

Professional Tables and Charts – Examples

Wolfgang Schweiger, 10.03.2021

Comparing means between two groups (t-test)

Tabelle 15: Rezeption von Inhaltsseiten und Linkplatzierung

Linkplatzierung	intratextuell (n=mind. 53)	extratextuell (n=mind. 51)	t
Durchschnittl. Abrufdauer von Inhaltsseiten (in Sek.)	51	62	2,27*
<i>Nutzungsgrad (Abrufdauer in Sek./100 Zeichen)</i>			
Alle Inhaltsseiten	2,2	3,1	4,34***
Kurze Inhaltsseiten	2,7	3,9	3,42**
Mittellange Inhaltsseiten	2,3	3,4	4,01***
Lange Inhaltsseiten	2,1	2,7	2,18*
<i>Durchschnittlicher Rezeptionsabfall</i>			
Mittellange Seiten: Behalten der zweiten Texthälfte im Verhältnis zur ersten Texthälfte	112%	123%	0,61
Lange Seiten: Behalten des dritten Textdrittels im Verhältnis zum ersten Textdrittel	50%	46%	0,48
<i>Subjektive Bewertung</i>			
Verständlichkeit der Texte (1='völlig unverständlich' bis 7='sehr gut verständlich')	4,8	4,8	0,19
Einzelne Texte gründlich lesen (1='ausschließlich Broschüre' bis 5='ausschließlich Webangebot')	1,6	1,9	1,72

*** p<0,001; ** p<0,01; * p<0,05

Comparing means between three groups (oneway variance-analysis with post-hoc test Duncan's multiple range)

Tabelle 1: Drei Onliner-Typen und ihre Nutzung ausgewählter Onlinedienste und -inhalte

Alter	unter 60 Jahre		ab 60 Jahre	
	alle Onliner (n=34)	Internet-Ein- stieg vor 60 (n=39/40)	Internet-Ein- stieg ab 60 (n=61-63)	
E-Mail	3,38 ^a	3,50 ^a	3,00 ^b	
Chatten & Diskussionsforen	1,38 ^a	1,10 ^b	1,13 ^b	
Einfach so surfen	1,47	1,38	1,66	
Onlinemedien besuchen	2,38	2,28	1,98	
Suchmaschinen-Recherche	3,41 ^a	3,33 ^a	2,79 ^b	
Onlinebuchungen (Tickets, Hotels usw.)	2,26	2,33	2,00	
E-Banking & Behördenkontakt	2,44 ^a	2,05 ^{ab}	1,62 ^b	
E-Shopping & Versteigerungen	1,94 ^a	1,66 ^{ab}	1,33 ^b	

Mittelwerte auf einer Skala von 1='nie' bis 4='sehr oft'; Gruppen mit unterschiedlichen Kennbuchstaben unterscheiden sich signifikant (Duncan's Multiple Range Test; $p < 0,05$).

Longitudinal analysis

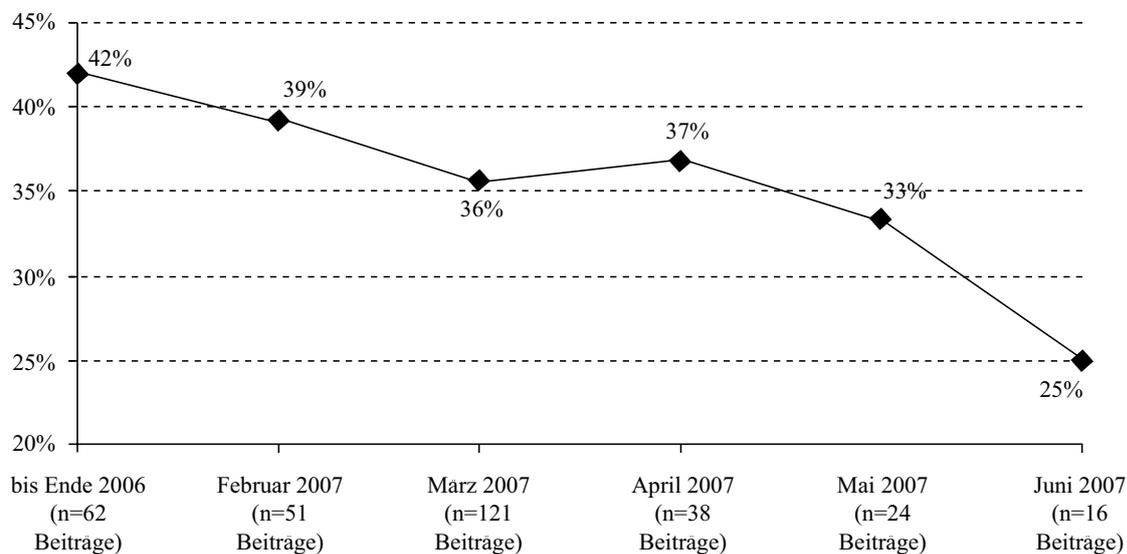


Abbildung 3: Raucheranteil in der diskursiven ÖM im Internet im Zeitverlauf

Factor analysis

Faktorenanalyse zum Informationsverhalten

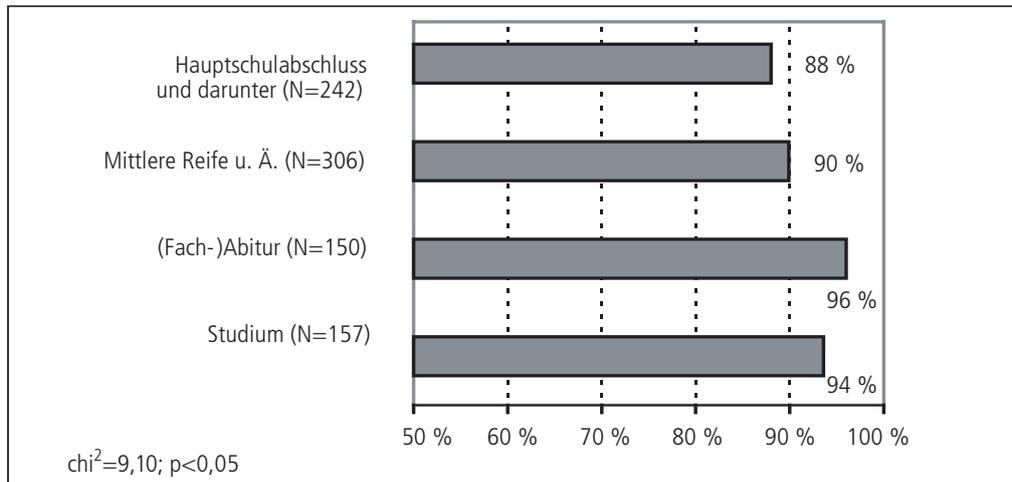
Tabelle 1

<i>Faktor</i>	<i>Faktor 1</i>	<i>Faktor 2</i>	<i>Faktor 3</i>	<i>Faktor 4</i>	<i>Faktor 5</i>	<i>Faktor 6</i>
<i>Faktor</i>	<i>aktiv & dynamisch</i>	<i>Informationsüberlastung</i>	<i>kognitive Flexibilität</i>	<i>intuitive Entscheidung</i>	<i>linearer Denkstil</i>	<i>gemütlich & geduldig</i>
(Ich bin) dynamisch	+0,74	-0,07	+0,15	-0,01	+0,10	+0,02
(Ich bin) unternehmungslustig	+0,71	-0,04	-0,02	-0,10	+0,04	+0,15
(Ich bin) spontan	+0,67	-0,03	+0,09	+0,32	-0,94	+0,01
(Ich bin) schnell	+0,67	-0,10	+0,16	+0,23	+0,12	-0,25
(Ich bin) immer auf dem Sprung	+0,62	+0,08	0,00	+0,19	-0,03	-0,31
(Ich bin) experimentierfreudig	+0,60	-0,09	+0,25	-0,02	-0,24	+0,24
(Ich bin) kontaktfreudig	+0,57	+0,07	+0,01	-0,28	-0,25	+0,26
Manchmal ignoriere ich neue Informationen, weil es mir einfach zu viel wird.	-0,06	+0,75	-0,18	+0,09	-0,02	0,00
Manchmal habe ich das Gefühl, mit Informationen überschüttet zu werden.	0,00	+0,69	+0,08	-0,08	+0,05	-0,05
Manchmal brauche ich etwas länger, um mit Veränderungen zurecht zu kommen.	-0,05	+0,68	-0,20	-0,13	+0,04	+0,05
Oft ist es mir zu anstrengend, über Dinge länger nachzudenken.	-0,05	+0,52	-0,24	+0,39	-0,12	+0,11
Ich habe eine sehr schnelle Auffassungsgabe.	+0,08	-0,06	+0,74	+0,03	0,00	-0,21
Ich finde mich in jeder neuen Situation schnell zurecht.	+0,17	-0,25	+0,67	+0,18	-0,04	+0,12
Es macht mir Spaß, über komplizierte Dinge nachzudenken.	+0,07	-0,13	+0,66	-0,17	+0,04	+0,17
Ich nehme mir für Entscheidungen viel Zeit und überlege gründlich.	-0,03	+0,12	+0,11	-0,73	+0,24	+0,05
Entscheidungen treffe ich am liebsten schnell und intuitiv.	+0,25	+0,10	+0,44	+0,67	+0,05	+0,08
Ich erledige Aufgaben am liebsten hintereinander.	-0,03	+0,24	+0,12	-0,13	+0,69	+0,07
(Ich bin) ausdauernd	+0,39	-0,14	+0,07	+0,05	+0,62	+0,17
Ich mache meist mehrere Dinge gleichzeitig.	+0,24	+0,08	+0,20	+0,15	-0,55	-0,05
(Ich bin) gemütlich	+0,09	+0,11	+0,05	+0,05	+0,02	+0,76
(Ich bin) geduldig	-0,03	-0,12	0,00	-0,04	+0,40	+0,63
Erklärte Varianz	16,0%	9,6%	9,3%	7,4%	7,4%	6,8%

Hauptkomponentenanalyse mit Varimax-Rotation; erklärte Gesamtvarianz: 57%; n = 382

Crosstabulating a binary variable (search engine use – yes/no) by groups

Abbildung 4.6: Suchmaschinenutzung nach Bildungsniveau



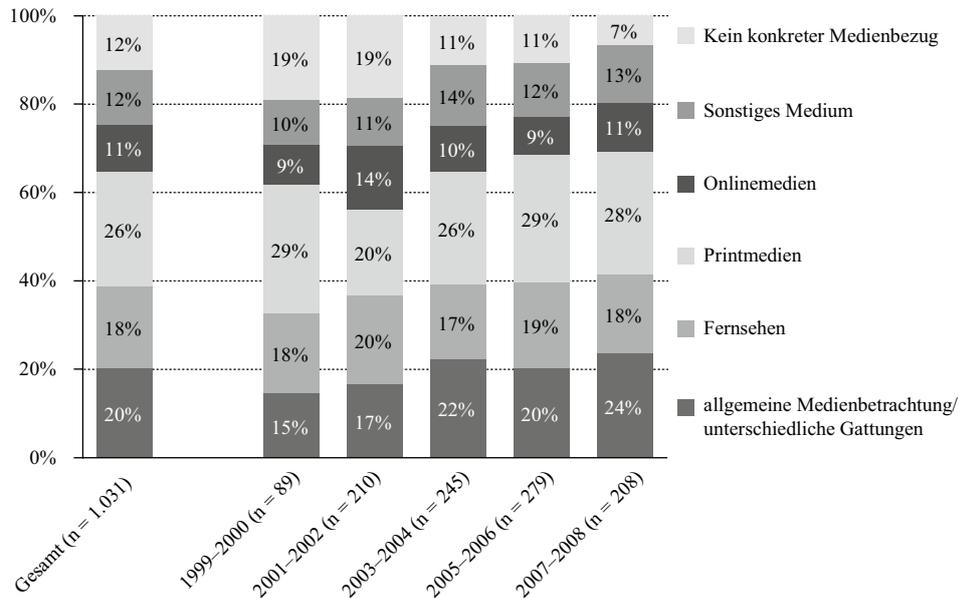
Simple Crosstabulation (no test of significance)

Tab. 3: Öffentliche versus private Kommunikation (alle Angaben in %)

	Gesamt (n=1.005)	1999–2000 (n=90)	2001–2002 (n=206)	2003–2004 (n=241)	2005–2006 (n=241)	2007–2008 (n=201)
öffentliche Kommunikation	92,5	94,4	97,1	96,7	88,8	87,1
private Kommunikation	3,5	5,6	2,4	1,7	4,1	5,0
beides	4,0	0,0	0,5	1,7	7,1	8,0
Gesamt*	100,0	100,0	100,0	100,1	100,0	100,1

*Rundungsfehler

Visual version of simple crosstabulation



Another visual version of simple crosstabulation

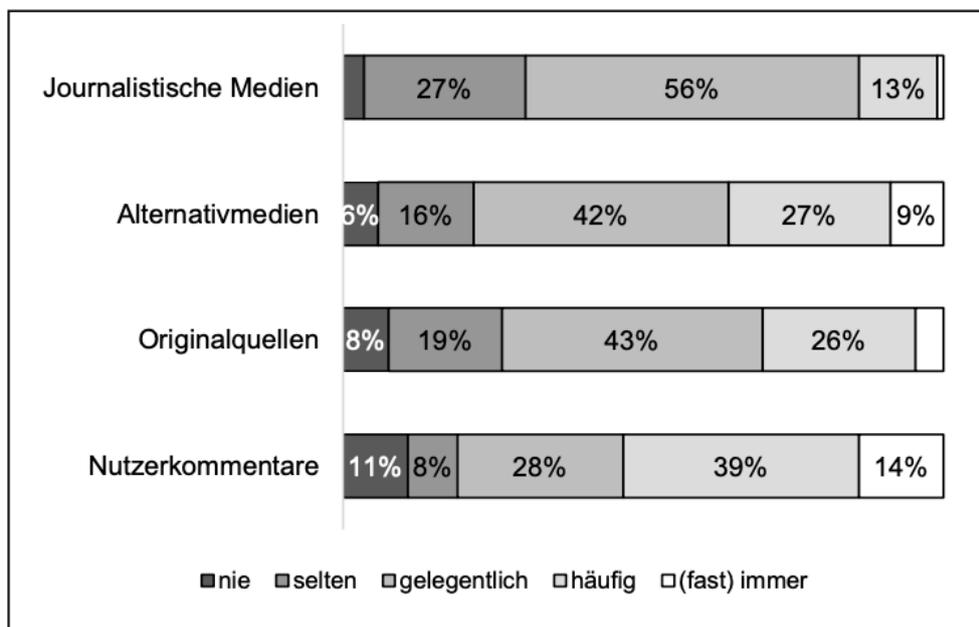


Abbildung 18: Wahrnehmung von Medienkritik in Informationsquellen.
 n = 747-936. Frage: Wie häufig finden Sie, dass [alternative Medien/Politiker, bekannte Persönlichkeiten, Unternehmen oder sonstige Organisationen/Nutzerkommentare] die etablierten Medien kritisieren?

Multiple regression analysis

Tabelle 20: Personenmerkmale und instrumentelles Vertrauen in Journalismus

	Instrumentelles Vertrauen
	β
Soziodemographie	
Alter	,02
Geschlecht (0 = w, 1 = m)	,05 ⁺
<i>Formale Bildung (Referenz: max. Hauptschule)</i>	
Mittlerer Abschluss	,07 ⁺
Abitur	,06
Hochschulabschluss	,05
Psychologische Persönlichkeitsmerkmale	
Interpers. Vertrauen	,08*
Konstruktivismus	,08*
Verschwörungsmentalität	-,06
Politikbezogene Persönlichkeitsmerkmale	
Politische Kompetenzüberzeugung	-,01
Politische Einflussüberzeugung	,12**
Politischer Zynismus	-,14***
Wahlabsicht (Referenz: CDU)	
SPD	-,01
B'90/Grüne	,02
FDP	-,03
Die Linke	-,04
AfD	-,12**
Sonstige	-,08*
Nichtwähler	-,11**
Medienbezogene Merkmale	
Objektives Medienwissen: Anzahl...	
... richtige Antworten	,05
... 'weiß nicht'-Antworten	,03
Subjektives Medienwissen	
Wahrg. Vertrauensklima	,12***
R²_{kor.}	,18

$n = 923$. Multiple Regression (Methode: Einschluss). *** $p < ,001$, ** $p < ,01$, * $p < ,05$,
⁺ $p < ,10$.

Multiple regression analysis (blockwise)

Tab. 3 Personenmerkmale und APN-Nutzungsanteil

Blockweise multiple Regressionsanalysen	Modell 1	Modell 2	Modell 3	Modell 4
	Beta	Beta	Beta	Beta
Block 1: Soziodemografie				
Alter	-,321***	-,306***	-,300***	-,286***
Geschlecht (1 = weiblich, 0 = männlich)	-,014	-,014	-,025	-,022
<i>Formale Bildung</i> (Referenz: max. Hauptschule)				
Mittlerer Abschluss	,127***	,122**	,128***	,132***
Abitur	,100**	,089*	,084*	,102*
Hochschulabschluss	,093**	,083*	,085*	,098**
<i>Haushalts-Nettoeinkommen</i> (Referenz: < 1.000 €)				
1.000-1.999 €	-,036	-,037	-,038	-,048
2.000-2.999 €	-,131***	-,134***	-,131***	-,141**
>= 3.000 €	-,111**	-,117**	-,122**	-,134**
<i>Wohnortgröße</i> (Referenz: < 5.000 Einw.)				
Kleinstadt (< 20.000 Einw.)	-,067 ⁺	-,060	-,061 ⁺	-,051
Mittelstadt (< 100.000 Einw.)	-,023	-,017	-,020	-,006
kleine Großstadt (< 500.000 Einw.)	-,007	-,005	-,002	,007
Großstadt (>= 500.000 Einw.)	,009	,010	,011	,012
Block 2: Psychologische Persönlichkeitseigenschaften				
Big Five: Extraversion		,062 ⁺	,058 ⁺	,040
Big Five: Verträglichkeit		-,014	-,014	-,014
Big Five: Gewissenhaftigkeit		-,073*	-,069*	-,074*
Big Five: Negative Emotionalität		-,015	-,017	-,014
Big Five: Offenheit		,074*	,079*	,082**
Need for cognitive closure		,035	,031	,027
Block 3: Politikbezogene Merkmale				
Politisches Interesse – Stärke			-,005	-,005
Politisches Interesse – Breite			-,045	-,033
Duty to keep informed			,042	,055
Duty to vote			,035	,039
Politische Partizipation (0 = nein, 1 = ja)			,045	,052
Self-Efficacy intern			-,024	-,039
Self-Efficacy extern			,013	-,006
Politische Orientierung (1 = links bis 9 = rechts)			,067*	,048
Block 4: Mediennutzungsmuster & Medieneinstellungen				
Allgemeine Nachrichtennutzungsdauer in Min./Tag				,135***
Selective-Exposure-Neigung				,054 ⁺
Personalisierungsskepsis				-,081*
R² korr.	,140	,147	,149	,172
F	14,376***	10,463***	7,642***	8,102***

n=990; ***p<0,001; **p<0,01; *p<0,05; ⁺p<0,10

Logistic regression analysis

Tab. 5 EU-Kritiker versus Mainstream

Prädiktoren	B	Odds Ratio	Wald
Soziodemografie			
Alter	,010	1,010	1,117
Geschlecht (0 = männlich, 1 = weiblich)	-,425	,654	2,129
Bildung (0 = kein Abitur, 1 = mind. Abitur)	-,652	,521	4,378*
Haushalts-Nettoeinkommen (0 < 2.000€, 1 >= 2.000€)	-,246	,782	1,398
Wohnortgröße (0 < 100.000, 1 >= 100.000 Einwohner)	-,271	,763	1,689
Persönlichkeitspsychologie			
Big Five: Extraversion	-,151	,860	1,810
Big Five: Verträglichkeit	-,081	,922	,388
Big Five: Gewissenhaftigkeit	,187	1,206	2,067
Big Five: Negative Emotionalität	,103	1,109	,807
Big Five: Offenheit	-,088	,916	,664
Need for Cognitive Closure	,219	1,244	4,774*
Politikbezogene Persönlichkeit			
Politisches Interesse – Stärke	,038	1,038	,060
Politisches Interesse – Breite	-,135	,873	,617
Duty to keep informed	-,068	,934	,464
Duty to vote	,015	1,015	,033
Politische Partizipation (0 = nein, 1 = ja)	,009	1,009	,001
Self-Efficacy intern	,720	2,055	18,910***
Self-Efficacy extern	-,432	,649	14,218***
Politische Orientierung (1 = links bis 9 = rechts)	,169	1,184	4,116*
Mediennutzungsstil & Einstellungen			
Allgemeine Nachrichtennutzungsdauer in Min./Tag	,000	1,000	,007
Selective-Exposure-Neigung	-,103	,902	,611
Personalisierungsskepsis	,028	1,028	,040
APN_{rel} & Interaktionen			
APN _{rel}	-3,961	,019	2,152
APN _{rel} x Alter	,066	1,069	5,586*
APN _{rel} x Geschlecht	,406	1,501	,248
APN _{rel} x Bildung	1,424	4,154	2,373
APN _{rel} x Personalisierungsskepsis	,124	1,132	,094
APN _{rel} x Politische Orientierung	,266	1,304	1,205
Gesamtmodell	Nagelkerkes R² = 0,225 (chi²= 128,181***)		

Binär-logistische Regression; n=851; Anteil vorhergesagte Fälle: 82,8%; ***p<0,001; **p<0,01; *p<0,05