

# Format

## (Formats & Genre)

### AUTHORS

Lisa Schwaiger, Daniel Vogler

### KEYWORDS

*formal variable, meta-data, print, broadcast, online*

### BRIEF DESCRIPTION

The variable “format” is a formal variable that is widely used for content analyses of news media. “Format” characterizes the news media outlet and/or channel and is often synonymously labeled as “media type” in various studies.

### FIELD OF APPLICATION/THEORETICAL FOUNDATION

The variable can be used for content analyses of print, broadcast or online media. It is an import-

ant part of a codebook, as it provides context information of the analyzed content. Also, it helps to categorize other (latent) variables.

### REFERENCES/COMBINATION WITH OTHER METHODS OF DATA COLLECTION

The variable is usually part of the meta-data when content is accessed through common databases like Factiva or Lexis-Nexis. The variable “format” also makes an ex ante categorization of media content possible. A combination with automated content analyses or any other manually coded variables is thus easily possible.

### SAMPLE OPERATIONALIZATION

see Table 1

**Table 1.** *Sample operationalization.*

Medium	Operationalization	Unit of analysis	Studies
Holistic	Print Online Radio Fernsehen	Channel	fög – Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft (Ed.) (2020). Jahrbuch Qualität der Medien – Schweiz Suisse Svizzera. Basel: Schwabe.
Holistic	Abonnement-Online Boulevard/Pendler-Online: Sonntagszeitungen/Magazine Öffentlicher Rundfunk	Outlet	Eisenegger, M., Oehmer, F., Udriș, L., Vogler, D. (2020). Die Qualität der Medienberichterstattung zur Corona-Pandemie. In fög – Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft (Ed.) Jahrbuch Qualität der Medien – Schweiz Suisse Svizzera (S. 29–48). Basel: Schwabe.



<https://doi.org/10.34778/2za>

© 2021, the authors. This work is licensed under the “Creative Commons Attribution – NonCommercial – NoDerivatives 4.0 International” license (CC BY-NC-ND 4.0)

Medium	Operationalization	Unit of analysis	Studies
Print	Abonnementszeitungen Boulevardzeitungen Pendlerzeitungen Sonntagzeitungen/Magazine	Outlet	fög – Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft (Ed.) (2020). Jahrbuch Qualität der Medien – Schweiz Suisse Svizzera. Basel: Schwabe.
Print	National Tabloid Local Religious Regional	Outlet	Levinsen, K., & Wien, C. (2011). Changing media representations of youth in the news – a content analysis of Danish newspapers 1953–2003. <i>Journal of Youth Studies</i> , 14(7), 837–851. doi: 10.1080/13676261.2011.607434
Broadcast	Universelle Nachrichtensendungen <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nachrichten</li> <li>• Nachrichtenmagazine</li> <li>• Schlagzeilen, Kurznachrichten</li> </ul> Regionale Nachrichten <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nachrichten</li> <li>• Nachrichtenmagazine</li> <li>• Schlagzeilen, Kurznachrichten</li> </ul> Themenspezifische Nachrichtensendungen <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wetternachrichten</li> <li>• Wirtschaftsnachrichten</li> <li>• Europeanachrichten</li> </ul> Sonstige Sendungen Programmtrailer Werbung und Sponsoring	Program	Trebbe, J. (2013). Zwischen Boulevard und Ratgeber-TV. Eine vergleichende Programmanalyse von SWR und NDR. OBS-Arbeitspapier Nr. 12. Frankfurt am Main: Otto Brenner Stiftung.

Medium	Operationalization	Unit of analysis	Studies
Broadcast	Information Journalistische Unterhaltung Factual Entertainment	Program	Krüger, U. M., Zapf-Schramm, T., & Jung, M. (2019). Sendungsformen, Themen und Akteure im Nonfictionangebot von ARD, ZDF, RTL und Sat.1. <i>Media Perspektiven</i> , 5(2019), 232–252.
Online	Tageszeitungen Überregionale Wochen- und Sonntagszeitungen “General interest”-Publikumszeitschriften Mindestens landesweit verbreitete Fernseh- und Hörfunkanbieter Formate der Nur-Internetangebote: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Professionelle, redaktionell organisierte Angebote</li> <li>• Portale</li> <li>• Nutzerplattformen</li> <li>• Nachrichtensuchmaschinen</li> </ul> Weblogs	Outlet	Neuberger, C., Nuernbergk, C., & Rischke, M. (2009). Journalismus – neu vermessen. Die Grundgesamtheit journalistischer Internetangebote – Methode und Ergebnisse. In C. Neuberger, C. Nuernbergk, & M. Rischke (Eds.), <i>Journalismus im Internet</i> (pp. 197–230). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

---

#### CODEBOOK EXAMPLE

Oehmer, Eisenegger, Udris & Vogler (2020)

---

#### REFERENCES

Oehmer, F., Eisenegger, M., Udris, L. & Vogler, D. (2020). Codebuch zur Studie «Die Qualität der Medienberichterstattung zur Corona-Pandemie». Retrieved from: <https://zenodo.org/record/3958929#.X24FDu1CQuU>