen Dokumente importiert werden. Danach sind die entsprechenden Dokumentvariablen (siehe Tabelle A3) einzutragen.

3.2 Beschreibung des Codierprozesses

Ein nummerierter Absatz im Dokument-Browser entspricht immer einem eigenständigen Beitrag. Nach der Angabe der Seitenzahl wird im ersten Schritt anhand der Artikelparaphrasierung im Dokument-Browser zunächst entschieden, ob es sich um einen analyserelevanten redaktionellen Artikel handelt, um Anzeigenwerbung oder ob der Beitrag unter die Sammelkategorie NA (nicht analyserelevant; Farbe in MAXQDA: grau) zu codieren ist.

Folgende Beiträge sind unter die Sammelkategorie NA zu codieren:

Inhaltsverzeichnisse, Herstellernachweise, Rätsel, Tests, Horoskope, Umfragen, Rezepte, Gewinnspiele und Verlosungen, reine Diätanleitungen, Rabattaktionen und Werbeaktionen wie z.B. „Vorteile der Cosmocard“ oder „Cosmo Promotion“ oder ähnliche Rubriken in der Zeitschrift Maxim wie die Rubrik „Čtoby ty tak žil“ [So lebe also], Rubrik „Komsomol'skij komsomolec“, Extras zum Ausschneiden wie z.B. Spielkarten, Aboformulare, außerdem

Ankündigungen der Cosmopolitan Academy, reine Sportübungen, Fotoberichte von Corporate Events beider Zeitschriften, Sonder- und Jubiläumsbeilagen der Zeitschriften, Vorschauen (z.B. auf nächste Ausgabe), Impresen, Titelseiten

Gehört der Artikel in die Sammelkategorie NA (wenn es sich dabei z.B. um ein Rezept handelt), sind in diesem Fall keine weiteren Codieroperationen an diesem Beitrag notwendig.

Nach der Erfassung der formalen Merkmale (Reihenfolge und Erläuterung ausführlich im Kap. 3.3) werden die themenabhängigen und ggf. akteursbezogenen Merkmale codiert (siehe Kap. 3.4). Anschließend geht es um den für diese Untersuchung zentralen Kategorienkomplex Lokalisierungskategorien (siehe Kap. 3.5). Liegt in einem Beitrag explizite oder implizite Lokalisierung vor, sind die betreffenden, inhaltlich zusammenhängenden Textsegmente wortwörtlich in das Transkript aufzunehmen. Diese Textsegmente bedürfen, zusätzlich zu den bereits erfolgten Codierschritten (aus Codierebene I+II), einer vertiefenden inhaltlichen Codierung (siehe Codierebene III).

3.3 Codierebene I: Formale Merkmale auf der Artikelebene

3.3.1 Codierdatum:

Das Codierdatum wird achtstellig erfasst: TTMMJJJJ. Die erstmalige Aufnahme des Codes und das Datum der letzten Bearbeitung (ebenfalls achtstellig) erscheint automatisch in der Liste der codierten Segmente in MAXQDA.

3.3.2 Beitragsidentifikation über Medium, Erscheinungsmonat und Seitenanzahl:

Jede im Transkript erfasste Zeitschrift, jeder erfasste Beitrag und jede einzelne Codierung müssen exakt identifizierbar und schnell auffindbar sein. Anstatt einer fortlaufenden Nummer, für die es in MAXQDA keine spezielle Funktion gibt, wird die Beitragsidentifikation über den Dokumentnamen umgesetzt:

Aus dem Dokumentnamen **z.B. 02/2004_Max** geht z.B. hervor, dass es sich um die Februarausgabe der Zeitschrift *Maxim* aus dem Jahr 2004 handelt. Ruft man in MAXQDA die *Liste der codierten Segmente* auf, kann anhand des Dokumentnamens, in Kombination mit der Seitenzahl, (die für jeden Beitrag im Transkript angegeben wird) jeder Beitrag bzw. die Herkunft eines jeden Textsegments exakt bestimmt werden. Das ist auch deshalb möglich, weil die Seitenzahl in der *Liste der codierten Segmente* an erster Stelle im Vorschauenfenster

erscheint. Darüber hinaus erscheinen im Vorschauenfenster in MAXQDA die ersten Wörter der Kurzzusammenfassung des Artikels. Die komplette Artikelzusammenfassung wird nach Anklicken der Vorschau im oben erscheinenden Fenster sichtbar.

Insofern lässt sich aus der Liste für jede einzelne Codierung herauslesen:

- um welche Zeitschriftenausgabe es sich handelt
- auf welcher Seite der entsprechende Beitrag steht
- worum es hauptsächlich in dem Artikel geht

Auf diese Weise lässt sich im Dokument-Browser von MAXQDA in einem einzelnen Dokument der entsprechende Artikel nach der Seitenanzahl, aber auch nach signifikanten Suchbegriffen oder der Dokumentgruppe filtern – auch wenn noch keine Codes vergeben wurden.

Beispiel für Erfassung in MAXQDA:

S. 208: Aktuelle Neuheiten aus dem Bereich Männerkosmetik.
Dokumentgruppe: Maxim 2011
Dokumentname: 03_2011_Max

3.3.3 Umfang des Beitrages:

Für jeden analyserelevanten Artikel sowie für jede Werbeanzeige wird der Umfang des Beitrages gemessen. Mittels GewichtungsvARIABLE wird der entsprechende Wert (1-3) bei der Codierung des Artikelthemas für alle analyserelevanten redaktionellen Beiträge sowie für die Kategorie der Anzeigenwerbung erfasst. Auf diese Weise wird im Hinblick auf die spätere Analyse der Umfang eines Beitrages sowohl im *Dokumentbrowser* als auch in der *Liste der codierten Segmente* aufrufbar und kann entsprechend ausgewertet werden. In MAXQDA wird somit für jeden Beitrag über die Funktion *Gewicht ändern*, je nach Umfang der Wert 1, 2 oder 3 vergeben.

Für die Ermittlung des Artikelumfangs werden hier somit keine Wörter gezählt, sondern ein einfaches Flächenmaß angewendet:

Bestimmung des Artikelumfangs

Wert 1: (small) bis 0,5 Seiten
Wert 2: (medium) 0,5-1 Seite
Wert 3: (large) >1 Seite

3.3.4 Journalistische Darstellungsformen

Um die Stilform der Beiträge zu ermitteln, werden die journalistischen Darstellungsformen (JDF) der Beiträge deduktiv codiert, indem sie den vorgegebenen Kategorien (siehe Tabelle A4) zugewiesen werden. Da es sich bei den untersuchten Medien um Publikumszeitschriften handelt und somit, anders als in Zeitungen, informierende und tatsachenbetonte Darstellungsformen (wie Meldung oder Bericht) weniger von Bedeutung sind, ist die Auswahl möglicher Kategorien auf das Zeitschriftengenre abgestimmt. Die Auswahl der vorgegebenen übergeordneten Stilformen der Beiträge und deren Eigenschaften basieren u.a. auf Ausführungen von Bepalova et al. 2010; La Roche et al. 2013b; Liesem 2015; Rössler 2017). Zusätzlich wurden diese nach einer ersten Materialdurchsicht um einige weitere „genretypische“ Stilformen ergänzt. Diese sind in der folgenden Übersicht (siehe Tab. 4) durch ein (*) gekennzeichnet.

Pro Artikel wird nur eine „Journalistische Darstellungsform“ vergeben. Rubriken und Ressorts werden nicht erfasst.

Die folgende Übersicht listet in alphabetischer Reihenfolge² die für die Codierung vorgegebenen Optionen zur Codierung der journalistischen Darstellungsformen auf – inklusive ihrer für die Codierentscheidung richtungsweisenden Merkmale.

Tabelle A4: Kategorienschema Journalistische Darstellungsform (JDF) mit Beschreibung und Codierhinweisen

Nr.	JDF	Merkmale	Codierhinweise
JDF_1	Anleitung*	Besteht aus mehreren klar getrennten Schritten, meist bebildert, nummeriert oder auch grafisch untermalt. <u>Beispiel:</u> Bebilderte Fitnessübungen oder Rezepte. Auch Spielanleitungen werden unter diese Kategorie codiert.	Ein kurzer Tipp (bis zu 3 Sätze) ohne mind. zwei angegebene Arbeitsschritte gilt nicht als Anleitung
JDF_2	Bericht	Meist länger als Kurznachricht oder Meldung, im Aufbau aber identisch. Behandelt komplexere Sachverhalte als die Meldung. Der Bericht ist tatsachenbetonend und informierend. Dennoch kann ein Bericht inhaltlich über reine Fakten	Texte dieser Art ab 25 Zeilen als Bericht codieren. Auch Testberichte und diverse Erfahrungsberichte unter diese Kategorie codieren.

² Alle Übersichten über das Kategorienschema sind in diesem Codebuch in alphabetischer Reihenfolge festgehalten. Das ist nur insofern relevant, als dass die Ausprägung „Sonstiges“ nicht wie üblich an letzter Stelle steht.

		hinausgehen. Berichte können Zitate und verschiedene Meinungen beinhalten, wie z.B. Aussagen, Einschätzungen und Stellungnahmen von Expert:innen.	
JDF_3	Digitale Darstellungsformen*	Hierzu werden codiert: Abgedruckte Forenbeiträge, Chats, Vorstellung von YouTube-Videos und alle weiteren Darstellungsformen, die aus der Verknüpfung mit der Online-Version des Magazins resultieren. <u>Beispiel:</u> Beiträge aus der Rubrik „Cosmo-Forum“ (<i>Cosmopolitan</i>).	Vorstellung und Bewertung von Webseiten wird zur Kategorie Rezension codiert.
JDF_4	Experiment*	Dem Beitrag liegt ein Experiment zugrunde, das entweder von der Redaktion mit mehreren Personen durchgeführt und beschrieben wird. Aber auch ein Experiment einer einzelnen Person, die darüber berichtet, wird unter diese Kategorie codiert. Das Experiment liegt dem Beitrag zugrunde. Ohne Experiment gäbe es den Beitrag nicht.	Auch die Beschreibung der Durchführung von Projekten gehört in diese Kategorie.
JDF_5	Feature	Eine Kombination aus Bericht und Reportage, die abstrakte Sacherhalte oder Sachthemen mithilfe typischer Situationen, aber auch Fakten und Zahlen darstellt.	Abgrenzung zu anderen Kategorien: Beitrag muss sich um einen einzelnen, denn Beitrag dominierenden Sachverhalt drehen. Die ratgebende Komponente ist hier nicht zentral. Populärwissenschaftliche und historische Artikel werden <u>nicht</u> in dieser Kategorie codiert.
JDF_6	Fiktionale Darstellungsformen*	In diese Kategorie werden vorwiegend abgeschlossene Kurzgeschichten, Erzähl-Serien oder abgedruckte Romanausschnitte codiert	
JDF_7	Illustrative Darstellungsformen*	Hauptmerkmal aller illustrativen Darstellungsformen: Bilder/Grafiken. Text dient lediglich zur Erklärung der Bilder. Grafische Elemente überwiegen deutlich.	Als Produktempfehlungen zählen auch explizit genannte Filme, da sie über Kino Karten oder DVD-Verleih käuflich erwerbbar sind.
	<u>Ausprägungen:</u>		
	a. Bildbericht/ Fotostrecke mit Produkt- empfehlung	<u>Beispiel für a:</u> Produktcollagen <u>Beispiel für b:</u> Maxim-Fotoshooting <u>Beispiel für c:</u> Flechtfrisuren-Collage	
	b. Bildbericht Erotikbilder	<u>Beispiel für e:</u> Diagramme, Rankings, Ergebnistabellen, beschriftete Zeichnungen und grafische Abbildungen	
	c. Bildbericht ohne Produkt- empfehlung		
	d. Comic-Strip		

e. Grafiken/ Tabellen			
JDF_8	Interview	Das Gespräch mit einer bestimmten Person steht im Mittelpunkt. Der Dialog basiert auf einer festen Rollenverteilung zwischen dem Fragenden und dem Antwortenden.	Ausschlaggebend für die Codierung ist, dass ein Dialog verschriftlicht ist.
JDF_9	Kolumne	Abgeschlossener zugespitzter Meinungsbeitrag einer bestimmten Person zu einem beliebigen Thema. Häufig wird Selbsterlebtes in Kolumnen reflektiert und dabei die „Ich-Form“ verwendet.	Häufig Ironie oder Satire. Auch codieren, wenn nicht explizit als Kolumne gekennzeichnet.
JDF_10	Kommentar	Die Meinung eines einzelnen Verfassers/ einer Verfasserin zu einem spezifischen Ereignis oder einem Sachverhalt, über den möglicherweise bereits an anderer Stelle berichtet wurde. Beinhaltet konkrete Meinungsäußerungen sowie Interpretation und Bewertungen der Situation.	Da diese Kategorie auch als Meinung, Analyse oder Kritik ausgewiesen sein kann, muss sie von der Kategorie „ <i>Rezension</i> “ einzelner Medienprodukte abgegrenzt werden.
JDF_11	Kontaktanzeige*	Single sucht explizit nach Partner/in. Vorstellung einer Person, die auf Partnersuche ist mit Kontaktaufruf. <u>Beispielrubrik: Single des Monats (<i>Cosmopolitan</i>)</u>	Auch unter diese Kategorie codieren, wenn es um einen Steckbrief oder ein Interview mit dem vorgestellten Partnersuchenden geht.
JDF_12	Leserbriefe/ Leserkontakt	Hierzu zählen Beiträge, die in irgendeiner Form die Kommunikation zwischen Redaktion (ggf. den durch die Redaktion ausgewählten Expert:innen) und der Leserschaft darstellen.	In diese Kategorie sind Leserbriefe, Fragen an die Redaktion, aber auch der Eröffnungstext der Chefredakteur:innen darunter zu codieren. <u>Beispielrubrik: Brief des Redakteurs/der Chefredakteurin [Pis'mo redaktora]</u>
JDF_13	Nutzwerttext: Beitrag mit Ratgeber- charakter*	Meist umfangreicher Beitrag zu einem bestimmten Thema. Enthält oftmals Problemschilderungen und Lösungsansätze in Ratgeberform. Nicht selten wird das Problem am Beispiel fiktiver Geschichten dargestellt, die mit expliziten Handlungsvorschlägen einhergehen wie: <i>„Mische dich erst ein, wenn du dir sicher bist, dass beide Seiten eine Aussöhnung beabsichtigen.“</i> Häufig kommentieren Expert:innen aus den Bereichen Sexualwissenschaft oder Psychologie die Beiträge und geben Empfehlungen.	Wichtig ist hier die Abgrenzung von reinen Servicebeiträgen, die zu einem Großteil aus Produktempfehlungen bestehen. Die hier berücksichtigten Beiträge enthalten zwar Ratschläge, sowie konkrete Produktempfehlungen (auch mit Preisangaben), aber letztere stehen nicht im Vordergrund des Beitrages. Ebenfalls sind Expert:innen- und Redaktionstipps (unter 0,5 Seiten) unter diese Kategorie zu codieren
JDF_14	Porträt	Das Porträt ist eine Charakterisierung einer	Unter diese Kategorie sind sowohl Kurzporträts,

		Person/Institution mit journalistischen Mitteln. Ziel ist den porträtierten Menschen in all seiner Vielschichtigkeit abzubilden und nicht nur die „Glanzpunkte“ im Leben einer Person zu beleuchten. Das Porträt ist oft mit Zitaten vom und über den Porträtierten angereichert.	Steckbriefe, als auch ausführliche Porträts zu codieren.
JDF_15	Reportage	Die Reportage ist ein tatsachenbetonter, aber persönlich gefärbter und dadurch lebendiger Erlebnisbericht. Beruht auf der Wahrnehmung des Geschehens durch den Autor/die Autorin, die dem Ereignis in der Regel beigewohnt haben.	In erster Linie werden hierunter Reisereportagen codiert.
JDF_16	Rezension/Kritik	Die Kritik ist eine Kombination aus einem Bericht und einem Kommentar. Häufig überwiegt eine Seite. Gegenstand von Kritik können Konzerte, Theateraufführungen, literarische Werke oder Kinofilme sein.	Hierunter in den meisten Fällen diverse rezensierte Medienprodukte codiert. Dazu zählen z.B. auch Computerspiele, Musikvideos oder Webseiten
JDF_17	Satirischer Beitrag/Humor	Überspitzt dargestellte, boshafte oder spöttische Beiträge, die auf humorvolle Weise präsentiert werden.	Dazu zählen hier auch Witz und Karikatur. Wenn die Rubrik den Beitrag als Humor [jumor] ausweist, werden die Beiträge ebenfalls in diese Kategorie codiert. <u>Besonderheit:</u> Wesentliches stilistisches Merkmal der untersuchten Männerzeitschrift <i>Maxim</i> ist ein ironischer Schreibstil. Die Abgrenzung zu anderen journalistischen Darstellungsformen gestaltet sich aus diesem Grund hier als schwierig. Deswegen werden in diese Kategorie nur eindeutige Fälle codiert.
JDF_18	Servicebeitrag <u>Ausprägungen:</u> a. mit Produktempfehlung (PE) b. ohne PE	Informierende Service-Beiträge, ohne ausführliche Erläuterungen oder Anbindung an ein bestimmtes Thema. Es handelt sich eher um Auflistungen mit rein informierendem Charakter. Zumeist geht es um mehrere Dienstleister oder Produkte gleichzeitig. Hierzu zählen u.a. Veranstaltungshinweise, Gastronomieempfehlungen, Produkttests, medizinische Dienstleistungen, Shopping-Guide, Hotline-Übersichten.	Da hier ggf. eine Überschneidung zwischen Service mit PE und der bereits beschriebenen Kategorie Bildbericht mit PE denkbar ist: Maßgeblich für die Codierentscheidung ist, ob die Bildanteile (oder Grafiken) die Textanteile überwiegen.

JDF_19	Sonstiges	Keine Zuordnung zu den ausgewiesenen Kategorien möglich	
JDF_20	Statistiken, Rankings und Umfrageergebnisse	Reine Statistiken ohne zusätzliche Begleittexte. Hierzu zählen auch Forschungsergebnisse und reine Faktensammlungen	Hierzu zählen auch verschiedene Formen von Listen z.B. To-Do Listen oder Wunschlisten, sowie Rankings oder solche Beiträge wie „Die 10 wichtigsten Accessoires für den Sommer“.
JDF_21	Wissensbeitrag*	Es handelt sich um eine populärwissenschaftliche Abhandlung zu einem bestimmten Thema.	Meistens geht es um historische Themen.
JDF_22	Worterklärung	Dem Beitrag liegt einzig und allein eine Definition und ggf. die Etymologie eines bestimmten Wortes zugrunde. Insofern erinnert dieser an einen Lexikoneintrag.	Wird nur dann unter diese Kategorie codiert, wenn der Beitrag nur aus der Definition besteht.
JDF_23	Zeitschriftenmeldung	Im Unterschied zu Zeitungs- und Agenturmeldungen stehen hier aufgrund des Erscheinungsrhythmus nicht der Neuheitswert und die Weitergabe der eigentlichen Nachricht im Vordergrund, sondern die ansprechende Präsentation und der Unterhaltungsfaktor.	Anders als eine Zeitungsmeldung kann, die Zeitschriftenmeldung auch in Verbindung mit grafischen Elementen oder Tabellen erscheinen. Hierzu werden auch Promi-News codiert.

Für die zentralen zu erfassenden Hauptkategorien (formal und inhaltlich) folgt nun jeweils eine zusammenfassende Übersicht zur Codierung in MAXQDA. Nachfolgend die Übersicht (Tabelle A5) über die Umsetzung der Codierung der Journalistischen Darstellungsform in MAXQDA:

Tabelle A5: Zusammenfassende Übersicht zur Codierung der formalen Kategorie Journalistische Darstellungsform (JDF) in MAXQDA

Erfassung	Codieranweisung
Formale Variablen	Seitenzahl, Monatsausgabe, Codierdatum (automatisch)
Farbe in MAXQDA	hellgrün
Mehrfachcodierung	nicht möglich
Subkategorien	ja, siehe Ausprägungen
Induktive Kategorienbildung	nein → wenn keine Zuordnung zu den eingeführten deduktiven Kategorien möglich ist, dann unter <u>Sonstiges</u> codieren
Analyseeinheit	gesamter Artikel

3.4 Codierebene II: Thematische und inhaltliche Kategorien

3.4.1 Hauptthema des Beitrages

Im ersten Schritt der Themenerfassung geht es um das Hauptthema jedes analyserelevanten redaktionellen Beitrages (HT). Hier ist für die Codierentscheidung zuerst die Artikelüberschrift, dann der Lead und wenn nötig der erste Absatz des Textes für die Codierentscheidung hinzuzuziehen. Auf Basis der vorab erfolgten Sichtung der Auswahleinheit und ähnlich konzipierter Zeitschriften wurde eine abgeschlossene Basis-Themenliste (siehe Tabelle A6) entwickelt. Diese beinhaltet zunächst 35 allgemeine Themenfelder, denen die erfassten Artikel zuzuordnen sind. Der erste Codierschritt orientiert sich bei der Themenerfassung an der vorgegebenen Liste. Mithilfe dieser feststehenden deduktiven Kategorien soll die Themenstruktur der untersuchten Zeitschriften im ausgewählten Untersuchungszeitraum grob erfasst werden. Die vorgegebenen Themen sind als Hauptthemen der Beiträge zu codieren. Hier ist nach Rössler (2017, S. 129) das Thema bzw. der Themenbegriff als das übergeordnete gesellschaftliche Feld zu verstehen, dem der Diskurs zuzuordnen ist. Für einige Themenfelder sind bereits Ausprägungen als Subkategorien vorgegeben. Weitere Ausprägungen sowie die Spezifizierung durch die Bildung von Subkategorien ist, je nach Einzelfall und Vorgabe, offen zu vorzunehmen. Über die offene Codierung der Ausprägungen ist im Hinblick auf die spätere Auswertung ein präziseres Abbild präferierter Themen innerhalb der untersuchten Lifestylemagazine möglich.

Tabelle A6: Kategorienschema Themenliste (HT) deduktiv-induktiv mit Beschreibung und Codierhinweisen

Nr.	Hauptthema des Beitrages und (ggf.) Ausprägungen	Beschreibung und Codierhinweise
HT_1	Bildung und Beruf <u>Ausprägungen:</u> a. <i>Ausbildung</i> b. <i>Berufswahl und Bewerbung</i> c. <i>Berufsleben</i> d. <i>Selbstständigkeit</i>	Anmerkung <u>zu a)</u> Schulbildung, Berufsausbildung, Studium und Weiterbildung Anmerkung <u>zu b)</u> Vorstellung von Berufen, Stellensuche und Bewerbungsprozess Weitere Subkategorien zur Themenspezifizierung sind innerhalb der vorgegebenen Kategorien zusätzlich offen zu codieren.
HT_2	Ernährung <u>Ausprägungen</u> a. <i>Essen und Trinken</i> b. <i>Diäten/ Gewichtsreduktion</i>	Alleinstehende (reine) Rezepte sind nicht analyserelevant und werden unter NA codiert. Anmerkung <u>zu a)</u> Hier geht es vorrangig um den Genuss durch Essen und Trinken. Weitere Subkategorien zur Themenspezifizierung z.B.

	c. <i>Allgemeines zu Ernährung</i>	<p>einzelne Lebensmittel oder Gerichte (ohne Rezepte) sind hier offen zu codieren.</p> <p>Anmerkung <u>zu a und b</u>) Weitere Subkategorien zur Themenspezifizierung sind hier offen zu codieren.</p> <p>Anmerkung <u>zu c</u>) Krankheitsprävention durch Ernährung wird unter „Medizin/Prävention“ (HT_15) codiert. Hier werden keine Subkategorien zur Spezifizierung codiert.</p>
HT_3	Esoterik/Übersinnliches	Spirituelles, Traumdeutung und Aberglaube
HT_4	Feiertage und Feste	Ausprägungen sowie weitere Subkategorien zur Themenspezifizierung sind innerhalb der vorgegebenen Kategorien zusätzlich offen zu codieren (z.B. 8. März, Internationaler Frauentag).
HT_5	Fortpflanzung und Kindererziehung	Weitere Ausprägungen sowie Subkategorien zur Themenspezifizierung sind offen zu codieren
HT_6	Freizeit und Hobbies (ohne Freizeitsport)	Ausprägungen und ggf. weitere Subkategorien zur Themenspezifizierung sind hier offen zu codieren.
HT_7	Geografie	Als Ausprägungen dieser Kategorie sind solche Orte/Gegenden und Regionen zu erfassen mit denen sich die Beiträge schwerpunktmäßig befassen.
HT_8	Geschichte (mit Landeskunde)	Weitere Ausprägungen zur Themenspezifizierung sind offen zu codieren.
HT_9	<p>Gesellschaft</p> <p><u>Ausprägungen:</u></p> <p>a. <i>Geschlechterrollen</i></p> <p>b. <i>Soziales Engagement/ Wohltätigkeit</i></p>	Weitere Ausprägungen sowie ggf. Subkategorien zur Themenspezifizierung sind innerhalb der vorgegebenen Kategorien sowie zusätzlich offen zu codieren.
HT_10	Humor	Hierzu Witze, Cartoons, Karikaturen usw. codieren. Ohne weitere Ausprägungen und Subkategorien codieren.
HT_11	Kalender (Termine und Events)	Unter dieser Kategorie werden Eventankündigungen erfasst, die meist ein konkretes Datum beinhalten oder mindestens eine Monatsangabe, in der das Event stattfindet. Diese Kategorie ist als analyserelevant zu betrachten und wird daher miterfasst. Da es aber eine fast ausschließlich „lokale“ Kategorie ist, wird diese Kategorie nicht für den Lokalisierungs-komplex berücksichtigt. Ausprägungen sowie Subkategorien zur Themenspezifizierung sind offen zu codieren.
HT_12	<p>Kommunikation</p> <p><u>Ausprägungen:</u></p> <p>a. <i>Telekommunikation</i></p> <p>b. <i>Kommunikations-mittel Allg.</i></p> <p>c. <i>Internet und PC</i></p>	Anmerkung <u>zu c</u>) Weitere Subkategorien zur Themenspezifizierung sind nur innerhalb der vorgegebenen Kategorie (c.) „Internet und PC“ zusätzlich offen zu codieren.
HT_13	<p>Kunst/Kultur/Medien</p> <p><u>Ausprägungen:</u></p> <p>a. <i>Musik</i></p> <p>b. <i>Kino/Film und TV</i></p> <p>c. <i>Literatur</i></p>	Weitere mögliche Ausprägungen sowie Subkategorien zur Themenspezifizierung sind offen zu codieren.

	<ul style="list-style-type: none"> d. Kulturveranstaltungen, Konzerte, Festivals e. Fotografie f. Oper g. Tanz h. Radio 	
HT_14	Kurioses (auch Sensationen)	Ausprägungen sowie Subkategorien zur Themenspezifizierung sind offen zu codieren.
HT_15	<p>Medizin <u>Ausprägungen:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> a. Gesundheit und Krankheit (gemischte Themen) b. Krankheit explizit c. Prävention d. Menstruation e. Schlaf f. weitere Themen 	<p>Mit Themen zur gesunden Lebensweise, Bewegung (Sport, Leistungssport) aber ohne Ernährung, Gewichtsreduktion und Diäten.</p> <p>Anmerkung <u>zu a)</u> Hier werden gemischte Gesundheitsthemen codiert. Ein häufiges Beispiel sind Leser:innenfragen zu verschiedenen medizinischen Themen, die von Expert:innen beantwortet werden.</p> <p>Anmerkung <u>zu b)</u> Beitrag beschäftigt sich explizit mit einer bestimmten Krankheit z.B. Diabetes, Krebs</p> <p>Weitere Subkategorien zur Themenspezifizierung sind innerhalb der fünf feststehenden Ausprägungen (a-f) oder offen unter (f.) „weitere Themen“ zu codieren.</p>
HT_16	<p>Menschen <u>Ausprägungen:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> a. Prominente b. People (nicht prominente Menschen) 	<p>Wenn der Beitrag sich z.B. in einem Interview oder einem Porträt schwerpunktmäßig mit einer bestimmten Person befasst, wird kein besonderes Thema codiert. <u>Ausnahme:</u> In der Überschrift oder im Leadtext wird explizit gesagt, dass sich hier Person xy zu einem z.B. politischen Ereignis äußert.</p> <p>Anmerkung <u>zu a)</u> Prominente aus dem Showbusiness, Politiker:innen, Sportler:innen</p> <p>Anmerkung <u>zu b)</u> People (Menschen, die der breiten Öffentlichkeit nicht bekannt sind, aber hier den wesentlichen Bestandteil des Artikels ausmachen z.B. Unternehmensgründer:innen, Repräsentant:innen bestimmter Berufsgruppen) In allen anderen Fällen wird lediglich das Thema „Menschen“ mit der entsprechenden Ausprägung codiert. Das gilt auch für Beiträge, in denen es um mehrere Prominente gleichzeitig (z.B. Prominews) geht. Wird jedoch am Beispiel von Fotos von prominenten Persönlichkeiten gezeigt, wie ein bestimmtes Kleidungsstück getragen werden kann, dann wird der Beitrag unter „Mode“ codiert.</p>
HT_17	Mobilität und Verkehr (z.B. Auto, Motorrad aber auch Bahn)	Ausprägungen und ggf. weitere Subkategorien zur Themenspezifizierung sind offen zu codieren.
HT_18	<p>Mode <u>Ausprägungen:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> a. Mode allg./Trends b. Offene Codierung 	Die zentrale, von vornherein vorgegebene, Ausprägung beinhaltet die Beschäftigung mit neuesten Trends, Stylingideen für das Büro oder zum Reisen. Kleidungsstile oder eine Unterscheidung in Alltagskleidung, Sportbekleidung oder Berufskleidung

		wird hier nicht vorgenommen. Auch Umstyling-Beiträge werde unter (a.) „Mode allg.“ codiert.
		Weitere Ausprägungen, die thematisch über das genannte hinausgehen, müssen (siehe Ausprägung b) offen codiert werden.
HT_19	Natur und Umwelt	Ausprägungen sowie ggf. Subkategorien zur Themenspezifizierung sind offen zu codieren.
HT_20	Politik	Ausprägungen sowie ggf. Subkategorien zur Themenspezifizierung sind offen zu codieren.
HT_21	Psychologie	Nicht als Wissenschaft und ohne psychische Erkrankungen codieren.
		Probleme in Ehe und Partnerschaft werden nicht unter diese Kategorie codiert. Ausnahme: Wenn es Leser:innenfragen zu verschiedenen Themen gibt, die auch Ehe oder Partnerschaft tangieren und diese von Psycholog:innen beantwortet werden, sind diese unter „zwischenmenschliche Beziehungen“ (HT_35) zu codieren. Ausprägungen dieser Kategorie sind offen zu codieren.
HT_22	Rat und Recht	Rat bei der Bearbeitung von Formularen, Anträgen und bürokratischen Vorgängen. Ausprägungen sind ggf. offen zu codieren
HT_23	Reisen <u>Ausprägungen:</u> a. <i>Urlaubsreisen</i> b. <i>Auswandern (mit Wohnortwechsel/Stadtwechsel innerhalb des eigenen Landes)</i> c. <i>Russlandreisen</i> d. <i>Fernreisen</i> e. <i>Eventreisen</i>	Weitere Subkategorien zur Themenspezifizierung sind innerhalb der vorgegebenen Kategorien zusätzlich offen zu codieren.
HT_24	Religion	Ausprägungen sowie ggf. Subkategorien zur Themenspezifizierung sind offen zu codieren.
HT_25	Schönheit, Kosmetik und Körperpflege <u>Ausprägungen:</u> a. <i>Pflegende Kosmetik und Haare</i> b. <i>Dekorative Kosmetik und Düfte</i> c. <i>Schönheit allg. mit Körper</i> d. <i>Körperschmuck (z.B. Tattoos und Piercings)</i> e. <i>Kosmetiksalons</i> f. <i>Schönheitschirurgie</i>	Auch wenn die im Beitrag beschriebenen Anwendungen explizit zur Steigerung des körperlichen und seelischen Wohlbefindens beitragen oder Self-Care, sind sie in diese Kategorie zu codieren (z.B. im Reinen mit sich und dem eigenen Körper sein). Anmerkung <u>zu a)</u> Diverse Cremes, Lotionen und Haarpflegeprodukte, auch Hygieneprodukte (ohne Menstruation) Anmerkung <u>zu b)</u> Make-Up und Parfüm Anmerkung <u>zu a und b)</u> Wenn in einem Beitrag sowohl pflegende als auch dekorative Kosmetik thematisiert wird, ist auszuführen welche Produktgruppe den Beitrag dominiert. Überwiegen Produkte z.B. aus dem Bereich der dekorativen Kosmetik, wird die Subkategorie (b.) „Dekorative Kosmetik und Düfte“ codiert.

		Anmerkung <u>zu c)</u> z.B. Hierzu zählen alle Beiträge ohne Produktempfehlungen zu allen Themen rund um Gesicht, Körper und Körperhygiene (ohne Gesundheit, auch Zahnhhygiene). Weitere Subkategorien zur Themenspezifizierung sind ggf. innerhalb der vorgegebenen Kategorien zusätzlich offen zu codieren.
HT_26	Sexualität	Auch wenn es um Sexualität in festen Partnerschaften geht, wird diese Kategorie codiert. Nur wenn der sexuelle Aspekt nicht im Vordergrund steht, unter „Zwischenmenschliche Beziehungen/Partnerschaft und Ehe“ (HT_35) codieren. Ausprägungen sowie Subkategorien zur Themenspezifizierung sind offen zu codieren.
HT_27	Sicherheit und bewaffnete Konflikte (auch Kriege)	Hierzu werden sowohl Themen der inneren Sicherheit, als auch Konflikte im Ausland codiert. Aber auch friedliche Revolutionen werden hierzu codiert. Ausprägungen sowie ggf. Subkategorien zur Themenspezifizierung sind offen zu codieren.
HT_28	Sonstiges/ Hauptthema nicht feststellbar	Sammelkategorie für alles was nicht zu den angebotenen übergeordneten Themenfeldern codiert werden kann. Insbesondere gilt das für Beiträge in denen kein Hauptthema festgestellt werden kann z.B. ein Brief der Redaktion an die Leserschaft in dem die wichtigsten Themen der Ausgabe angerissen werden. Auch Produktempfehlungen ohne klaren Schwerpunkt werden unter die Kategorie „Sonstiges“ codiert.
HT_29	Sport <u>Ausprägungen</u> a. <i>Fitnessstraining (ohne Gesundheit)</i> b. <i>Extremsport</i> c. <i>Sportarten (sowohl Freizeit als auch d. Leistungssport)</i> d. <i>Wellness</i>	Weitere Subkategorien zur Themenspezifizierung sind im Rahmen der vorgegebenen Kategorien offen zu codieren
HT_30	Sprache <u>Ausprägungen</u> a. <i>Eigene Sprache (Muttersprache oder eine Sprache, die eine Person besonders gut beherrscht)</i> b. <i>Fremdsprache</i>	Beschäftigung mit der eigenen Sprache und ihren Besonderheiten sowie Beiträge über Fremdsprachen sind hierunter zu codieren. Subkategorien zur Themenspezifizierung sind innerhalb der vorgegebenen Kategorien offen zu codieren.
HT_31	Trends (ohne technische Geräte)	Weitere Ausprägungen zur Themenspezifizierung sind offen zu codieren.
HT_32	Wirtschaft und Finanzen	Wirtschaftspolitische Themen werden je nach Schwerpunkt entweder unter Wirtschaft oder unter

		Politik codiert. Auch Themen wie Werbung und Marketing sind unter diese Kategorie zu codieren. Ausprägungen sowie ggf. Subkategorien zur Themenspezifizierung sind offen zu codieren.
HT_33	Wissenschaft und Technik <u>Ausprägungen:</u> a. <i>Wissen (ohne Kurioses)</i> b. <i>Neuheiten (Innovation/Gadgets)</i> c. <i>Wissenschaft</i>	Anmerkung <u>zu a)</u> Auch gemischtes Faktenwissen ohne klaren Schwerpunkt ist unter diese Kategorie zu codieren. Klares Abgrenzungsmerkmal von Wissenschaftsthemen ist das Fehlen des Verweises auf Wissenschaftler:innen, Studien, wissenschaftliche Experimente. Sind diese Verweise explizit zu finden, sind die Beiträge unter (c.) „Wissenschaft“ zu codieren. Anmerkung <u>zu b)</u> Hierzu werden auch alle Beiträge zu Innovationen aus diversen Bereichen codiert. Auch die Neuvorstellung von technischen Geräten zählt dazu. Weitere Ausprägungen und ggf. Subkategorien zur Themenspezifizierung sind innerhalb der vorgegebenen Kategorien zusätzlich offen zu codieren.
HT_34	Wohnen und Immobilien	Diese Kategorie beinhaltet grundsätzlich Themen rund um Wohnung, Haus, diverse Immobilien und Wohnformen. Sowie Inneneinrichtung und Dekoration und Garten. Auch Bauprojekte gehören dazu. Weitere Ausprägungen sowie ggf. Subkategorien zur Themenspezifizierung sind offen zu codieren.
HT_35	Zwischenmenschliche Beziehungen <u>Ausprägungen:</u> a. <i>Partnerschaft und Ehe</i> b. <i>Familie und Freundschaft (platonisch)</i>	Anmerkung <u>zu a)</u> Wird codiert, wenn der Beitrag sich nicht schwerpunktmäßig mit Sexualität und Erotik z.B. in einer Partnerschaft befasst. Im letzteren Fall wird der Beitrag unter „Sexualität“ (HT_26) codiert. Anmerkung <u>zu b)</u> Hier werden Artikel codiert bei denen mit Familie die Herkunftsfamilie und die eigenen Eltern oder Schwiegereltern gemeint sind. Geht es um die Erziehung von Kindern und Jugendlichen unter 18 Jahren sind in die Kategorie „Fortpflanzung und Kindererziehung“ zu codieren. Weitere Subkategorien zur Themenspezifizierung sind innerhalb der drei vorgegebenen Ausprägungen offen zu codieren.

Die nachfolgende Übersicht soll auf einem Blick darstellen, wie die Codierung der Themenstruktur für die Themenerfassung in MAXQDA umzusetzen ist:

Tabelle A7: Zusammenfassende Übersicht zur Codierung der inhaltlichen Kategorie Hauptthema des Beitrages (HT) in MAXQDA

Erfassung	Codieranweisung
Formale Variablen	Seitenzahl, Monatsausgabe, Codierdatum (automatisch)
Umfang des Beitrages	ja
Standardmaße	x<0,5 Seite = small → 1 0,5-1 Seite = medium → 2 x>1 Seite = large → 3
Farbe in MAXQDA	dunkelblau
Mehrfachcodierung	nicht möglich, 1 Thema pro Artikel
Subkategorien	ja, deduktiv-induktiv, bis zu drei Ebenen
Induktive Kategorienbildung	ja → Sowohl auf Ebene der Ausprägungen als auch auf Ebene der Themenspezifizierung möglich. Siehe Codierhinweise je Themenfeld.
Analyseeinheit	gesamter Artikel

3.4.2 Akteure und Handlungsträger: „Stars & People“

Diese Kategorie schließt sich im Codebuch an die Themenerfassung an, weil sie ergänzend zu Letzterer fungiert. Die Kategorie „Stars & People“ (SP) wird nur dann vergeben, wenn bestimmte Persönlichkeiten bzw. genauer gesagt die Beschäftigung mit diesen – unabhängig von ihrem Bekanntheitsgrad – den Beitrag dominieren. Dabei kann eine sowohl eine einzelne Person oder auch mehrere Personen als Einheit (z.B. Band) betrachtet werden. Kommen mehr als drei Personen vor, die nicht Teil einer Gruppe wie z.B. einer Musikband sind, ist diese Sonderkategorie nicht zu vergeben.

Einschränkung: Geht es in einem Beitrag beispielsweise um außergewöhnliche Sportarten, die jeweils von verschiedenen Sportler:innen vorgestellt werden, gilt dies lediglich als illustrierend und wird nicht in diese Kategorie codiert, sondern der Beitrag deduktiv dem Hauptthema „Sport“ zugeordnet. In den allermeisten Fällen ist diese Kategorie auf diverse Interviewbeiträge oder Lebensporträts anzuwenden.

Die Unterscheidung zwischen Personen, die in der Öffentlichkeit stehen und denen die dies nicht tun, ist für diese Kategorie nicht mehr relevant. Dieser Aspekt wurde bereits über die Themenerfassung (siehe HT_16) abgedeckt. Hier geht es mit Blick auf die Frage nach Lokalisierung der Inhalte um die Verortung der Akteure. Somit geht es in erster Linie um die Herkunft und den Lebensmittelpunkt der vorgestellten Akteure, aber auch um deren Selbst-

und Fremdverortung – wenn dies aus dem Text hervorgeht. Es handelt es sich hier insofern um eine Sonderkategorie, als dass diese in höherem Maße als die inhaltlichen Kategorien zuvor mit der Lokalisierungsthematik (siehe Kap. 3.5) verknüpft ist.

Tabelle A8: Kategorienschema Stars & People (SP) mit Beschreibung und Codierhinweisen

Nr.	Kategorie Verortung und Herkunft	Beschreibung und Codierhinweise
SP_1	International	Zuschreibung der nationalen Zugehörigkeit oder der Herkunft außerhalb der Russländischen Föderation sowie des Gebiets der ehemaligen Sowjetunion. Weitere <u>Ausprägungen</u> sowie ggf. Subkategorien zur Themenspezifizierung sind offen zu codieren. Als Ausprägung ist zunächst das Berufs- bzw. Tätigkeitsfeld offen zu codieren z.B. <i>Schauspieler:innen oder Politiker:innen</i> . Danach sind die Akteure namentlich als Subkategorie aufzunehmen.
SP_2	National	Hierzu werden Akteure codiert, die entweder in Russland in der Sowjetunion geboren sind, ihren Lebensmittelpunkt in Russland haben oder sich selbst (bzw. von der Redaktion) als Russen, Russisch, oder russländische Staatsbürger bezeichnen. <u>Anmerkung:</u> Ein russisch klingender Name oder ein längerer Aufenthalt in Russland reicht für die Codierung dieser Kategorie nicht aus. Weitere <u>Ausprägungen</u> sowie ggf. Subkategorien zur Themenspezifizierung sind offen zu codieren. Als Ausprägung ist zunächst das Berufs- bzw. Tätigkeitsfeld offen zu codieren z.B. <i>Schauspieler:innen oder Politiker:innen</i> . Danach sind die Akteure namentlich als Subkategorie aufzunehmen.
SP_3	Keine Herkunftsangabe/ keine Zuordnung möglich	Keinerlei Herkunftsangabe feststellbar weder im Text, noch durch weiterführende Recherchen

Ausnahme: Im Falle von CD-Empfehlungen/Buch-Empfehlungen und ähnlichen Beiträgen wird die Kategorie „Stars & People“ nicht vergeben (auch wenn explizit über den Künstler berichtet wird), weil in dieser Rubrik der thematische Schwerpunkt z.B. auf der Musik und nicht auf der Person selbst liegt.

Nachfolgend eine Übersicht über die Umsetzung der Codierung der Akteurskategorie „Stars&People“ in MAXQDA:

Table A9: Zusammenfassende Übersicht zur Codierung der inhaltlichen Kategorie Stars & People (SP) in MAXQDA

Erfassung	Codieranweisung
Formale Variablen	Seitenzahl, Monatsausgabe, Codierdatum (automatisch)
Farbe in MAXQDA	lila
Mehrfachcodierung	nicht möglich
	<u>Anmerkung:</u> Code wird nur vergeben, wenn aus dem Beitrag klar hervorgeht, dass es um schwerpunktmäßig eine einzelne Person oder um eine zusammengehörige Personengruppe (z.B. Band) geht.
Subkategorien	ja, deduktiv-induktiv, bis zu drei Ebenen
Induktive	ja → Nur auf der Ebene der Spezifizierung der vorgegebenen
Kategorienbildung	Ausprägungen möglich.
	Beispiel: S. 98-100; 101: In der Rubrik „Das Covergesicht“ geht es um die US-amerikanische Sängerin Britney Spears und ihr musikalisches Comeback. (Cosmopolitan/ April 2009, S. 4). In diesem Fall müsste wie folgt codiert werden: SP_1. Stars und People
	1. international 1.1. Sänger:innen 1.1.1 Britney Spears
Analyseeinheit	gesamter Artikel

3.4.3 Aktualitätsbezug

Als weitere inhaltliche Kategorie wird der Aktualitätsbezug eines Artikels (AB) erfasst. Ausschlaggebend für die Codierung des Aktualitätsbezuges sind in dieser inhaltsanalytischen Untersuchung, genauso wie bei der Bestimmung des Artikelthemas, zunächst die Artikelüberschrift und der Leadtext. Nur, wenn über den genannten Zugang keinerlei Information über die Aktualität des Beitrages gewonnen werden kann, wird Sinnabschnitt für Sinnabschnitt der darauffolgende Text geprüft.

Insgesamt ist davon auszugehen, dass die meisten der hier untersuchten, monatlich erscheinenden Zeitschriften einen Produktionsvorlauf erfordern und aus diesem Grund überwiegend zeitlos oder allenfalls saisonal ausgerichtet sind. Aus diesem Grund ist folgendes Kategorienschema (angelehnt an Rössler 2017, S. 148) anzuwenden, das auf die Untersuchungseinheit abgestimmt ist.

Anmerkung zum Umgang mit Illustrationen/Bildern im Zusammenhang mit der Kategorie des Aktualitätsbezuges: Das Bildmaterial wird nicht bei der Bestimmung der Aktualität eines Artikels berücksichtigt, die Codierung bezieht sich (in den meisten Fällen) ausschließlich auf den abgedruckten Text.

***Beispiel:** In einem Beitrag der Cosmopolitan (Januar 2010, S. 259) geht es darum, dass fast alle Russen an Vitamin C Mangel leiden. Im Hintergrund sind zwei Frauen beim Skifahren abgebildet. Der in der Januarausgabe erschienene Beitrag wird demnach nicht als saisonaler Artikel codiert, weil der Artikeltext keinen expliziten saisonalen Bezug beinhaltet.*

Tabelle A10: Kategorienschema für die Kategorie Aktualitätsbezug (AB) mit Beschreibung und Codierhinweisen

Nr.	Kategorie Aktualitätsbezug	Beschreibung und Codierhinweise
AB_1	Zeitloser Beitrag	<p>Es geht um allgemeine Informationen, während konkretes faktisches Geschehen im Hintergrund oder nur zur Illustration dient.</p> <p><u>Codierhinweis:</u> Die Kategorie „zeitloser Beitrag“ grenzt sich in erster Linie von dem saisonalen Beitrag ab oder einem Beitrag, der an ein konkretes Ereignis gebunden ist. Geht es in einem Artikel z.B. um Stammbaumforschung, bewirken weiterführende Links zu aktuellen Webseiten mit Archivdatenbanken nicht, dass der Beitrag dadurch „aktueller“ wird. Wenn es keine weiteren Anhaltspunkte gibt, wird so ein Beitrag als zeitlos codiert. Umfragen und Statistiken, aus denen keine Aktualität hervorgeht z.B. durch Nennung des Jahres in dem die Studie erschienen ist, sind unter „zeitloser Beitrag“ zu codieren.</p>
AB_2	Saisonale Berichterstattung	<p>Beiträge beziehen sich auf Jahreszeiten, Feiertage oder Ferien.</p> <p><u>Codierhinweis:</u> Anmerkung: Gilt insbesondere auch für Produktcollagen, in denen Produkte z.B. für den Sommerurlaub am Strand empfohlen werden. Ein Hinweis bzw. oftmals ein einziges Wort wie z.B. „verregnete“ Tage in einer Herbstausgabe reicht aus, um den Beitrag unter „saisonale Berichterstattung“ zu codieren.</p>
AB_3	Historischer Beitrag	<p>Hierzu zählen Beiträge zu einem abgeschlossenen Ereignis, Gedenktag, die auch bei aktueller Wiederkehr codiert werden. Beiträge zu historischen Themen ohne konkrete Anbindung an z.B. ein nahendes Jubiläum werden ebenfalls unter diese Kategorie codiert.</p> <p><u>Codierhinweis:</u> Die Ursprungsereignisse, um die es in dem Beitrag geht, müssen mindestens 50 Jahre zurückliegen.</p>
AB_4	Geschehnisse des vergangenen Jahres	<p>Ab einem bis zwölf Monate ab Erscheinungsmonat der jeweiligen Ausgabe zurückliegend</p> <p><u>Codierhinweis:</u></p>

		Hierbei geht es um das laufende Kalenderjahr. Für Beiträge, die in erster Linie Produktempfehlungen beinhalten, muss man davon ausgehen, dass es um aktuelle auf dem Markt verfügbare Produkte geht.
AB_5	Geschehnisse des laufenden Monats	Diese Kategorie bündelt die aktuellsten Meldungen aus den untersuchten Zeitschriften. <u>Codierhinweis:</u> Hierzu werden z.B. Verweise auf Veranstaltungen des laufenden Monats, der aktuellen Monatsausgabe codiert.
AB_6	Ab 2 bis 50 Jahre zurückliegende Geschehnisse	Bei dieser Kategorie handelt es sich um eine Auffangkategorie für Artikel, die sich schwerpunktmäßig auf Ereignisse beziehen, die mind. länger als zwei Jahre oder gar Jahrzehnte (max. 50 Jahre) zurückliegen. <u>Codierhinweis:</u> Geht es in einem Artikel um ein gesellschaftliches Problem, wie z.B. die Arbeitsmarktsituation oder die schwierige Wohnsituation für junge Paare, reicht die bloße Erwähnung der Perestroika-Zeit nicht aus, um diese Kategorie zu codieren. Dieser gilt dann nur als illustrierend. Ginge es umgekehrt um die Zeit der Perestroika als Ursprung für einen bestimmten Diskurs, wäre der Beitrag unter diese Kategorie zu codieren.
AB_7	Vorausgreifende Berichterstattung	Hierzu zählen Beiträge, die sich ausdrücklich auf zukünftige Ereignisse beziehen. Dazu zählen auch Prognosen, Vorschauen/Ausblicke.
AB_8	Keine Einordnung möglich	Sammelkategorie für Beiträge, in denen keine eindeutige Bestimmung der Aktualität eines Beitrages möglich ist. Das kann dann der Fall sein, wenn verschiedene Zeitbezüge erkennbar sind, aber Festlegung auf eine der vorgegebenen Kategorien möglich wird. Ein typisches Beispiel dafür wären alle Interviews und Porträts, die grundsätzlich unter diese Kategorie codiert werden, denn sie sind an Personen und weniger an Ereignisse geknüpft.

Nachfolgend eine Übersicht über die Umsetzung der Codierung des Aktualitätsbezuges der untersuchten Beiträge in MAXQDA:

Tabelle A11: Zusammenfassende Übersicht zur Codierung der inhaltlichen Kategorie Aktualitätsbezug (AB) in MAXQDA

Erfassung	Codieranweisung
Formale Variablen	Seitenzahl, Monatsausgabe, Codierdatum (automatisch)
Farbe in MAXQDA	dunkelgrün
Mehrfachcodierung	nicht möglich
Subkategorien	nein, nur im Rahmen der vorgegebenen Kategorien deduktiv codieren
Analyseeinheit	gesamter Artikel

3.4.4 Sonderkategorie Anzeigenwerbung

Hier erfolgt mithilfe einer Sonderkategorie eine grobe Klassifizierung der Anzeigenwerbung für alle untersuchten Zeitschriftenausgaben (AZ). Die Abgrenzung von PR-Texten und Produktcollagen ist visuell klar erkennbar. Werbeanzeigen in den untersuchten Zeitschriften sind hochgradig bildlastig, gehen über mehrere Seiten (sind somit großflächig) und verfügen in den meisten Fällen über wenig Text. Verfügen Anzeigen über begleitende Texte, die sie als redaktionelle Beiträge wirken lassen, sind sie in den meisten Fällen am Seitenrand als Werbung [na pravach reklamy] gekennzeichnet. Bei der Codierung ist zu beachten, dass die Werbeanzeige für eine bestimmte Marke sich auch über mehrere, nicht zusammenhängende Seiten erstrecken kann. Dazwischen ist der redaktionelle Teil eingebettet.

Beispiel für die Paraphrasierung von Anzeigenwerbung im Dokument-Browser in

MAXQDA:

S. 8-9: Anzeigenwerbung (später nur noch abgekürzt mit AZ) für diverse Düfte von Hugo Boss. (Maxim/ August 2011, S. 4)

Im Anschluss an die Paraphrasierung nach dem oben aufgeführten Muster wird auch hier, wie bei den analyserelevanten Beiträgen, der Umfang erfasst. Mit Blick auf die Untersuchung von Lokalisierung wird im Folgenden zunächst erfasst, ob die vorliegenden Werbeanzeigen internationale oder russländische Marken/Produkte bewerben. Die deduktiven Kategorien (siehe Tab. 12) bilden den Ausgangspunkt für die induktive Kategorienbildung, denn im Folgenden werden die Branchen und ggf. auch Produktgruppen induktiv codiert.

Anmerkung: Werden zwei unterschiedliche Produkte von verschiedenen Marken (z.B. Markenkooperation innerhalb einer Werbeanzeige beworben, ist das dominantere Produkt (ggf. das was mehr Fläche einnimmt) zu codieren.

Tabelle A12: Kategorienschema für die Sonderkategorie Anzeigenwerbung (AZ) mit Beschreibung und Codierhinweisen

Nr.	Kategorie	Beschreibung und Codierhinweise	Beispiel
AZ_1	International	Branchen und Produktgruppen sind hier als Ausprägungen und somit als Subkategorien induktiv zu codieren. <u>Codierbeispiel:</u> 1. <i>International</i>	S. 151: Anzeigenwerbung für Kaffee der Marke Tchibo. (<i>Cosmopolitan</i> / November 2011, S. 151)

		1.1. Genussmittel	
		1.1.1. Kaffee	
AZ_2	National	Branchen und Produktgruppen sind hier als Ausprägungen und somit als Subkategorien induktiv zu codieren (Systematisierung s.o.).	S. 311: Anzeigenwerbung für die Mode der russländischen Designerin Kira Plastinina (Cosmopolitan/ März 2011, S. 311)
AZ_3	Cosmo-Werbung	Werbung in eigener Sache für die Zeitschrift <i>Cosmopolitan</i> .	S.68: Anzeigenwerbung für die Cosmo-App. (Cosmopolitan/ August 2011, S. 68)
AZ_4	Maxim	Werbung in eigener Sache für die Zeitschrift <i>Maxim</i> .	S. 152: Anzeigenwerbung für den offiziellen Onlineauftritt der Zeitschrift <i>Maxim</i> . (Maxim/ April 2011, S. 152)
AZ_5	Nicht erkennbar	Durch weitergehende Recherche und Allgemeinwissen nicht zu erkennen.	

Nachfolgend eine Übersicht über die Umsetzung der Codierung der Kategorie „Anzeigenwerbung“ in MAXQDA:

Tabelle A13: Zusammenfassende Übersicht zur Codierung der inhaltlichen Sonderkategorie Anzeigenwerbung (AZ) in MAXQDA

Erfassung	Codieranweisung
Formale Variablen	Seitenzahl, Monatsausgabe, Codierdatum (automatisch)
Umfang des Beitrages	ja
Standardmaße	x<0,5 Seite = small → 1 0,5-1 Seite = medium → 2 x>1 Seite = large → 3
Farbe in MAXQDA	pink
Mehrfachcodierung	nicht möglich
Subkategorien	ja, deduktiv-induktiv, bis zu drei Ebenen
Induktive Kategorienbildung	Ja, auf Ebene der Themenspezifizierung möglich. Siehe Codierhinweise je Themenfeld.
Analyseeinheit	gesamte Werbeanzeige

3.5 Codierebene III: Lokalisierungskategorien

Wie eingangs bereits beschrieben, bildet die Beschäftigung mit dem Phänomen der *redaktionellen Lokalisierung* den Schwerpunkt der Inhaltsanalyse. Erläutert und operationalisiert werden die diversen deduktiv und induktiv gewonnen Lokalisierungskategorien überwiegend in dem hier als Codierebene III bezeichneten Abschnitt des vorliegenden Codebuchs. Somit handelt es sich um den wichtigsten und umfangreichsten Kategorienkomplex. Hier gilt es zu ermitteln, auf welche Art und Weise die Inhalte der ausgewählten Stichprobe auf der Textebene lokalisiert werden. Das Kategoriensystem wird durch eine Kombination deduktiven und induktiven Vorgehens gebildet, deren Reihenfolge und Spezifizierungsgrad sich je nach Untersuchungsaspekt unterscheiden und aus diesem Grund in den folgenden Unterkapiteln einzeln erläutert werden.

Zur besseren Übersicht zeigt die folgende Tabelle A14, welche zentralen Kategorien in Codierebene III (Lokalisierung) in absteigender Reihenfolge zu codieren sind:

Tabelle A14: Überblick über die zu codierenden Aspekte der Lokalisierung in Abschnitt Codierebene III

	Nr.	Kategorienbezeichnung	Kategorienbildung	
Identifikation von Lokalisierung	1.	Anzahl der lokalisierten Artikel	deduktiv (nur Auszählung)	a)
	2.	Klassifizierung lokalisierter Textstellen	deduktiv	
Konstruktionsprinzipien von Lokalisierung	3.	Erfassung nationaler Themen	deduktiv-induktiv	b)
	4.	Lokalisierungsstrategien	deduktiv-induktiv	
	5.	Russlandbezug	deduktiv-induktiv	

Quelle: Eigene Darstellung

3.5.1. Anzahl lokalisierter Artikel

Hier geht es darum zu erfassen, wie viele analyserelevante Zeitschriftenartikel (ALA), d.h. ohne NA und Anzeigenwerbung der untersuchten 36 Monatsausgaben auf Textebene als lokalisiert gelten können. Hierunter fallen alle analyserelevanten Artikel, die mindestens eine lokalisierte Textpassage aufweisen. Als lokalisiert gilt eine Textpassage dann, wenn darin *explizite* oder *implizite Russlandbezüge* vorkommen (UdSSR inklusive):

Beispiele für Signalwörter als Codierhilfe: Russisch [ruskij], Russland [Rossija], russländisch [rossijskij], unser Land [naša strana], Russen [russkie], sowjetisch [sovetskij].

Beispiel für eine explizit lokalisierte Textpassage:

Das Feature befasst sich mit der Tradition des 1. April, den Kuriositäten dieses Tages und mit Aprilscherzen.

„Wann und von wem dieser Feiertag nach Russland gebracht wurde ist nicht bekannt, aber in den Büchern vieler Schriftsteller und Dichter gab es bereits seit dem Ende des 18. Jahrhundert einige Zeilen über Aprilscherze. Darunter auch bei A.S. Puškin.“ (Cosmopolitan April/2009, S. 248)

Beispiele für implizit lokalisierte Textpassagen:

Unkommentierte Zitate (ohne Autorennennung) auf kanonische Texte der russischen Literatur, Bezeichnungen von landestypischen Gerichten (z.B. Pelmeni, Salat Olivier), ohne Verweis auf deren Entstehungskontexte. Insofern fallen hierunter einzelne Worte, Wortgruppen oder ganze Sätze (z.B. Zitate), die ohne weiterführende Erklärungen nicht in einer anderen Länderversion stehen könnten.

Wichtig: Eine Mehrfachcodierung ist hier nicht möglich. Diese Kategorie wird nur einmal pro Artikel vergeben. Eine weitere Klassifizierung der lokalisierten Textstellen, z.B. in explizit oder implizit ist an dieser Stelle noch nicht notwendig. Nicht codiert werden unter diese Kategorie reine Eventankündigungen mit Verweis auf Konzerte in Moskau oder eine anstehende Russlandtour einer Musikband. Reine Bildinhalte ohne konkreten Textbezug werden ebenfalls nicht als lokalisiert gewertet.

Tabelle A15: Zusammenfassende Übersicht zur Codierung der inhaltlichen Kategorie Anzahl lokalisierter Artikel (ALA) in MAXQDA

Erfassung	Codieranweisung
Formale Variablen	Seitenzahl, Monatsausgabe, Codierdatum (automatisch)
Farbe in MAXQDA	gelb
Mehrfachcodierung	nicht möglich
Subkategorien	keine
Induktive Kategorienbildung	nein
Analyseeinheit	gesamter Artikel, alle analyserelevanten Artikel (d.h. ohne NA und ohne Anzeigenwerbung)

3.5.2 Nationale Themen

Hier werden alle Beiträge erfasst, die bereits in der Überschrift oder im Leadtext eine nationale Verortung aufweisen. Dabei handelt es sich meist um Geschichtsartikel, die u.a. anlässlich eines bestimmten Ereignisses erscheinen. Rezensionen jeder Art sowie Interviews, Porträts von nationalen Berühmtheiten/Helden (auch wenn diese explizit so bezeichnet werden) sind nicht unter die Kategorie „Nationale Themen“ (NT) zu codieren.

Beispiele als Codierhilfe:

Hierbei kann es sich um Artikel handeln, die sich ausschließlich bestimmten Feiertagen widmen, die in Russland eine längere Tradition haben z.B. der *8. März (Internationaler Frauentag)*. Genauso kann es darin um Reiseziele innerhalb Russlands gehen oder um das Pflegefamiliensystem in Russland.

Tabelle A16: Zusammenfassende Übersicht zur Codierung der inhaltlichen Kategorie Nationale Themen (NT) in MAXQDA

Erfassung	Codieranweisung
Formale Variablen	Seitenzahl, Monatsausgabe, Codierdatum (automatisch)
Farbe in MAXQDA	olivgrün
Mehrfachcodierung	nicht möglich
Subkategorien	keine
Induktive Kategorienbildung	nein
Analyseeinheit	gesamter Artikel, alle analyserelevanten Artikel (d.h. ohne NA und ohne Anzeigenwerbung)

3.5.3 Klassifizierung lokalisierter Textstellen

Diese inhaltliche Kategorie vertieft den Ansatz der reinen Identifikation und Auszählung aller lokalisierten analyserelevanten Artikel. Entscheidend ist hier, dass die Codierung nicht mehr auf der Artikelebene stattfindet. Die Analyseeinheit bilden nun lokalisierte Textstellen, deren Länge sich aus sinngemäß zusammenhängenden Textsegmenten ergibt. Für alle identifizierten lokalisierten Textsegmente ist nun im Rahmen der Codierung eine Klassifizierung vorzunehmen. Dazu werden Textstellen entweder als explizit oder implizit lokalisiert codiert. Dabei kann je Textsegment nur ein Code vergeben werden. Bei Vorkommen expliziter „Signalwörter“ (siehe Tabelle A17), wird trotz ebenfalls vorhandener impliziter Bezüge das Erstere codiert. Sollte es sich um einen Artikel handeln, der bereits als „nationales Thema“ (siehe Kap. 3.5.2) codiert wurde, ist ebenfalls die Kategorie „explizit“ zu codieren.

Tabelle A17: Kategorienschema für die Kategorie Klassifizierung lokalisierter Textstellen (LT) mit Beschreibung und Codierhinweisen

Nr.	Kategorie Klassifizierung	Beschreibung und Codierhinweise	Beispiele
LT_1	Expliziter Russlandbezug	Signalwörter für die Kategorie „explizit“ sind alle grammatikalischen Formen von: „russisch“ [russkij], „Russe/n“ [russkij, russkie], „Russland“ [Rossija], „rusländisch“ [rossijskij], „unser/“ [naš/a] Land, unsere Heimat [strana, rodina], „bei uns“ [u nas], „wir Russen“ [my russkie], „in unserem Land“ [v našej strane],	Der Beitrag widmet sich dem Thema Haarfarben. Es geht um die Frage, ob ein und dieselbe Person mit blonden oder mit dunklen Haaren besser aussieht.

	<p>"vaterländisch" [otečstvennoe], "sowjetisch, Sowjetunion" [sovetskij, sovetskij sojuz], "„hier [zdes]", Russische Föderation [rossijskaja federacija], „nationales" [nacional'noe], „sovok, sovokovoe“ [abwertend für Sowjetunion], Kreml, „Bürger:innen der Russischen Föderation“ [graždane rossijskoj federacii], Städte und Orte in Russland und weitere ähnliche Formen.</p> <p><u>Codierhinweis:</u> Auch Städtenamen und Ortsnamen, die eindeutig als ein Gebiet Russlands zugeordnet werden können, gelten als <u>expliziter Russlandbezug</u>.</p>	<p>„Zuerst hatte ich, wie jede vorsichtige 19-Jährige einfache Highlights. Diese sah man damals auf den Köpfen von 99% der weiblichen Bevölkerung Russlands – wie davor diese furchtbaren Ponys und davor die Dauerwelle.“</p> <p>(Cosmopolitan/ April 2009, S. 192)</p>
LT_2	<p>Impliziter Russlandbezug</p> <p>Der Beitrag gilt als implizit lokalisiert, wenn darin nichtexplizite Russlandbezüge vorkommen, die in einer anderen Länderversion erst erklärt werden müssten. Hier aber können sie unkommentiert stehen, da sie meist auf kanonischem Wissen basieren oder zumindest kulturelle Kenntnisse voraussetzen.</p> <p><u>Codierhinweise:</u></p> <p>a. Die Entscheidung darüber, ob es sich um implizite Russlandbezüge handelt, trifft die Codiererin auf Basis ihrer eigenen fundierten Kenntnis der Kulturgeschichte Russlands und der Vertrautheit mit den Landespezifika.</p> <p>b. Im Fall von Interviews (mit) und Porträts von russländischen bzw. aus der Zeit der Sowjetunion bekannten Persönlichkeiten ist im Zweifelsfall genauso zu verfahren wie mit Textsegmenten aus Artikeln, die unter die Kategorie „nationale Themen“ fallen: Sie sind als „<u>expliziter Russlandbezug</u>“ zu klassifizieren. Das gilt auch insbesondere dann, wenn die porträtierten oder interviewten Personen sich selbst z.B. als aus Russland stammend beschreiben.</p>	<p>In einem Interview wird die Sängerin Tat'jana Zykina, gefragt, von wem sie Kochen gelernt hat. Ihre Antwort lautet:</p> <p>„Meine Mama kocht köstlich und einfach. Sagen wir, sie wird sich nicht mit Pilzschinkenmousse oder einem Salat mit Spargel und Cashew beschäftigen. Bei mir ist es dasselbe, es soll nicht zu exotisch sein. <u>Ich erinnere mich dann eher an gedämpfte Kartoffeln und Borschtsch.</u> Manchmal hört man: Heute habe ich einen Frappé zubereitet oder etwas flambiert. Da möchte man dich gleich fragen: <u>Kannst du denn überhaupt Plov oder Krautsuppe?</u>“</p> <p>(Cosmopolitan August/ 2010, S. 137)</p>

Genauso wie zuvor bei den anderen Hauptkategorien sind in der folgenden Übersicht die wichtigsten Codieranweisungen für die Arbeit in MAXQDA zusammengestellt worden. Nach diesem Muster wird mit allen weiteren Hauptkategorien in diesem Codebuch verfahren.

Tabelle A18: Zusammenfassende Übersicht zur Codierung der inhaltlichen Kategorie Klassifizierung lokalisierter Textstellen (LT) in MAXQDA

Erfassung	Codieranweisung
Formale Variablen	Seitenzahl, Monatsausgabe, Codierdatum (automatisch)
Farbe in MAXQDA	hellblau
Mehrfachcodierung	nicht möglich → einzige Ausnahme bildet die Sammelkategorie „keine eindeutige Zuordnung möglich“ für besonders unklare Fälle
Subkategorien	keine
Induktive Kategorienbildung	nein
Analyseeinheit	lokalisiertes Textsegment, d.h. alle Textpassagen, die einen expliziten oder impliziten Russlandbezug aufweisen

3.5.4 Lokalisierungsstrategien

Für jedes der ermittelten lokalisierten Textsegmente gilt es hier, eine dominierende Lokalisierungsstrategie (LS) zu codieren. Analyseeinheit ist damit nicht mehr der gesamte Artikel, sondern die lokalisierte, sinngemäß zusammenhängende Textstelle (im weiteren auch lokalisiertes Textsegment genannt). Da die eindeutige Bestimmung der Lokalisierungsstrategie nicht ganz einfach ist, sind bei der Codierentscheidung folgende Fragen zu stellen: Auf welche Art und Weise erfolgt die Darstellung der lokalisierten Sachverhalte, Themen, der lokalen Akteure usw., die eine zentrale Rolle in dem vorliegenden Textabschnitt spielen? Welche sprachliche Strategie unterstreicht die lokalisierte Aussage?

Die lokalisierten Textstellen werden deduktiv auf Basis des theoriebasierten Kategoriensystems ausgewertet. Die 19 von vornherein vorgegebenen Kategorienbezeichnungen sind im Laufe der Codierung durch weitere „verwandte Begriffe“ zu ergänzen und somit inhaltlich auszuweiten.

Ferner ist es grundsätzlich möglich, eine neue Kategorie (ab 10 Codierungen zu einem offenkundig zusammenhängenden Themenkomplex) induktiv zu bilden. Auf diese Weise erfolgt eine deduktiv-induktive Optimierung des bestehenden Kategoriensystems. Die im Zuge dieses Vorgehens gebildeten „neuen“ induktiven Kategorien wurden in Tabelle A20 nachträglich ergänzt. Anders als bei den 19 von vornherein vorgegebenen Kategorien,

stammen die Ankerbeispiele für die induktiv gebildeten Kategorien aus den untersuchten Zeitschriften.

Die folgende Tabelle A19 beinhaltet das vorab deduktiv gebildete Kategoriensystem für die Hauptkategorie „Lokalisierungsstrategien“ – einschließlich Definitionen, Codierhinweise und prototypischer Beispiele. Letztere stammen in den meisten Fällen ebenfalls aus den Zeitschriften *Cosmopolitan* und *Maxim*, sind jedoch nicht Teil der Stichprobe.

Tabelle A19: Deduktives Kategorienschema für die Kategorie Lokalisierungsstrategien (LS) mit Erkenntniskomplex (EK), Codieranweisungen und prototypischen Beispielen

EK	Nr.	LS	Definition und Codieranweisungen	Beispiele
WISSEN	LS_1	Explikation	<p>Diese Kategorie umfasst im Wesentlichen die Präzisierung eines Begriffs, eines Sachverhaltes oder auch einer biografischen Station. Übergeordnetes Ziel einer explizierenden Textpassage ist es, eine Bedeutungsklarheit zu erreichen. Dabei können sowohl Klassifikationen, Beschreibungen von Eigenschaften – auch mittels numerischer Werte – sowie komparative Beschreibungen darauf hinweisen, dass hier die Explikationskategorie codiert werden muss. Auch Definitionen werden dieser Kategorie zugerechnet. Basierend auf dem vorschreibenden Charakter von Explikationen werden auch Textstellen, die als Aufklärung und Belehrung verstanden werden können, unter diese Kategorie codiert.</p> <p><u>Codierhinweis:</u> Auch historische Fakten hierzu codieren, wenn sie nicht losgelöst stehen und zur Erweiterung des Kontexts dienen bzw. zusätzliche Hintergrundinformationen zu einem Thema liefern. Ebenfalls werden stark wertende Aussagen unter diese Kategorie codiert.</p>	<p>S. 158-161: Der umfangreiche Beitrag befasst sich mit dem Thema des Pflegefamiliensystems im Allgemeinen und in Russland.</p> <p><i>Das Pflegefamiliensystem (dort wird es "foster" genannt) ist bekanntlich im Westen weit verbreitet und wird seit langem von allen als wirksam anerkannt. In Russland wurde im Laufe von 15 Jahren in der staatlichen Bildungseinrichtung "Kinderheim Nr. 19" und anderen ähnlichen Einrichtungen, die in einem Viertel der Regionen des Landes arbeiteten, ein russländisches Modell der therapeutischen Pflege- und Erziehung geschaffen: Alle professionellen Dienstleistungen befinden sich unter einem Dach, in einer Organisation - eine Art Pflege- und "Sozialpolyklinik", in der es alle Spezialisten gab und jede Hilfe geboten werden konnte.</i></p> <p>(<i>Cosmopolitan</i>/ Januar 2010, S. 161)</p>
WISSEN	LS_2	Intertextualität	<p>Dieser Kategorie liegt ein weit gefasster Intertextualitätsbegriff zugrunde. Er schließt Intermedialität ebenfalls mit ein. Unter diese Kategorie sind somit Textstellen zu codieren, die</p>	<p>S. 150-151: Der Artikel beschäftigt sich mit kuriosen Regeln, die Arbeitgeber:innen in Russland für ihre Mitarbeiter:innen aufgestellt haben.</p>

			einerseits literarische Zitate und identifizierbare Verweise auf kanonische Literatur Russlands und andererseits auf weitere populäre Medientexte (einschließlich populärer Filme, Fernsehsendungen; Lieder usw.) verweisen.	<p><i>In unserem internen Reglement steht geschrieben: "Es ist verboten, während der Arbeitszeit Belletristik zu lesen". Kein Wort über Fach-, Religions-, Wissenschafts-, Referenz- und Bildungsliteratur sowie über Periodika. Also "Krieg und Frieden" ist nicht erlaubt, aber Cosmo oder die Bibel durchaus.</i></p> <p>(Cosmopolitan/ August 2010, S. 151)</p>
WISSEN	LS_3	Informierung (Zahlen und Fakten)	<p>In diese Kategorie werden faktenlastige Aussagen mit Russland/Sowjetunionbezug codiert. Diese dienen im Wesentlichen der Informierung. Es handelt sich dabei überwiegend um eine nüchterne Präsentation von Fakten und/oder Zahlen ohne zusätzliche Hintergrundinformationen. Hierzu zählen Informationen zu Gesetzesänderungen, Preisübersichten und Statistiken.</p> <p><u>Codierhinweis:</u> Diese Kategorie ist besonders dann zu codieren, wenn z.B. Ergebnisse wissenschaftlicher Studien präsentiert werden. Für die Abgrenzung zur Kategorie „Explikation“ ist zu berücksichtigen, dass hier der belehrende, aufklärerische Grundton nicht gegeben ist und nur selten Ratschläge erteilt und Bewertungen vorgenommen werden.</p>	<p>S. 151: Statistik aus der Rubrik „Deine Karriere“.</p> <p><i><u>59% der Russen sind damit einverstanden sich im Rahmen ihrer Bewerbung auf einen Job einem Lügendetektortest zu unterziehen. Im Jahr 2001 waren 12% mehr dazu bereit.</u></i></p> <p>(Cosmopolitan/ August 2010, S. 151)</p>
WISSEN	LS_4	Kulturelle Übersetzung	<p>Unter dieser Kategorie wird hier vor allem die sprachliche Übertragung von Denk-, Erklärungs- und Verhaltensmustern von einem kulturellen Kontext in einen anderen verstanden. Die genaue Übersetzungsleistung steht dabei weniger im Vordergrund. Vielmehr geht es um die Herstellung von kultureller Nähe z.B. durch die Gleichsetzung des „scheinbar bisher Unbekannten“ mit kulturell „vertrauten“ Beispielen und Situationen.</p> <p><u>Codierhinweis:</u> Ebenfalls wird hierunter auch die umgekehrte Variante (siehe</p>	<p>S. 114-118: In einem umfangreichen Interview wird Komiker Sergej Svetlakov nach seinen Vorbildern gefragt. Er antwortet:</p> <p><i>Was den Verkehrspolizisten betrifft, so ist das einer meiner Lieblingshelden. <u>Er ist wie eine typische Figur aus einer englischen Sketch Show – der russischen Monty Python. Das ist Trash, aber zulässig und von der Gesellschaft selbst so vorgegeben.</u></i></p> <p>(Cosmopolitan/ Januar 2010, S. 114)</p>

			angeführtes Beispiel) codiert – d.h. das „Eigene“ wird durch den Vergleich mit einer über die eigenen Landesgrenzen hinaus bekannteren Analogie gewissermaßen „internationalisiert“ bzw. universalisiert.	
DOING NATION	LS_5	Nationalstolz	<p>Kategorie wird vergeben, wenn in der untersuchten Textstelle eine Person, eine Handlung oder ein Gegenstand mit Russlandbezug (gemeint ist hier zunächst immer die Russische Föderation und es wird zusätzlich die UdSSR hinzugezogen) in Verbindung mit explizit geäußertem Stolz, Lob, Idealisierung, Bewunderung und einer Vorbildfunktion genannt wird. Besonders wichtig ist hier die emotionale Aufladung der Aussage. Es kann sich um Errungenschaften handeln, auf die die Bürger:innen Russlands stolz sein können, um Erfindungen oder auch um Erfolge von Sportler:innen auf nationalen oder internationalen Wettkämpfen. Aber auch Vorlieben (auch Freizeitgestaltung), die als solche genannt werden und einen Russlandbezug aufweisen, werden unter diese Kategorie codiert.</p> <p><u>Codierhinweis:</u> Im Wesentlichen basiert diese Kategorie aus den stark positiv wertenden, fast idealisierenden Aussagen, die hier wesentlich deutlicher zum Vorschein treten. Im Gegensatz dazu rückt in der Kategorie „Empfehlung“ die <u>Handlungsaufforderung</u> in den Vordergrund.</p>	<p>S. 123: In der Rubrik Cosmo-Auswahl werden Bücher- und Filmneuheiten vorgestellt. Darunter auch ein Roman von Viktor Pelevin.</p> <p><u>Viktor Pelevin „T“ - (der letzte große Roman des besten Schriftstellers der russischen Gegenwart).</u></p> <p>(Cosmopolitan/ Januar 2010, S. 123)</p>
DOING NATION	LS_6	Handlungsaufforderung	<p>Kategorie wird vergeben, wenn in der untersuchten Textstelle eine Person, eine Handlung oder ein Gegenstand mit Russlandbezug (gemeint ist hier zunächst immer die Russische Föderation und es wird zusätzlich die UdSSR hinzugezogen) in Verbindung mit explizit geäußertem Stolz, Lob, Idealisierung, Bewunderung und einer Vorbildfunktion genannt wird. Besonders wichtig ist hier die emotionale Aufladung der Aussage. Es kann sich um Errungenschaften handeln, auf die die Bürger:innen Russlands stolz sein können, um</p>	<p>S. 140-141: In dem Beitrag werden 10 Möglichkeiten vorgestellt, wie man sich bei kalten Temperaturen aufwärmen kann.</p> <p><u>Es gab da doch dieses sowjetische Plakat: Ein Mann in einem Jackett, der mit ausgestreckter Hand ein Glas Vodka ablehnt. Es ist an der Zeit, sich dieses Plakat an die Wand zu hängen. Tatsache ist, dass der Alkohol bei Kälte nur kurze Zeit wärmend wirkt, danach beginnt der Körper</u></p>

			<p>Erfindungen oder auch um Erfolge von Sportler:innen auf nationalen oder internationalen Wettkämpfen. Aber auch Vorlieben (auch Freizeitgestaltung), die als solche genannt werden und einen Russlandbezug aufweisen, werden unter diese Kategorie codiert.</p> <p><u>Codierhinweis:</u> Im Wesentlichen basiert diese Kategorie aus den stark positiv wertenden, fast idealisierenden Aussagen, die hier wesentlich deutlicher zum Vorschein treten. Im Gegensatz dazu rückt in der Kategorie „Empfehlung“ die <u>Handlungsaufforderung</u> in den Vordergrund.</p>	<p><i>rasch an Wärme zu verlieren.</i></p> <p>(<i>Cosmopolitan</i>/ Januar 2010, S. 140)</p>
DOING NATION	LS_7	Generalisierung	<p>Diese Kategorie wird vergeben, wenn die untersuchten Textstellen verallgemeinernde Aussagen in Bezug auf national konnotierte Einstellungen, Ereignisse, Situationen, Produkte usw. aufweisen. In den meisten Fällen werden aus einer begrenzten Zahl von Beobachtungen Aussagen abgeleitet, die laut Autor/in oder Interviewpartner/in für das gesamte Land bzw. weite Teile der Bevölkerung jenes Landes gelten sollen. Außerdem geht die Generalisierungskategorie häufig mit endgültigen Aussagen etwa wie „bei uns in Russland ist das immer so“ einher.</p> <p><u>Codierhinweis:</u> Die offensichtliche Reproduktion gängiger Stereotypen, die nicht selten von ironischen Bemerkungen begleitet wird, ist nicht unter diese Kategorie zu codieren. Insofern haben die Aussagen eher einen erklärenden Charakter. Abgrenzend zur Kategorie „Selbst- und Fremdbeschreibung“, stehen hier <u>Objekte oder Produkte im Vordergrund.</u></p>	<p>S. 216-217: Der Artikel beschäftigt sich mit Autos, genauere mit Dieselmotorkraftfahrzeugen. Es geht um Vorteile und Nachteile von Dieselmotorkraftstoff.</p> <p><i>Diesel in unserem Land hat einen schweren Stand und eine schlechte PR. Wir glauben, Diesel bedeutet per se schwer und klobig und Dieselfahrzeuge können im Winter nur durch Anschieben gestartet werden.</i></p> <p>(<i>Cosmopolitan</i>/ April 2009, S. 216)</p>
CONSTITUTING OTHER	LS_8	<p>Vergleich</p> <p><u>Ausprägungen mit Bewertung:</u></p> <p>a. <i>positiv</i> b. <i>negativ</i></p>	<p>Die Kategorie wird codiert, wenn national/lokal konnotierte Aspekte im Rahmen eines Vergleiches thematisiert werden und Gemeinsamkeiten bzw. Unterschiede diskutiert werden. Grundvoraussetzung ist, dass <u>mindestens zwei Sachen</u></p>	<p><u><i>Beispiel zu a) positive Bewertung</i></u></p> <p>S. 256-258: Der Artikel beschäftigt sich mit gelungenen Aprilscherzen aus aller Welt.</p>

c. neutral

miteinander verglichen werden müssen. In den meisten Fällen handelt es sich um Vergleiche zwischen Russland und dem „Westen“ oder Russland und Europa.

Codierhinweis: Jede Textstelle, die unter die Kategorie „Vergleich“ codiert wird, ist zusätzlich den vorgegebenen Ausprägungen a) positiv b) negativ oder c) neutral zuzuordnen. Die Bewertung bezieht sich immer auf den Sachverhalt, in dessen Rahmen das „rusländische, russische“ thematisiert wird. Die Ausprägungen werden in den meisten Fällen durch die wertenden Adjektive bestimmt.

Anders als im Westen, haben sich unsere Medien lange Zeit nicht getraut zu scherzen oder hatten Angst. Die Zeitung „Izwestija“ war die erste, die das Risiko einging. 1988 berichtete die Zeitung, dass der Fußballer Diego Maradona mit der Führung der Moskauer "Spartak" Gespräche über einen Umzug aus seiner argentinischen Heimat in die UdSSR führt. Angeblich versprach "Spartak" Maradona 6 Millionen Dollar (!) als Gegenleistung für seine Zustimmung, für die sowjetische Mannschaft zu spielen. Natürlich gab die Redaktion später zu, dass der Artikel ein Aprilscherz war.

(Cosmopolitan/ April 2009, S. 256)

Beispiel zu b) negative Bewertung

S. 166: In der Gesundheitsrubrik werden von der Redaktion unterschiedliche Fragen zu medizinischen Themen beantwortet.

Und doch sollte man in Russland besser keine Steaks mit Blut/blutigen Steaks essen, denn unsere Frischestandards unterscheiden sich stark von denen der Europäer. Bei Ihnen gilt, wenn das Fleisch mehr als vier Stunden auf der Theke liegt, ist es nicht mehr frisch. Wenn es bei uns auf dem Ladentisch liegt, ist es per Definition frisch.

(Maxim / Mai 2002, S. 166)

Beispiel zu c) neutrale Bewertung

S. 70: In dem Artikel werden 7 Fakten über die Yakuza präsentiert:

Im Gegensatz zu russischen und westlichen kriminellen Gruppierungen versucht die

				<p><u>Yakuza, die soziale Bedeutung ihrer eigenen Geschäfte zu betonen. An Wochenenden hält die japanische Mafia z.B. in Hotels in Tokio verschiedene Tagungen ab.</u></p> <p>(Maxim/ Mai 2002, S. 40)</p>
CONSTITUTING OTHER	LS_9	Ablehnung	<p>Die Kategorie wird codiert, wenn sich entweder die Redaktion oder ein Akteur im Zshg. mit national konnotierten Inhalten ablehnend äußert. Diese Kategoriendefinition beinhaltet auch weitere Formen der Ablehnung, wie etwa Verwunderung z.B. über Gesetze oder Verbote sowie eine klare Abgrenzung von einer Situation oder Sachverhalten, die durch die Herkunft, Sozialisation oder den Lebensmittelpunkt in Russland (oder früher UdSSR) begründet wird.</p>	<p>S. 269-274: In einem umfangreichen Interview mit der Schauspielerin Olesja Železnjak wird diese nach ihrer Lieblingsfigur in der Serie „Sex and the City“ gefragt. Sie antwortet:</p> <p><i>Samantha, sie ist so eine Jägerin. Und auch diese dunkelhaarige, die die ganze Zeit ein Baby wollte! Aber ich habe auch darauf geachtet und war sehr überrascht, wie die Schauspielerinnen das alles mit einer Leichtigkeit überbringen. <u>Ich denke, bei uns es nicht möglich das mit so einer Offenheit zu spielen – wir haben ein anderes Bewusstsein, eine andere Mentalität, und dann noch unsere sowjetische Vergangenheit.</u></i></p> <p>(Cosmopolitan/ April 2009, S. 271)</p>
CONSTITUTING OTHER	LS_10	Selbst- und Fremdbeschreibung	<p>Diese Kategorie wird – unter Berücksichtigung der vorgegebenen Ausprägungen (a und b) – codiert, wenn im Zshg. mit lokalisierten Aussagen Selbst- oder Fremdbeschreibungen von und durch Personen vorgenommen werden. Dabei spielt es keine Rolle, ob Gruppen oder Individuen charakterisiert werden. Einzige Voraussetzung ist, dass in den getätigten Selbst- oder Fremdbeschreibungen national konnotierte Einstellungen, geografische Größen oder Bewertungen herangezogen werden.</p> <p><u>Codierhinweis:</u> Auch Fälle von Selbstexotisierung werden unter diese Kategorie codiert. Hierbei</p>	<p>1. <u>Beispiel zu a)</u></p> <p>S. 114-118: In einem umfangreichen Interview wird Comedian Sergej Svetlakov gefragt, ob es für ihn einen Unterschied zwischen Russland und der Sowjetunion gibt. Er antwortet:</p> <p><i><u>Ich bin in der UdSSR geboren, lebe in Russland, aber es gibt für mich keinen großen Unterschied zwischen ihnen. Mit dem Kopf verstehe ich, dass sich das System, die Führung, die Lebenseinstellung verändert hat. Aber auf Gefühlsebene ist es noch nicht eingetreten, dass ich Russland, die Ukraine</u></i></p>

			wird das vermeintlich „Eigene“ in besonderem Maße hervorgehoben (siehe Beispiel).	<p><u>und Weißrussland als verschiedene Länder betrachten kann. Ich habe Wurzeln in Weißrussland, der Ukraine und in Russland.</u></p> <p>C o z. Beispiel zu b) m S. 204-206: Der umfangreiche Beitrag beschäftigt sich mit der Generation von Frauen, die in den 70er Jahren geboren sind und den Kosmonautenkult erlebt haben. Laut dem Artikel waren diese Frauen keine Karrierefrauen. Folgende Erklärung wird dafür geliefert:</p> <p>a <u>Vielleicht liegt es an dem Idealismus oder um die Tatsache, dass wir in den Neunzigern gesehen haben, wie einfach es ist, Karrieren in Asche zu verwandeln – auch der besonders glänzende Chef eines Ingenieurbüros musste in einem Kiosk hinterm Ladentisch stehen. Ich kann es nicht mit Sicherheit sagen. Aber wenn es um Berufliches geht, haben wir seltsames Selbstwertgefühl: Wir fühlen uns weder als Erster in Gallien, noch als Zweiter in Rom. Wir stehen am Rand. Was die Karriereambitionen angeht, sind wir recht gelassen. Weit mehr interessieren uns andere Werte. Zum Beispiel einfaches weibliches Glück...</u></p> <p>(Cosmopolitan/ April 2009, S. 206)</p>
CONSTITUTING OTHER	LS_11	Stereotypisierung	Diese Kategorie wird codiert, wenn lokalisierte Stellen verallgemeinernde, weit verbreitete und somit im Alltagswissen präsente Vorstellungsbilder bzw. Klischees beinhalten. <u>Codierhinweis:</u> Dabei spielt es für die Codierentscheidung keine Rolle, ob es hier um die stereotype Beschreibung von einzelnen Personen oder von Gruppen handelt.	S. 206: Der Artikel porträtiert den ehemaligen Präsidenten Russlands Boris Jelzin und thematisiert seine Alkoholsucht. <u>1960 - Jelzin, der als Chefingenieur der Swerdlowsker DSK [dt. Hausbaugesellschaft] arbeitete und wegen seiner Strenge den Spitznamen „Stalin“ erhielt,</u>

				<p><i>trank wie jeder russische Mann gern hundert Gramm Vodka und stimmte ein Lied an. Bei der Arbeit hat er damals bei der noch nicht getrunken, aber das ging vorbei.</i></p> <p>(Maxim/ April 2002, S. 206)</p>
HOMO GLAMU- RICUS	LS_12	Dekons- truktion	<p>Diese Kategorie ist gewissermaßen das Gegenteil der Kategorie Stereotypisierung. Sie wird codiert, wenn gängige Stereotypen oder tradierte Rollenmuster (insbesondere Geschlechterrollen) dekonstruiert werden. Auch Möglichkeiten und Chancen, die sich durch Dekonstruktion ergeben, sind bei der Codierung zu berücksichtigen.</p> <p><u>Codierhinweis:</u> Ebenfalls wird diese Kategorie codiert, wenn erwartete Annahmen mit Russlandbezug geäußert und diese im darauffolgenden Satz dekonstruiert werden (siehe Beispiel).</p>	<p>S. 18: In der Rubrik FAQ werden Leserbriefe an die Redaktion präsentiert.</p> <p>Leserfrage: <i>Da es sich um ein westliches Magazin handelt, wird es komplett aus Übersetzungen ausländischer Artikel bestehen?</i></p> <p>Maxim-Redaktion: <i>Falsch geraten. Wer braucht schon eine Zeitschrift, die nur aus Übersetzungen besteht? Wir haben die Lizenz nur gekauft, um importierte schöne Bilder zu drucken und manchmal Ideen für Artikel zu nehmen. Die russische Maxim – ist unsere Zeitschrift, sie ist von unseren besten Journalisten und Künstlern gemacht.</i></p> <p>(Maxim/ April 2002, S. 18)</p>
HOMO GLAMU- RICUS	LS_13	Zukunfts- projek- tionen	<p>Diese Kategorie wird codiert, wenn Textstellen mit Russlandbezug vorrangig Hoffnungen, Träume, Erwartungen und Zukunftsprognosen thematisieren bzw. beinhalten.</p> <p><u>Codierhinweis:</u> Entscheidend für die Codierung dieser Kategorie ist die Zukunftsorientierung der Aussagen innerhalb der lokalisierten Textsegmente.</p>	<p>S. 108: Interview mit dem Schauspiel-Newcomer Andrej Zachar'jev. <i>Ich interessiere mich für das klassische Repertoire. Ich träume schon seit langem Pečorin zu spielen – seitdem ich eine Fernsehshow mit Oleg Dal' gesehen habe. Dann habe ich Lermontov noch einmal gelesen. Ich glaube, in Pečorin ist so eine besondere Würze, die gleichzeitig von der Situation abstrahiert wurde. Die Kombination aus diesen Eigenschaften reizt mich.</i></p> <p>(Cosmopolitan / April 2009, S. 108)</p>
HOMO GLAMU- RICUS	LS_14	Neu- einführung und Übernahme	<p>Diese Kategorie wird codiert, wenn Inhalte mit Russlandbezug im Zshg. mit der Neueinführung, Integration, Übernahme von neuen Trends, Bräuchen (auch Festen),</p>	<p>S. 186-188: Der umfangreiche Beitrag befasst sich mit alternativen Lernformen.</p>

			<p>technologischen Innovationen, Produkten und gesellschaftsrelevanten Ideen stehen. Dabei kann es sich sowohl um die tatsächliche Neueinführung bestimmter Produkte handeln, als auch nur um die Feststellung, dass es irgendwo auf der Welt bereits etwas gibt, was es in Russland unbedingt braucht. Auch wenn anfängliche Skepsis geäußert wird, die am Ende doch noch überwunden werden kann, ist das Textsegment dieser Kategorie zuzuordnen.</p> <p><u>Codierhinweis:</u> Genauso kann sich die Übernahmeempfehlung auch auf Verhaltensweisen beziehen und umfasst keineswegs nur materielle Dinge. Auch eine Beobachtung eines neuen Trends, der Russland nun erreicht hat und bis dato keinem breiteren Publikum bekannt war, wird unter diese Kategorie codiert. Abzugrenzen ist hier, zumindest sprachlich, von dem Begriff der kulturellen Aneignung. Letzterer impliziert eine unreflektierte Wegnahme des geistigen Eigentums und des traditionellen Wissens sowie den Einsatz kultureller Artefakte, ohne eingehende Beschäftigung mit den kulturellen Wurzeln und der dahinterstehenden Symbolkraft.</p>	<p><i>Wenn man das englische Wort „edutainment“ aufschlüsselt, erhält man zwei Begriffe, die jedem aus dem Englischunterricht in der Schule bekannt sein sollten: Education und Entertainment. Im Russischen bedeuten sie "Bildung" und "Unterhaltung". Im Wesentlichen ist das die Bedeutung des neuen Trends in der Bildung – „Edutainment“. <u>Lerne mit Spaß, habe Spaß beim Lernprozess. Im Übrigen ist das nur „neu“ für unser Land. Im Westen ist dieses Lernschema bereits seit langem erprobt, bewährt und weit verbreitet.</u></i></p> <p><i>(Cosmopolitan / November 2009, S. 186)</i></p>
HOMO GLAMU- RICUS	LS_15	Problem- lösung	<p>Diese Kategorie wird codiert, wenn in den untersuchten lokalisierten Textsegmenten Probleme, Aufgaben oder Streitfragen aufgeworfen werden. Entscheidend für die Codierung dieser Kategorie ist, dass anschließend eine Lösung präsentiert oder zumindest vorgeschlagen wird.</p> <p><u>Codierhinweis:</u> Besonders deutlich zeigt sich diese Kategorie, wenn der angebotene Lösungsansatz national konnotiert ist (siehe Beispiel). Somit kann die Lösung sowohl von „außen“ kommen, als sich auch aus den geläufigen Verhaltensmustern und Möglichkeiten heraus ergeben.</p>	<p>S. 90-92: Der umfangreiche Artikel aus der Rubrik „Du und Er“ behandelt das Thema Kompromisse in Beziehungen.</p> <p><i>- Das ist ein Verstoß", sagte der Verkehrspolizist, der mich anhielt, weil ich die durchgezogene Markierungslinie überfahren hatte.</i></p> <p><i>- Wir schreiben jetzt das Protokoll, Ihnen droht ein Führerscheinentzug.</i></p> <p><i>- Wie wäre es mit einer Warnung? - fragte ich.</i></p> <p><i>Von diesen diametral entgegengesetzten Positionen aus, begannen wir zu kommunizieren. Am Ende haben wir beide Zugeständnisse gemacht: Der</i></p>

				<p><i>Verkehrspolizist stimmte zu, mir meinen Führerschein zu lassen und ich stimmte zu, ihm dafür 10.000 Rubel zu zahlen. <u>Ich fordere niemanden dazu auf, Bestechungsgelder zu zahlen. Was ich sagen will, ist, dass jeder nachgibt und verhandelt. Aber es ist kompliziert und deshalb muss man flexibler sein.</u></i></p> <p>(Cosmopolitan / Januar 2010, S. 90)</p>
KRITIK	LS_16	Gesellschafts- und Systemkritik	<p>Diese Kategorie wird codiert, wenn die Redaktion oder eine interviewte Person explizit Kritik an gesellschaftlichen Umständen, der wirtschaftlichen oder politischen Ordnung des Systems, an konkreten Gesetzen, der Regierung oder dem Präsidenten äußert.</p> <p><u>Codierhinweis:</u> Entscheidend für die Codierung ist, dass sich die geäußerte Kritik auf die Russische Föderation (oder UdSSR) beziehen muss.</p>	<p>S. 158-161: Der umfangreiche Beitrag befasst sich mit dem Thema des Pflegefamiliensystems im Allgemeinen und in Russland. Eine Sozialpädagogin, die in dem Moskauer Kinderheim Nr. 19 arbeitet, äußert sich folgendermaßen:</p> <p><u>Das Gesetz über das Sorgerecht und die Vormundschaft wurde im September 2008 verabschiedet, seitdem haben wir nicht mehr das Recht, so zu arbeiten, wie es zuvor möglich war. Von jetzt an können wir die Familien nur noch auf die Adoption vorbereiten. Die Eltern kommen nur zum Training zu uns und wählen das Kind selbst aus. <u>Tatsächlich wurden dadurch unsere Möglichkeiten stark eingeschränkt die Familie einzuschätzen und damit eine passende Familie für das Kind zu finden.</u></u></p> <p>(Cosmopolitan/ Januar 2010, S. 160)</p>
ERINNERUNG	LS_17	<p>Individuelle und kollektive Erinnerung</p> <p><u>Ausprägungen mit Bewertung:</u></p> <p>a. <i>positiv</i> b. <i>negativ</i></p>	<p>Diese Kategorie wird codiert, wenn in den Textstellen mit Russlandbezug (auch UdSSR) kollektive oder individuelle, d.h. auch ganz persönliche Erinnerungen, thematisiert werden. Beinhaltet auch (aber nicht ausschließlich) Aspekte der kollektiven Erinnerungskultur z.B. im Zshg. mit Gedenkfeiertagen.</p>	<p><u>Beispiel für Erinnerung mit positiver Bewertung:</u></p> <p>S. 128-130: Der umfangreiche Beitrag beschäftigt sich mit ungewöhnlichen Bräuchen und Festen, die in unterschiedlichen Ländern gefeiert werden. Darunter geht es auch um das Märzchen – eine rot-weiße Schnur (häufig</p>

c. *neutral* Codierhinweis: Alle Textsegmente, die unter diese Kategorie codiert werden, sind zusätzlich daraufhin zu prüfen, ob sie von der Redaktion oder den hier zu Wort kommenden Personen als positiv, negativ oder neutral bewertet werden. Letztere Ausprägung wird auch dann codiert, wenn im Text keine Bewertung der Erinnerung stattfindet. Die Ausprägungen werden in den meisten Fällen durch die wertenden Adjektive bestimmt.

mit einem Anhänger versehen), die in Rumänien und Moldau als typisches Geschenk zum Frühlingsanfang gilt.

Ende der 80er Jahre bekamen viele sowjetische Schulkinder (einschließlich mir) solche für uns unverständlichen aber sehr schönen Bänder dieser Art - also Märzchen. Erinnert ihr euch daran, wie beliebt solche Klubs der internationalen Freundschaft damals waren?

Beispiel für Erinnerung mit negativer Bewertung:

S. 269-274: In einem umfangreichen Interview wird die Schauspielerin Olesja Železnjak gefragt, ob sie ihren Weg in die Schauspielerei geplant hat.

Ein richtiges Theater besuchte ich erst spät: In der siebten Klasse schauten wir uns das Stück "Verstand schafft Leiden" [von Aleksandr Griboedov, Anm. der Verfasserin der Dissertation]. Das hat mich überhaupt nicht berührt. Ich erinnerte mich nur an den großen Kronleuchter über der Bühne und an die Menschen, die in Versen sprachen und von einem Bühnenbild zum anderen liefen. Und ich schaute zu und wartete darauf, dass wir in der Pause ans Buffet gehen und danach mit der ganzen Klasse mit der Metro nach Hause fahren – das machte mir Spaß.

(*Cosmopolitan*/ Januar 2010, S. 130)

Beispiel für Erinnerung mit neutraler Bewertung:

S. 118-122: In dem umfangreichen Artikel aus der Spezialrubrik „I love Piter“

				erzählen Autor:innen wann und wie sie sich in die Stadt Sankt-Petersburg verliebt haben.
				<u>In meinen ersten vier Lebensjahren lebte ich in einem großen Zimmer im berühmten Tolstoi-Haus in der Rubinsteinstraße. [...]. Außer meinen eigenen Erinnerungen beschäftigt es mich, dass auch der Schriftsteller Dovlatov dort im Haus 23 lebte – bis er dann auswanderte.</u>
				(<i>Cosmopolitan</i> / Juni 2010, S. 122)
ERINNE- RUNG	LS_18	Mythologi- sierung	Diese Kategorie wird codiert, wenn in lokalisierten Textsegmenten ein Mythos behandelt wird, etwas zum Mythos erklärt wird bzw. ein Sachverhalt, eine Verhaltensweise oder ein Ereignis in Beziehung zu Legenden, Mythen oder Sagen gesetzt wird. Dabei spielen tradierte Herkunftsmythen oder Legenden um nationale Erzählungen eine besondere Rolle.	S. 105-117: Der umfangreiche Artikel aus der Spezialrubrik „I love Piter“ beschäftigt sich mit dem Reiseziel Sankt-Petersburg. In dem Beitrag werden Sehenswürdigkeiten vorgeschlagen, darunter der Michailowski-Palast, der ursprünglich vom russischen Kaiser Paul I. in Auftrag gegeben wurde. <u><i>Es existiert die Legende, dass Paul sich nicht entscheiden konnte, in welche Farbe seine neue Residenz gestrichen werden sollte. Eines Tages ging er auf einen Ball und eine seiner Favoritinnen streckte ihm die Hand zum Kuss hin. Die Hand trug einen pfirsichfarbenen Handschuh. Plötzlich hatte Paul eine Erleuchtung und befahl das Schloss in dieser Farbe zu streichen.</i></u>
				(<i>Cosmopolitan</i> / Juni 2010, S. 106)
SAMMEL- KATE- GORIE	LS_19	Sonstiges	Lokalisierte Textstellen werden unter diese Kategorie codiert, wenn sie sich keiner der deduktiven Kategorien zuordnen lassen. Diese Kategorie fungiert im ersten Schritt als Sammel- bzw. Restkategorie, auf deren Basis im zweiten Schritt weitere induktive Kategorien gebildet werden.	-

Tabelle A20: Induktives Kategorienschema für die Kategorie Lokalisierungsstrategien (LS) mit Beschreibung, Codierhinweisen und typischen Beispielen aus dem Untersuchungsmaterial. Diese Übersicht wurde nachträglich hinzugefügt.

EK	Nr.	LS	Codieranweisungen	Beispiele
WISSEN	LS_ind_1	Ironisierung	<p>Diese Kategorie wurde codiert, wenn innerhalb von Textstellen mit Russlandbezug (inkl. Sowjetunion) eine Ironisierung vorgenommen wurde. Ironisierung ist hier als weit gefasster Begriff zu verstehen und schließt weitere Formen wie Sarkasmus, Zynismus, Spott und Überzeichnungen mit ein. Auch ironisierende Kritik ist unter diese Kategorie zu codieren. Der entscheidende Unterschied zur Kategorie „Gesellschafts- und Systemkritik“ ist hier dominante der ironische Unterton der Aussage.</p> <p><u>Codierhinweis:</u> Um hier Trennschärfe zu gewährleisten können, sind weit verbreitete Klischees/Stereotypen grundsätzlich unter die deduktive Kategorie „Stereotypisierung“ zu codieren. Darüber hinaus ist dieser Code nur dann zu vergeben, wenn der lokalisierte Sachverhalt ausschließlich ironisch gemeint ist und keine weiteren Lesarten der lokalisierten Textpassage und somit keine Zuordnung zu einer der anderen vorgegebenen Lokalisierungsstrategien möglich ist.</p>	<p>S. 30: In der Rubrik „Cosmo Girl“ werden neueste Trends ohne Produkthinweise vorgestellt. Ein Trend sind sogenannte „ruhigen Feste“ [tichie prazdniki].</p> <p><i>Die ruhigen Feste. Wenn du dich mit Schrecken an das letzte Neujahrsfest erinnerst (deine Tante tadelte dich öffentlich dafür, dass du noch keinen Verlobten hast, <u>dein Vater ließ die Gäste die Hymne der Russischen Föderation singen</u>), ist dieser Trend für genau richtig für dich. Immer mehr Menschen ziehen es vor, wichtige Feste fernab der Familie oder gänzlich allein zu feiern (ja, sogar den Valentinstag, wenn deine Tante nicht weit von der Wahrheit entfernt war).</i></p> <p>(Cosmopolitan/ Februar 2011, S. 30)</p>
HOMO GLAMURICUS	LS_ind_2	Veränderung	<p>Diese Kategorie wurde dann codiert, wenn innerhalb von lokalisierten Textstellen eine Veränderung und Entwicklung oder eine bestimmte Dynamik thematisiert wurde.</p> <p><u>Codierhinweis:</u> Auch eine Neubewertung von Ereignissen und Verhaltensweisen mit Russlandbezug wird unter diese Kategorie codiert.</p>	<p>S. 62-64, 66, 68, 70: Der umfangreiche Beitrag beinhaltet 29 Dinge, die man laut <i>Maxim</i> endlich hinter sich lassen sollte. Dazu gehört auch:</p> <p>- <i>Unpolitisch sein.</i> <i>„Ich interessiere mich nicht für Politik“ klang stolz vor dem Hintergrund des allgemeinen Wahnsinns in den frühen neunziger Jahren, als die Politik den Menschen Kino, Musik und</i></p>

				<p><i>Essen ersetzte. Die Zeiten haben sich geändert und jetzt müssen wir uns schon sehr bemühen, eine lebendige politische Diskussion außerhalb der marginalen Webseiten zu finden. Es hat sich herausgestellt, dass wenn die Zahl der Menschen, die sich nicht für Politik interessieren ein kritisches Niveau erreicht, die Entscheidungen über das Leben des Landes von völlig Fremden getroffen werden.</i></p> <p>(Maxim/ Mai 2011, S. 64)</p>
WISSEN	LS_ ind_3	Assoziationen und Wortspiele	<p>Diese Kategorie wurde codiert, wenn innerhalb der lokalisierten Textsegmente Wortspiele und Anspielungen zum Einsatz kamen. Das Spiel mit Mehrdeutigkeiten zielt darauf ab Assoziationen bei der Leserschaft zu wecken, die als „kulturell nah“ wahrgenommen werden sollen.</p> <p><u>Codierhinweis:</u> Da es sich bei solchen mehrdeutigen Anspielungen in den meisten Fällen um die Form der impliziten Lokalisierung handelt, sind diese ohne Kontext- und Geschichtswissen bzw. sogar eine entsprechende Sozialisierung nur schwer im Text erkennbar. Als Gegenprobe kann die Frage gestellt werden, ob der entsprechende Satz genauso auch in einer anderen Länderversion funktionieren würde. In den Fällen wo mit solchen Wortspielen gearbeitet wurde, müssten in einer anderen Länderversion neben einer wörtlichen Übersetzung weitere Anmerkungen angeführt werden. Aus diesem Grund sind Beispiele aus dieser Kategorie mit entsprechenden erklärenden Anmerkungen zu versehen.</p>	<p>S. 84-87: Der umfangreiche Artikel beschäftigt sich mit der ersten großen Liebe aus Männerperspektive.</p> <p><i>„Es ist ein Beziehungsspiel, bei dem man keine Erfahrung hat, man handelt nach dem Zufallsprinzip. Nirgends lehren sie es, obwohl ich denke, dass sie es sollten“, sagt Aleksej. „Man liebt nicht den Menschen, man liebt seine eigene Liebe und durch diese Euphorie ist man berauscht. Dann das gemeinsame, selbstständige Leben – das ist auch Adrenalin. Und dann wacht man eines Tages plötzlich neben einer Person auf, die man nicht kennt und weiß nicht, was man tun soll. Gut, dass wir klug genug waren das einzusehen.“ Jetzt sagt er zwar „wir waren klug genug, es einzusehen“. <u>In Wirklichkeit ging es da aber nicht um Klugsein. Er hat ihr noch fünf Jahre hinterhergetrauert.</u></i></p> <p>(Cosmopolitan/ August 2011, S. 86)</p> <p><u>Erklärung:</u> Im Russischen wurde, anders als in der hier angeführten Übersetzung, anstatt <u>der fünf Jahre</u> das Wort „pjatiletka“ verwendet. Dabei handelt es sich um die umgangssprachliche Bezeichnung für den sogenannten „Fünfjahresplan“.</p>

Der Begriff „Fünfjahresplan“ entstammt hier dem sowjetischen Kontext und beschreibt ein Instrument, das in Zentralverwaltungswirtschaften (so z.B. in der Sowjetunion, aber auch in der Volksrepublik China) als übliches Instrument zur Planung volkswirtschaftlicher Aktivitäten zum Einsatz kam. Seine umgangssprachliche Verwendung fand Eingang in viele populäre Texte.

Tabelle A21: Zusammenfassende Übersicht zur Codierung der inhaltlichen Kategorie Lokalisierungsstrategien (LS) in MAXQDA

Erfassung	Codieranweisung
Formale Variablen	Seitenzahl, Monatsausgabe, Codierdatum (automatisch)
Farbe in MAXQDA	orange
Mehrfachcodierung	nicht möglich
Subkategorien	ja, Bewertungskategorien für zwei Kategorien (siehe Kategorienschema)
Induktive Kategorienbildung	ja
Analyseeinheit	lokalisiertes Textsegment, d.h. alle Textpassagen, die einen expliziten oder impliziten Russlandbezug aufweisen

3.5.5 Russlandbezug

Abschließend gilt es mit dieser inhaltlichen Kategorie zu erfassen, aus welchen Einzelaspekten sich das mediale Konstrukt des „Nationalen“ (hier des Russischen) im Detail zusammensetzt. Es geht also darum, möglichst alle Russlandbezüge (RB) in den lokalisierten Segmenten mittels deduktiver und z.T. induktiver Kategorienbildung zu erfassen. Codiert wird in zwei aufeinanderfolgenden und damit zusammenhängenden Schritten:

Schritt 1: Zunächst ist für das jeweilige lokalisierte Textsegment zu entscheiden, welche Russlandbezüge innerhalb der Analyseeinheit den größten Raum beanspruchen. Diese Russlandbezüge (mind. 1 Wort) sind dann entweder unter die Kategorie a) „referenzielle Einheiten“ (mit feststehenden Ausprägungen wie z.B. Objekte, Orte oder Ereignisse) oder unter die Kategorie b) „thematische Einheiten“ (ohne feststehende Ausprägungen) zu

codieren. Die thematischen Einheiten markieren dabei auf abstrakter Ebene die Zugehörigkeit zu übergreifenden Diskursstrukturen (Rössler 2017, S. 45). Die beiden ebengenannten Kategorien sind somit deduktiv vorgegeben. Eine Mehrfachcodierung ist hier möglich; somit können innerhalb eines einzelnen lokalisierten Segments referenzielle und thematische Einheiten gleichzeitig vorkommen. Als Kontexteinheit dient zunächst das lokalisierte Textsegment, das bereits zuvor identifiziert wurde und zusätzlich die allen erfassten Beiträgen vorangestellte Zusammenfassung des zentralen Artikelthemas.

Schritt 2: Im zweiten Schritt sind die identifizierten Russlandbezüge möglichst genau zu erfassen. Dabei sind für die Kategorie „referenzielle Einheiten“ die einzelnen Russlandbezüge als Ausprägungen der bereits vorgegebenen Kategorien zu codieren. Im Fall der Kategorie „thematische Einheiten“ entstehen die Ausprägungen und deren Spezifizierung als Subkategorien durch induktive Kategorienbildung erst aus dem Untersuchungsmaterial heraus. Die sich so entstandenen Themen werden erst nachträglich unter verallgemeinernden Codes zusammengefasst. Das sich daraus ergebende vollständige Kategoriensystem ist somit als Ergebnis zu betrachten und wird der Arbeit als Anhang beigefügt.

Tabelle A22: *Kategorienschema für die Kategorie Russlandbezug (referenziell und thematisch, RB) mit Beschreibung und Codierhinweisen*

Nr.	RB	Definition und Codieranweisungen	Beispiele
-----	----	----------------------------------	-----------

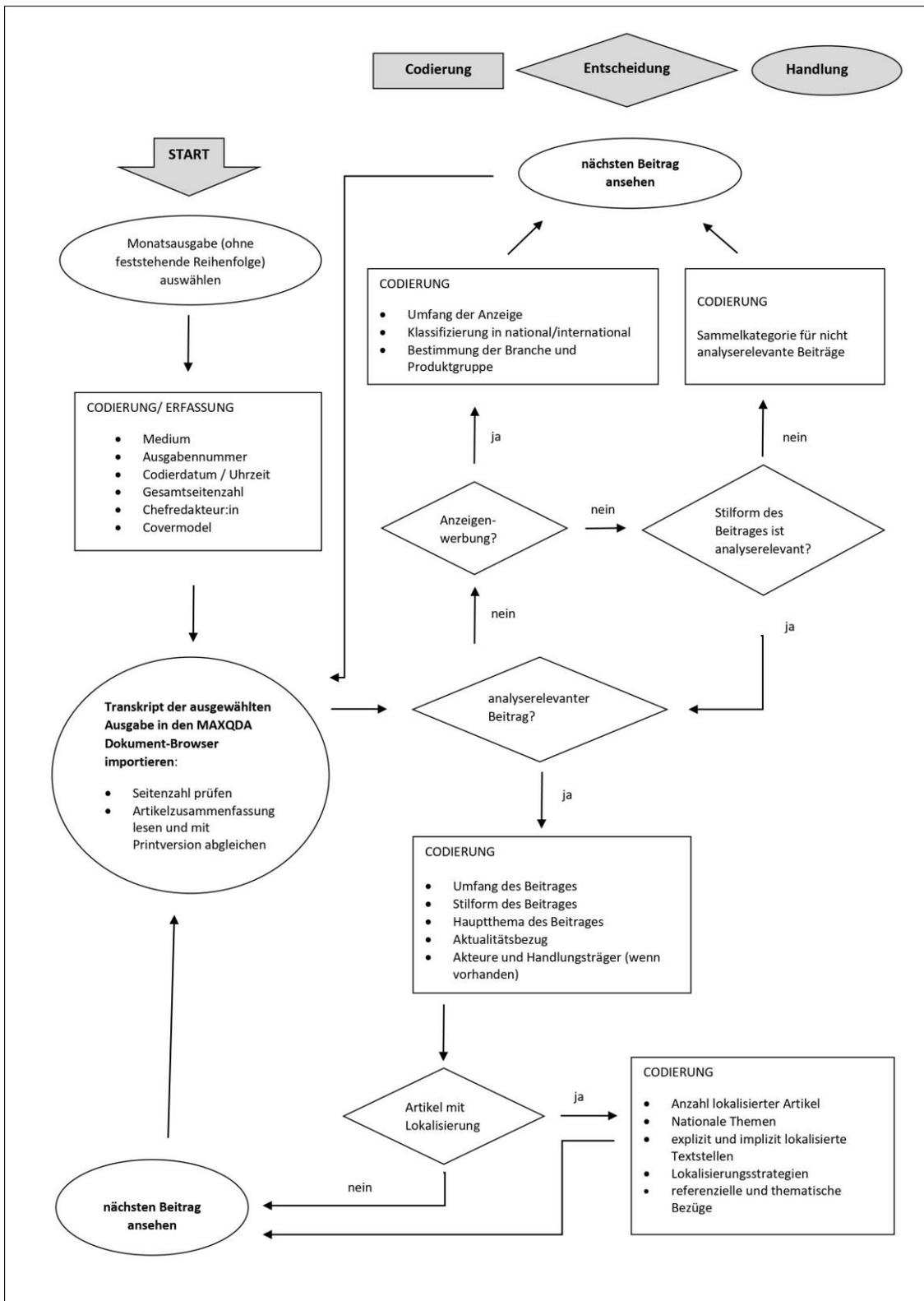
RB_ ref	<p>Russlandbezug (referenzielle Einheiten)</p> <p><u>Ausprägungen:</u></p> <p>a. Akteure b. Ereignisse c. Medienerzeugnisse (mit Musik, Literatur) d. Objekte e. Orte f. Institutionen (z.B. Parteien, Unternehmen, Stiftungen, soziale Bewegungen)</p>	<p>Mit dieser Kategorie werden referenzielle Einheiten (siehe Ausprägungen) erfasst. Auf diese Weise werden die innerhalb der lokalisierten Textsegmente vorkommenden Russlandbezüge, die sich u.a. auf konkrete Akteure, Orte oder Ereignisse beziehen, systematisiert.</p> <p>Weitere Ausprägungen z.B. Namen der genannten Wissenschaftler:inn en sind offen zu erfassen.</p>	<p>S. 57-64: Der umfangreiche Beitrag beschäftigt sich mit Genialität. Mehrere Genies, diverser Herkunft, werden vorgestellt. Es geht u.a. um die Frage wie man ein Genie werden kann oder an welchen Erkrankungen diese Menschen litten:</p> <p><u>A.S. Puškin, Dichter.</u> <i>Von Zeit zu Zeit klagte er über schwere Depressionen, Verzweiflung und das Fehlen jeglicher kreativen Fähigkeiten. Gleichzeitig war er während der Aufstiegsphasen unglaublich gereizt und sexuell aktiv.</i></p> <p>(Maxim/ April 2002, S. 64)</p> <p>Für dieses Beispiel müsste Folgendes codiert werden:</p> <p><u>1. Referenzielle Einheit (deduktiv)</u> 1. Akteure (deduktiv) 1.1. Schriftsteller:in (induktiv) 1.1.1. Aleksandr Puškin (induktiv)</p>
RB_ them	<p>Russlandbezug (thematische Einheiten)</p> <p><u>Ausprägungen:</u></p> <p>keine</p>	<p>Unter dieser Kategorie werden thematische Russlandbezüge codiert.</p> <p><u>Codierhinweis:</u> Entscheidend ist der Themenkontext, in den der codierte Russlandbezug eingebettet ist.</p>	<p>S. 190: In der Rubrik „Tagebücher“ berichtet eine Journalistin von ihrem Leben und ihrem Arbeitsalltag in Japan. Sie berichtet davon, dass es in Japan üblich ist, Ehepartner mit „Du“ anstatt des Vornamens anzusprechen.</p> <p><i>Aber eigentlich ist es erstaunlich. Ich habe meiner Lehrerin gesagt, dass es für uns Russen unhöflich ist, den Ehemann mit "Du!" anzusprechen. Es klingt wie ein verächtliches "Hey, du Freak!". Und sie war wieder einmal erstaunt über das, was ich über die Russen erzähle.</i></p> <p>(Cosmopolitan /Juni 2010, S. 190)</p> <p>Für dieses Beispiel müsste Folgendes codiert werden:</p> <p><u>2. Thematische Einheit (deduktiv)</u> 2.1. Sprache (induktiv) 1.1.1. Anrede von Personen (induktiv)</p>

Tabelle A23: Zusammenfassende Übersicht zur Codierung der inhaltlichen Kategorie Russlandbezug (referenziell und thematisch, RB) in MAXQDA

Erfassung	Codieranweisung
Formale Variablen	Seitenzahl, Monatsausgabe, Codierdatum (automatisch)
Farbe in MAXQDA	rot (referenziell) dunkelrot (thematisch)
Mehrfachcodierung	ja → pro Textsegment werden alle zentralen Russlandbezüge codiert
Subkategorien	deduktiv-induktiv, bis zu drei weitere Ebenen
Induktive Kategorienbildung	ja → für beide Kategorien sind, abgesehen von den von vornherein vorgegebenen Ausprägungen, zu Spezifizierungszwecken weitere Kategorien induktiv zu bilden
Analyseeinheit	lokalisertes Textsegment, d.h. alle Textpassagen, die einen expliziten oder impliziten Russlandbezug aufweisen

Abschließend wird den Erläuterungen ein Flussdiagramm beigelegt, das den beschriebenen Codiervorgang und dessen unbedingt einzuhaltende Reihenfolge deutlich illustriert.

Abbildung A2: Ablaufschema für die Codierung einer Monatsausgabe



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis des entwickelten Codebuchs; angelehnt an Rössler (2017, S. 99)

LITERATURVERZEICHNIS CODEBUCH

- Anderson, Benedict (2006): Imagined communities. In: The post-colonial studies reader. London: Routledge, Taylor & Francis Group, S. 123–125.
- Baeva, Gergana (2014): Nationale Identität als Medieninhalt. Theoretische Konzeption und empirische Messung am Beispiel Bulgariens. Zugl.: Berlin, Freie Univ., Diss., 2013 u.d.T.: Baeva, Gergana: Die Konstruktion von nationaler Identität in der bulgarischen Presse. 1. Aufl. Baden-Baden: Nomos (Politische Kommunikation und demokratische Öffentlichkeit, 11).
- Bespalova, Alla G.; Kornilov, Evgenij Alekseevič; Pöttker, Horst (Hg.) (2010): Journalistische Genres in Deutschland und Russland. Handbuch: *Žanry žurnalistiki Germanii i Rossii*. Köln: von Halem (Journalismus international, 4).
- Billig, Michael (1995): Banal Nationalism. London: SAGE Publications.
- Grüne, Anne (2016): Formatierte Weltkultur? Dissertation. Universität Erfurt. Bielefeld: transcript (Edition Medienwissenschaft).
- Hepp, Andreas (2006): Transkulturelle Kommunikation. Konstanz: UVK (UTB, 2746).
- Hepp, Andreas; Krotz, Friedrich; Moores, Shawn; Winter Carsten (2006): Translokale Medien und Globalisierung. In: Friedrich Krotz, Shaun Moores und Carsten Winter: Konnektivität, Netzwerk und Fluss. Konzepte gegenwärtiger Medien-, Kommunikations- und Kulturtheorie. 1. Aufl. Hg. v. Andreas Hepp. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss, S. 7–20.
- Hepp, Andreas; Krotz, Friedrich; Winter, Carsten (Hg.) (2005): Globalisierung der Medienkommunikation. Eine Einführung. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss (Medien - Kultur - Kommunikation).
- Hepp, Andreas; Thomas, Tanja; Winter, Carsten (2003): Medienidentitäten: eine Hinführung zu den Diskussionen. In: Carsten Winter und Tanja Thomas (Hg.): Medienidentitäten. Identität im Kontext von Globalisierung und Medienkultur. Köln: von-Halem-Verl., S. 7–26.
- Kleinsteuber, Hans J. (2005): Politische, ökonomische und rechtliche Aspekte der Glokalisierung der Medienkommunikation. In: Deutsch-Arabischer Mediendialog (Hg.): Medien ohne Grenzen? Glokalisierung Journalismus Kulturelle Identität. Stuttgart: Institut für Auslandsbeziehungen e.V., S. 19–30.
- La Roche, Walther von; Hooffacker, Gabriele; Meier, Klaus (Hg.) (2013): Einführung in den praktischen Journalismus. Mit genauer Beschreibung aller Ausbildungswege; Deutschland · la rocheÖsterreich · Schweiz. 19., neu bearb. Aufl. Wiesbaden: Springer VS (Journalistische Praxis).
- Lichtenstein, Dennis; Eilders, Christiane (2014): EU-bezogene Identitätsframes in der Verfassungsdebatte 2005. Der Deutungswettbewerb zwischen politischen Akteuren, Zivilgesellschaft und Journalisten in vier EU-Mitgliedsstaaten. In: Framing als politischer Prozess: Beiträge zum Deutungskampf in der politischen Kommunikation. Baden-Baden: Nomos, S. 79–93.
- Liesem, Kerstin (2015): Professionelles Schreiben für den Journalismus. Wiesbaden: Springer VS.

-
- Mikos, Lothar (2002): Lokale Orientierung des globalen Fernsehmarktes am Beispiel "Big Brother". In: Grundlagentexte zur transkulturellen Kommunikation. Konstanz: UVK-Verl.-Ges, S. 436–455.
- Mikos, Lothar; Perotta, Marta (2013): Stilvarianten - Ästhetische Differenzen und Gemeinsamkeiten in nationalen Adaptionen von Yo soy Betty, la fea. In: Susanne Eichner, Lothar Mikos und Rainer Winter (Hg.): Transnationale Serienkultur. Theorie, Ästhetik, Narration und Rezeption neuer Fernsehserien. Wiesbaden: Springer VS (Film, Fernsehen, Medienkultur), S. 249–267.
- Moran, Albert (2009): TV formats worldwide. Localising global programs. Bristol: Intellect Books.
- Robertson, Roland (1998): Glokalisierung: Homogenität und Heterogenität in Raum und Zeit. In: Ulrich Beck (Hg.): Perspektiven der Weltgesellschaft. 1. Aufl. Frankfurt am Main: Suhrkamp (Edition zweite Moderne), S. 192–220.
- Rössler, Patrick (2010): Inhaltsanalyse. 2., überarb. Aufl. Konstanz: UVK Verl.-Ges (UTB basics, 2671).
- Rössler, Patrick (2017): Inhaltsanalyse. 3., völlig überarbeitete Auflage. Konstanz, München: UVK Verlagsgesellschaft mbH mit UVK/Lucius; UVK/Lucius (UTB basics, 2671).
- Schaffmeister, Niklas; Haller, Florian (2018): Erfolgreicher Markenaufbau in den großen Emerging Markets. Ein praxisorientierter Ratgeber für gezieltes Markenwachstum in China, Indien, Russland und Brasilien. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Schrader, Sabine; Winkler, Daniel (Hg.) (2014): TV Lokal. Europäische Fernsehserien und transnationale Qualitätsformate. Marburg: Schüren (Marburger Schriften zur Medienforschung, 53).
- Straubhaar, Joseph d. (2007): World television. From global to local. Thousand Oaks, Calif: SAGE Publications.
- Weber, Tanja (2013): Betty's Glocal Love Affair. Kulturelle Adaptionstrategien am Beispiel von Yo soy Betty, la fea. In: Eichner, Susanne; Mikos, Lothar, Winter, Rainer (Hg.): Transnationale Serienkultur: Theorie, Ästhetik, Narration und Rezeption neuer Fernsehserien. Wiesbaden: Springer, S. 269–296.
- Weber, Tanja (2015): Kultivierung in Serie. Kulturelle Adaptionstrategien von fiktionalen Fernsehserien. 1. Aufl. s.l.: Schüren Verlag (Marburger Schriften zur Medienforschung).