

Intracoderreliabilität

Abschnitt	Kategorie	Übereinstimmungen	Anzahl Codierungen t0	Anzahl Codierungen t1	ICR nach Holsti	Verbesserung
Zugriff	Zugriff Abstract	47	50	50	0,94	ein relevanter Beitrag nachträglich in die Stichprobe aufgenommen
	Zugriff Beitrag	33	34	34	0,97	
Basisinformationen	Sprache	30	30	30	1	
	Publikationstyp	30	30	30	1	
	Wissenschaftsgebiet	30	30	30	1	
	Hauptbegriff	30	30	30	1	
	Begriff: Meinungsführer/ schaft	29	30	30	0,97	
	Begriff: influentials	30	30	30	1	
	Begriff: maven/ism	30	30	30	1	
	Begriff: influencer	29	30	30	0,97	
	Themengebiet kategorisiert	28	30	30	0,93	Unterkategorien von Marketing überprüft und nachcodiert
	Beitragsart	28	30	30	0,93	Beschreibung aktualisiert: unsystematisches Literaturreview gilt als Theoriebeitrag, nachcodiert
Theoretischer Bezug	Online-Bezug	29	30	30	0,97	
	Diffusion of Innovations	27	30	30	0,9	Nachcodierung
	Zweistufenfluss	26	30	30	0,87	Nachcodierung
	Netzwerktheorien	25	30	30	0,83	Nachcodierung
Studiendesign	Forschungsdesign	25	25	25	1	
	Experiment	25	25	25	1	
	Untersuchungseinheiten kategorisiert	26	27	27	0,96	
	Untersuchungsland kategorisiert	26	27	27	0,96	
Operationalisierung	Soziales System: lokal	26	27	27	0,96	
	Soziales System: beruflich	27	27	27	1	
	Soziales System: technisch	27	27	27	1	
	Plattform kategorisiert	12	12	12	1	

Quantitative Methoden	26	27	27	0,96	
Qualitative Methoden	26	27	27	0,96	
Selbsteinschätzung	26	27	27	0,96	
SE: interpersonale Kommunikation	11	11	12	0,96	
SE: Informationen geben	11	11	12	0,96	
SE: Rat geben	11	11	12	0,96	
SE: Einfluss auf Meinung	11	11	12	0,96	
SE: Einfluss auf Verhalten	11	11	12	0,96	
SE: Persönlichkeit	11	11	12	0,96	
SE: Bürgerschaftliches Engagement	11	11	12	0,96	
SE: Agenda Setting	11	11	12	0,96	
Skalenreliabilität	8	8	8	1	
Fremdeinschätzung	26	27	27	0,96	
FE: Interpersonale Kommunikation	10	10	10	1	
FE: Rat geben	10	10	10	1	
FE: Informationen geben	10	10	10	1	
FE: Einfluss auf Meinung	10	10	10	1	
FE: Einfluss auf Verhalten	10	10	10	1	
FE: Wissen / Expertise	10	10	10	1	
FE: soziale Kompetenz / Beliebtheit	10	10	10	1	
FE: Führungspersönlichkeit	10	10	10	1	
FE: formale Position	10	10	10	1	
Algorithmus	27	27	27	1	
Algorithmen: Kontakte	11	11	11	1	
Algorithmen: Aktivität	9	11	11	0,81	Nachcodierung
Algorithmen: Feedback	11	11	11	1	
Algorithmen: Imitation	10	11	11	0,91	Nachcodierung
Monomorphismus vs. Polymorphismus	25	27	27	0,93	Nachcodierung
Gradualität	23	27	27	0,85	Nachcodierung

Ergebnisse: Identifizierung	Typen	7	7	11	0,78	Nachcodierung
	Methodenvergleich	6	7	11	0,67	Nachcodierung
Ergebnisse: Eigenschaften	Persönlichkeitseigenschaften	11	11	12	0,96	
	Soziodemografie, sozialer Status	11	11	12	0,96	
	Kommunikationsverhalten	11	11	12	0,96	
	Mediennutzung/ Informationssuche	11	11	12	0,96	
	Engagement/ Involvement	10	11	12	0,87	
	Expertise	11	11	12	0,96	
	soziale Kontakte	11	11	12	0,96	
Ergebnisse: Einfluss	Einfluss auf Wissen	8	8	8	1	
	Einfluss auf Meinungen	7	8	8	0,88	
	Einfluss auf Verhalten	8	8	8	1	
	Simulationsergebnisse	8	8	8	1	
Ergebnisse: Meinungsempfänger	Meinungsempfänger	0	0	3	0	Ausschluss