

# Kodark

## ID-variabler

1. Publikation/mediebolag 2. Publiceringsdatum, 3. Nyhetens ID, 4. Rubrik för nyheten 5. Mediekoncern

## Formatvariabler (se även 15: 4)

### 6. Stillbild

- 0. Ingen bild
- 1. Minst en bild

### 7. Video

- 0. Ingen video
- 1. Video
- 2. Ljudinslag

### 8. Medborgarjournalistisk medverkan anges uttryckligen i nyheten.

- 0. Nej
- 1. Ja

### 9. Delning

Ange, i förekommande fall, hur många gånger en nyhet har delats via följande medier/plattformar (koda antalet delningar 0 eller 13 eller 678 etc)

- a. Facebook
- b. Twitter
- c. E-post

## Sammanhangs-/presentationsvariabler

### 10. Nyhetsämnesdimensioner

a) Nyhetstema; 1) Politik 2) Ekonomi/näringsliv 3) Sociala frågor (arbete, sjukvård, utbildning, migration) 4) Sport och tävlingar 5) Olyckor/katastrofer 6) Kultur 7) Underhållning 8) Väder 9) Vetenskap, teknologi 10) Medier 11) Miljö, djur och natur 12) Brott 13) Livsstil, träning, hobby, välbefinnande, relationer och resor 14) Krig/konflikt 15) Övriga

#### b) Samhällsaktörer

0 = ej närvarande 1 = närvarande

#### c) beslutsfattande myndigheter

0 = ej närvarande 1 = närvarande

#### d) Konkreta förslag och beslut (från myndigheter, politiska instanser m.m.)

0 = ej närvarande 1 = närvarande

#### e) Berörda aktörer

0 = ej närvarande 1 = närvarande

## **11. Fokus / sammanhang**

### **a) Individuell relevans - samhällsrelevans**

0 = dominerande fokus på individuell relevans / konsekvenser

1 = dominerande fokus på samhällsrelevans / konsekvenser

### **b) episodisk inramning-tematisk inramning**

0 = dominerande episodisk inramning

1 = dominerande tematisk inramning

## **8. Nyhetspresentationsstil**

### **a) Personlig rapportering - opersonlig rapportering**

0 = övervägande personlig

1 = övervägande opersonlig

### **b) Känsломässig-icke känsломässig rapportering**

0 = övervägande känsломässig

1 = övervägande icke känsломässig

### **c) Dominerande tonalitet [sentiment är ett annat begrepp]**

0. övervägande negativ tonalitet

1. övervägande positiv tonalitet

### **d) Journalistisk stil**

0. Huvudsakligen beskrivande

1. Huvudsakligen tolkande

## **Journalistik-variabler**

### **12. journalistisk positionering gentemot objektet**

0) N / A 1) undersökande journalistik / kritisk hållning 2) Neutral presentation 3)

Advertorial/positiv hållning

### **13. Grad av aktualitet**

0) N / A 1) Historisk händelse (tidigare än aktuell) 2) Aktuell händelse (nuvarande vecka)

3) Framtida händelse (senare än aktuell)

### **14. Geografisk huvudposition för nyheten**

0) N / A 1) nationell 2) internationell 3) lokal 4) regional

### **15. Ursprung (tydligt angiven). Är nyheten:**

1) Egen nyhet, 2) från nyhetsbyrå, 3) Blandning av 1) och 2), 4) Insamlad/inbäddad från partner (t.ex. Omni, Svd Näringsliv, YouTube) 5) Annat 6) N/A

### **16. Författarens/reporterns kön**

0) N / A 1) Man 2) Kvinna 3) Båda (flera författare)

## 17. Källor

Kontrollera hur många, om några, av följande kategorier som ingår som källor i nyhetsartikeln (kod 0, 1, 2, 3 etc):

- a. Partianknutna aktörer (politiker och strateger) i landet
- b. Internationella politiker eller utländska regeringstjänstemän
- c. Vanliga medborgare
- d. Oberoende/akademiska experter
- e. Svenska tjänstemän på nationell nivå
- f. Svenska tjänstemän på lokal nivå
- g. PR-person/talesperson
- h. Medieanalytiker/journalister
- i. Antal kvinnliga källor
- j. Antal manliga källor
- k. Kulturutövare (skådespelare, regissör, musiker etc.)
- l. Religiös ledare/representant
- m. Näringsliv och handel
- n. Fackförbund
- o idrottsman/kvinna
- p. Icke-statlig organisation
- q. anonyma källor
- r. andra