

Anhang

zur Studie

Matti Seithe: Rezeption und Wirkung massenmedialer Informationen zu HIV und Aids

Inhalt

Tabellen.....	2
Kategoriensystem (Codebuch).....	6
Kodieranweisungen.....	13
Vorherfragebogen	30
Nachherfragebogen	50

Tabellen

A-Tab. 1: Veränderung des Zeitraums des letzten HIV-Tests (N=181)

		Letzter HIV-Test – t1						
		Vor mehr als 5y	In den letzten 5y	In den letzten 12m	In den letzten 6m	In den letzten 4w	In den letzten 7d	Summe
		Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl
Letzter HIV-Test – t0	Vor mehr als 5y	19	3	0	0	1	0	23
	In den letzten 5y	6	29	4	3	4	0	46
	In den letzten 12m	1	16	23	4	4	1	49
	In den letzten 6m	0	4	6	30	3	3	46
	In den letzten 4w	0	0	2	5	5	2	14
	In den letzten 7d	0	0	0	3	0	0	3
	Summe	26	52	35	45	17	6	181

t0 = 1. Fragebogen; t1 = 2. Fragebogen

A-Tab. 2: Umfang der journalistischen Publikationseinheiten in den Kernmedien (N=75)

		Titel der Publikation					
		BLU	M-MÄNNER	SCHWU-LISSIMO	SIEGES-SÄULE	QUEER. DE	Summe
Umfang des Text-teils	Anz. PE	14	16	14	15	16	75
	Mittelwert	247	940	224	365	123	387
	Standard-abweichung ¹	261	790	217	467	183	534
	Min ²	0	20	10	0	0	0
	Max	770	3200	720	1810	670	3200
	Summe	3460	15040	3130	5470	1960	29060
	Summe in % ³	12	52	11	19	7	101

- 1 Die Standardabweichungen des Umfangs sind zum Teil größer als der jeweilige Mittelwert selbst. Sie ergeben in diesem Fall einen Variationskoeffizienten von $V > 1$. Dies hängt mit der geringen Anzahl an Artikeln und der großen Spannweite der Artikelumfänge (Max – Min) zusammen.
- 2 Ein Minimum von „0“ bedeutet lediglich, dass in der journalistischen Publikationseinheit entweder keine vollständigen Sätze enthalten waren (nur aus solchen wurden Wörter gezählt). Oder es gab vollständige Sätze mit weniger als fünf Wörtern (Rundungsregeln). (Vgl. Kodieranweisungen/Anhang)
- 3 Von 100% abweichende Werte sind Folge von Rundungen der Einzelwerte.

A-Tab. 3: Häufigkeit der Unterthemen in allen Publikationseinheiten (N=175)

		System öffentlicher Kommunikation					
		Journalismus		Werbung		Summe	
		Anz.	in %	Anz.	in %	Anz.	in %
Unterthemen der Publikationseinheiten	Anti-/Diskriminierung / Ent-/Stigmatisierung / Ent-/Kriminalisierung / Solidarität	37	49	24	24	61	35
	kommerzielle Angebote	9	12	43	43	52	30
	Aufklärung / Kampagnen	20	27	25	25	45	26
	Präventionsmaßnahmen	18	24	20	20	38	22
	Gesundheitliche Folgen der HIV-Infektion und der Aids-Erkrankung	22	29	2	2	24	14
	nicht-staatliche Hilfsmaßnahmen für (potentiell) Betroffene	9	12	14	14	23	13
	Anwendung der ART	13	17	8	8	21	12
	Welt-Aids-Tag (WAT)	18	24	3	3	21	12
	Ethische oder rechtliche Fragen	18	24	1	1	19	11
	Sonstiges Unterthema	13	17	5	5	18	10
	Benefiz-Veranstaltungen und Spendensammlungen	11	15	3	3	14	8
	Politische Maßnahmen und Aktionen (nicht WAT)	13	17	0	0	13	7
	Personen des öffentlichen Lebens mit HIV oder Aids	9	12	0	0	9	5
	Infektionswege / Umstände	8	11	0	0	8	5
	Epidemiologische Entwicklung	7	9	0	0	7	4
	Wissenschaftliche Forschung insb. zur ART (nicht Epidemiologie)	6	8	1	1	7	4
	Human Interest	6	8	1	1	7	4
	Summe	75	100	100	100	175	100

Mehrfachnennung pro Publikationseinheit möglich

A-Tab. 4: Veränderung der Nutzungsgruppen durch 1. und 2. Modifikation (Print, N=118)

		Nutzungsgruppe nach 2. Modifikation ,zusätzl. Nutzung Januarausgabe'				
		Gering-Nutzer	Durchschn. Nutzer	Viel-Nutzer	Sehr-viel-Nutzer	Summe
		Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl
Nutzungsgruppe nach Dezember-Ausgabe	Gering-Nutzer	42	17	0	-	59
	Durchschn. Nutzer	-	24	8	0	32
	Viel-Nutzer	-	-	22	5	27
	Summe	42	41	30	5	118

Aktuelle persönl. Relevanz nach Mediennutzungsgruppen (2fach-modifiziert, Print)

A-Tab. 5: Veränderung der persönlichen Themenrelevanz (Gering-Nutzer(mod), Print-Kernmedien, N=42)

		Relevanz von HIV/Aids für eigene Person heute – t1					
		Ganz unwichtig	Eher unwichtig	Weder unwichtig noch wichtig	Eher wichtig	Sehr wichtig	Summe
		Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl
Relevanz v. HIV/Aids für eigene Person – t0	Ganz unwichtig	1	0	0	0	0	1
	Eher unwichtig	0	5	0	1	0	6
	Weder unwichtig noch wichtig	0	1	6	1	0	8
	Eher wichtig	0	1	1	9	2	13
	Sehr wichtig	0	0	1	2	11	14
	Summe	1	7	8	13	13	42

t0 = 1. Fragebogen; t1 = 2. Fragebogen

A-Tab. 6: Veränderung der persönlichen Themenrelevanz (Viel-bis-sehr-viel-Nutzern(mod), Print-Kernmedien, N=35)

		Relevanz von HIV/Aids für eigene Person heute – t1					
		Ganz unwichtig	Eher unwichtig	Weder unwichtig noch wichtig	Eher wichtig	Sehr wichtig	Summe
		Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl
Relevanz v. HIV/Aids für eigene Person – t0	Ganz unwichtig	0	1	0	0	1	2
	Eher unwichtig	0	3	2	0	1	6
	Weder unwichtig noch wichtig	0	1	5	2	1	9
	Eher wichtig	0	1	0	6	3	10
	Sehr wichtig	0	0	0	2	6	8
	Summe	0	6	7	10	12	35

t0 = 1. Fragebogen; t1 = 2. Fragebogen

A-Tab. 7: Veränderung der persönlichen Themenrelevanz (,durchschnittlichen Nutzern', Print-Kernmedien, N=41)

		Relevanz von HIV/Aids für eigene Person heute – t1					
		Ganz unwichtig	Eher unwichtig	Weder unwichtig noch wichtig	Eher wichtig	Sehr wichtig	Summe
		Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl
Relevanz v. HIV/Aids für eigene Person – t0	Ganz unwichtig	1	0	0	0	0	1
	Eher unwichtig	1	3	2	1	0	7
	Weder unwichtig noch wichtig	1	2	1	2	0	6
	Eher wichtig	0	1	4	12	1	18
	Sehr wichtig	0	0	0	3	6	9
	Summe	3	6	7	18	7	41

t0 = 1. Fragebogen; t1 = 2. Fragebogen

Aktuelle persönl. Relevanz nach Mediennutzungsgruppen (Online, unmodifiziert)

A-Tab. 8: Veränderung der persönlichen Themenrelevanz (Gering-Nutzer, QUEER.DE, N=30)

		Relevanz von HIV/Aids für eigene Person heute – t1					
		Ganz unwichtig	Eher unwichtig	Weder unwichtig noch wichtig	Eher wichtig	Sehr wichtig	Summe
		Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl
Relevanz v. HIV/Aids für eigene Person – t0	Ganz unwichtig	1	2	0	0	1	4
	Eher unwichtig	1	3	1	0	0	5
	Weder unwichtig noch wichtig	0	0	9	1	0	10
	Eher wichtig	0	0	2	5	1	8
	Sehr wichtig	0	0	0	0	3	3
	Summe	2	5	12	6	5	30

t0 = 1. Fragebogen; t1 = 2. Fragebogen

A-Tab. 9: Veränderung der persönlichen Themenrelevanz (Viel-Nutzer, QUEER.DE, N=35)

		Relevanz von HIV/Aids für eigene Person heute – t1					
		Ganz unwichtig	Eher unwichtig	Weder unwichtig noch wichtig	Eher wichtig	Sehr wichtig	Summe
		Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl
Relevanz v. HIV/Aids für eigene Person – t0	Ganz unwichtig	0	1	0	0	0	1
	Eher unwichtig	0	4	3	0	0	7
	Weder unwichtig noch wichtig	0	1	4	1	1	7
	Eher wichtig	1	1	5	5	2	14
	Sehr wichtig	0	0	0	4	2	6
	Summe	1	7	12	10	5	35

t0 = 1. Fragebogen; t1 = 2. Fragebogen

Kategoriensystem (Codebuch)

Zur Studie „HIV und Aids in Berichterstattung und Werbung“

Bitte die Kodieranweisungen beachten!

Formale Kategorien

- V01 Laufende Nummer der Publikationseinheit [ZZZ]
V02 System öffentlicher Kommunikation
 1 Journalismus
 2 Werbung

V03 Eigenname/Titel der Publikation
 1 blu
 2 M-Männer
 3 Schwulissimo
 4 Siegestsäule
 5 Queer.de

V04 Mediengattung
 1 Print
 2 Online (→ Weiter mit Variable V06)

V05 Seitenzahl [SSS]

V06 Wiederholung der Publikationseinheit
 0 Bisher noch nicht kodiert (→ Weiter mit Variable V08)
 1 Bereits kodiert
V07 Laufende Nummer der ersten Doppelgänger-Publikationseinheit [ZZZ]

V08 Erscheinungstag [TT]

V09 Erscheinungsmonat
 0 Älter als November 2013
 1 November 2013
 2 Dezember 2013

V10 Autor_in* der Publikationseinheit [Textfeld]

-
- V11 Hauptquelle der Publikationseinheit für HIV/Aids
- 1 Nachrichtenagentur
 - 2 Robert-Koch-Institut
 - 3 BZgA
 - 4 Sonstige staatliche Stelle (Nicht RKI und BZgA)
 - 5 Aids-Hilfe / -Stiftung (DAH, DAS, lokale Aids-Hilfen)
 - 6 Sonstige nicht-staatliche Hilfsinstitution (Nicht Aids-Hilfe)
 - 7 Wissenschaft (Hochschule, private Forschungseinrichtung, Fachzeitschrift)
 - 8 Praktizierender Arzt oder Ärztin / Praxisverbund
 - 9 Pharmaunternehmen (Nicht explizit Forschungsabteilung)
 - 10 Apotheke
 - 11 Sonstige
 - 99 Keine Quellenangabe / nicht ermittelbar
- V12 Umfang des Textteils [Anzahl-Wörter] (gerundet auf volle Zehner)
- V13 Umfang im Verhältnis zum Flächeninhalt Zeitschriften-/ Bildschirmseite
- 1 Kleiner als 1/8 Seite
 - 2 1/8 bis < 1/4 Seite
 - 3 1/4 bis < 1/2 Seite
 - 4 1/2 bis < 1/1 Seite
 - 5 1/1 Seite (ganzseitig)
 - 6 Größer 1/1 Seite
- V14 Platzierung der Publikationseinheit nach Rubrik
- 1 Titelseite der Hauptausgabe / Startseite
 - 2 Titelgeschichte
 - 3 HIV/Aids-spezifische Rubrik (auch Welt-Aids-Tag)
 - 4 Gesundheits-spezifische (Nicht HIV/Aids)
 - 5 Regionales (für einen Teil des Verbreitungsgebiets)
 - 6 Redaktionelle Extra-Beilage
 - 7 Werbe-Beilage
 - 8 Veranstaltungskalender / Kleinanzeigen
 - 9 Hefrückseite
 - 10 Sonstige
 - 99 Nicht kodierbar

- V15 Journalistische Darstellungsform
- 1 Meldung / Nachricht / Bericht
 - 2 Reportage / Feature / Glossar / Dokumentation
 - 3 Interview
 - 4 Glosse / Karikatur / Witz
 - 5 Leserbrief / User-Kommentar
 - 6 Fiktive Darstellungsformen / Literarische Gattungen
 - 7 Kommentar / Rezension
 - 8 Sonstiges
→Bitte nennen! (V15_8a [Textfeld])
 - 99 Keine journalistische Darstellungsform
- V16 Werbeformat
- 1 Werbeanzeige / Banner (nicht redaktionell gestaltet)
 - 2 Vorgelagertes Werbeformat
 - 3 Einheftungen / Einblendungen
 - 4 Unterbrecherwerbung
 - 5 Redaktionell gestaltete Anzeige/Banner / Advertorial
 - 6 Product- oder Service-Placement
 - 7 Sponsoring von redaktionellem Beitrag
 - 8 Wettbewerb/Versteigerung
 - 9 Sonstiges
→Bitte nennen/beschreiben! (V16_9a [Textfeld])
 - 99 Kein Werbeformat vorhanden (→Weiter mit Variable V18)
- V17 Art des beworbenen Objekts
- 1 Produkt
 - 2 Dienstleistung
 - 3 Unternehmen
 - 4 Sonstiges
- V18 Personalisierung
- 0 Keine Person hervorgehoben
 - 1 Eine oder mehrere Personen einzeln hervorgehoben
- V19 Schwarz/weiß oder Farbe
- 1 Schwarz/weiß (ausschließlich)
 - 2 Bunt (mind. 1 Farbe mehr als schwarz/weiß)
- V20 Bild(er) vorhanden
- 0 Nein (→Weiter mit Variable V22)
 - 1 Ja
- V21 Anzahl der Bilder [AZ]
- V22 Grafisches Informationselement(e) vorhanden
- 0 Nein (→Weiter mit Variable V24)
 - 1 Ja

- V23 Anzahl der grafischen Informationselemente [AZ]
- V24 Verhältnis Bild- zu Textteil
1 Überwiegend Text
2 Bild und Text ausgewogen
3 Überwiegend Bild
- V25 Verlinkung/Internetadresse vorhanden
0 Keine Verlinkung
1 Nur Fremdverlinkung
2 Nur Eigenverlinkung
3 Fremd- und Eigenverlinkungen
- V26 Redaktioneller Kontext ‚HIV/Aids‘ vorhanden
0 Nein (→ Weiter mit Variable V28)
1 Ja
- V27 Stärke des redaktionellen Bezugs
1 Schwacher Bezug
2 Starker Bezug

Inhaltliche Kategorien

- V28 Stellenwert von HIV / Aids innerhalb der Publikationseinheit
1 Hauptthema
2 Nebenthema
3 Nur Nennung (→ Weiter mit Variable V46)
- V29-V45 *Unterthemen von HIV und Aids in der Publikationseinheit*
- V29 Unterthema ‚Personen des öffentlichen Lebens mit HIV oder Aids‘
0 Nicht vorhanden
1 Vorhanden
- V30 Unterthema ‚Epidemiologische Entwicklung‘
0 Nicht vorhanden
1 Vorhanden
- V31 Unterthema ‚Wissenschaftliche Forschung insb. zur ART‘
(Nicht Epidemiologie)
0 Nicht vorhanden
1 Vorhanden
- V32 Unterthema ‚Anwendung der ART‘
0 Nicht vorhanden
1 Vorhanden

- V44 Unterthema ‚kommerzielle Angebote‘
 0 Nicht vorhanden
 1 Vorhanden
- V45 Sonstige Unterthemen
 Wenn vorhanden, bitte nennen! [Textfeld]
- V46-V50 *Informationen bzgl. individuellen Verhaltens im Zusammenhang mit HIV und Aids*
- V46 Informationsbereich ‚Präventionsmaßnahmen / Ansteckungswege‘
 0 Nicht vorhanden (→ weiter mit V49)
 1 Vorhanden
- V47 Informationsgehalt Präventionsmaßnahmen / Ansteckungswege
 1 Groß
 2 Mittel
 3 Gering
- V48 Stufen der Prävention (überwiegend im Vordergrund)
 1 Primäre Prävention (-maßnahmen)
 2 Sekundäre Prävention (-maßnahmen)
 3 Tertiäre Prävention (-maßnahmen)
- V49 Informationsbereich ‚Psychologische, soziale, finanzielle und medizinische Beratung bzw. Hilfe‘
 0 Nicht vorhanden
 1 Vorhanden
- V50 Informationsbereich ‚Politisches Engagement / Ehrenamtliches Engagement / Spendenmöglichkeiten‘
 0 Nicht vorhanden
 1 Vorhanden
- V51 Zielgruppe homosexuelle/schwule Männer
 0 Nicht angesprochen
 1 Angesprochen
- V52-V54 *Unterscheidung der Adressaten der Publikationseinheit nach Risikogruppe*
- V52 Adressaten nach Risikogruppen
 0 Nicht erkennbar (→ weiter mit V55)
 1 Erkennbar

- V53 Risikogruppe MSM
 0 Nicht erwähnt
 1 Erwähnt
- V54 Andere Risikogruppe
 0 Nicht erwähnt
 1 Erwähnt
- V55 Emotionsfärbung
 1 Überwiegend negativ
 2 Gleicher Anteil negativer wie positiver Emotionen
 3 Überwiegend positiv
 99 Keine Emotionen vorhanden / Nicht erkennbar

Kodieranweisungen

Für das Kategoriensystem der Studie „HIV und Aids in Berichterstattung und Werbung“

Analyseeinheit / Aufgriffskriterien / Grundgesamtheit

Analyseeinheit des gesamten Codebuchs ist eine so genannte Publikationseinheit (abgekürzt: PE), die entweder ein Artikel oder eine werbende Darstellungsform ist. Die PE kann sowohl aus Printmedien als auch aus Onlinemedien stammen.

Zu einer Publikationseinheit zählen neben dem Textteil auch die erkennbar zugehörigen Bilder, Infografiken etc. Dies gilt ebenfalls für die Titel- und die Rückseite des Printmediums bzw. die Startseite des Onlinemediums. Sofern verschiedene Textblöcke durch optische Mittel (wie gemeinsame Überschriften, Rahmung und/oder Bilder, Infografiken etc.) deutlich erkennbar zusammengehalten werden, werden diese als eine Analyseeinheit erfasst.

Ein Artikel oder eine werbende Darstellungsform wird in die Grundgesamtheit aufgenommen, sofern HIV und/oder Aids oder damit direkt in Zusammenhang gebrachte Themen (wie anti-retrovirale Therapie (ART), Prävention von sexuell übertragbaren Infektionen (STI) etc.) textlich erwähnt oder visuell-grafisch (auch symbolisch, z.B. durch die Rote Schleife etc.) gezeigt werden. Dazu ist es notwendig den gesamten Text sowie alle zugehörigen visuell-grafischen Elemente einer Publikationseinheit zu überprüfen.

Die Grundgesamtheit an Publikationseinheiten generiert sich aus dem gesamten redaktionellen und werblichen Inhalt der Hauptausgabe und der Sonderbeilagen (Print) bzw. Sonderwebseiten (Online) des Mediums, der während des Untersuchungszeitraums publiziert wurde. Online-Inhalte gelten als publiziert, wenn sie auf der Startseite stehen oder von dort direkt verlinkt werden.⁴

Der Untersuchungszeitraum beginnt eine Woche nach der letzten Vorherbefragung und endet am letztmöglichen Termin für die Teilnahme an der Nachherbefragung.

Ausnahmeregelungen

In Veranstaltungskalendern werden nur hervorgehobene Artikel oder werbende Darstellungsformen kodiert. Eine bloße Ankündigung einer Veranstaltung im Zusammenhang mit HIV und Aids wird nicht erfasst.

4 Diese Arbeitsdefinition soll die Grundgesamtheit auf möglichst aktuelle Inhalte begrenzen. Die Archivfunktion von Onlinemedien (Suchfunktion für ältere Artikel/Seiten) wird damit ausgeblendet. Inhalte mit Erstpublikation vor dem Untersuchungszeitraum gehören nur dann zur Grundgesamtheit, wenn sie auf der Startseite während des Untersuchungszeitraums verlinkt werden.

Allgemeine Kodieranweisungen

Sofern nicht extra ausgeführt, sind Mehrfachnennungen nicht möglich.

Sofern nicht extra ausgeführt, wird immer die nachfolgende Variable kodiert. Sofern nicht anders angegeben, handelt es sich um numerische Variablen.

Begonnen wird mit der Variable V01.

Zunächst werden für alle Publikationseinheiten die Variablen V01 bis V04 kodiert. Daraufhin werden für jede PE die restlichen Variablen kodiert. Dieser Schritt ist notwendig, da sich spätere Variablen auf die Variablen V01 bis V04 auch anderer Analyseeinheiten beziehen.

Kursiv gedruckte Textelemente im Kategoriensystem stellen keine eigenständige Variable dar. Sie dienen lediglich als Zwischenüberschriften der besseren Übersichtlichkeit des Codebuchs oder fassen nachfolgende einzelne Variablen überblickshaft zusammen.

Sprünge in der Kodierreihenfolge gehen direkt aus dem Kategoriensystem hervor.

Formale Variablen

Variable V01 Laufende Nummer der Publikationseinheit

Kodiert wird die dreistellige laufende Nummer der Publikationseinheit beginnend mit ‚001‘, ‚002‘ etc.

Variable V02 System öffentlicher Kommunikation

Für die Kodierung des Systems öffentlicher Kommunikation, dem die Publikationseinheit zuzuordnen ist, ist entscheidend, ob die Redaktion des beinhaltenden Mediums die Publikationseinheit erstellt hat (Journalismus) oder es sich um eine bezahlte Form des Inserates (Werbung) handelt. Dazu sind u. a. Signalworte wie „Anzeige“ entscheidend. Generell ist sich an der allgemein üblichen, optischen Trennung zwischen redaktionellem Artikel und Werbeanzeige zu orientieren.

Variable V03 Eigenname/Titel der Publikation

Der Titel des beinhaltenden Mediums wird entsprechend der Codeliste kodiert.

Variable V04 Mediengattung

Die Mediengattung des beinhaltenden Mediums wird entsprechend der Codeliste kodiert. Hierbei ist die materielle Beschaffenheit des Mediums entscheidend. Auch die Onlineausgabe eines Printmagazins wäre als Onlinemedium zu kodieren.

Variable V05 Seitenzahl

Die Seitenzahl wird als offene dreistellige numerische Variable kodiert.

Sind in Printmedien keine Seitenzahlen eingedruckt, wird entweder von der letzten eingedrucktten Seitenzahl bis zur entsprechenden Seite gezählt oder von der Titelseite beginnend mit ‚1‘ gezählt.

Für Print-Sonderbeilagen mit neu nummerierten Seitenzahlen gelten folgende Regeln:

Sofern eine genaue Einordnung im Heft erkennbar ist, berechnet sich der Code aus der Seitenzahl der letzten Seite vor der Sonderbeilage plus die in der Sonderbeilage angegebene Seitenzahl.

Falls keine Einordnung im Heft zu erkennen ist, berechnet sich der Code aus der Gesamtseitenanzahl der Hauptausgabe plus die Seitenzahl in der Sonderbeilage.

Für Onlinemedien ergibt sich die Seitenzahl aus der Anzahl der Klicks, die der User minimal benötigen würde, um von der Startseite zu der Seite, die die Publikationseinheit beinhaltet, zu gelangen *plus 1*. Damit ergibt sich für eine Publikationseinheit auf der Startseite die Seitenzahl ,001’.

Variable V06 Wiederholung der Publikationseinheit

Wurde die vorliegende Publikationseinheit in derselben Form mit demselben Inhalt bereits einmal aus einer Ausgabe desselben Titels (Name der Publikation, vgl. Variable V03) kodiert, so wird ,Code 1’ kodiert.

Variable V07 Laufende Nummer der ersten Doppelgänger-Publikationseinheit

Es wird die laufende Nummer der ersten Publikationseinheit (niedrigste laufende Nummer) als dreistellige Zahl kodiert, die mit der vorliegenden PE in Form und Inhalt übereinstimmt.

Variable V08 Erscheinungstag

Es wird der Tag im Monat als zweistellige, offene, numerische Variable kodiert. Beispiel: Für den 1. November wird ,1’ kodiert. Für den 13. Dezember wird ,13’ kodiert.

Für Printprodukte gilt der Ersterscheinungstag des beinhaltenden Mediums. Für Online-Produkte der Ersterscheinungstag der Publikationseinheit selbst.

Variable V09 Erscheinungsmonat

Der Erscheinungsmonat der Publikationseinheit wird entsprechend der Codeliste kodiert.

Dieser muss bei Printmedien nicht dem die Ausgabe bezeichnenden Monat entsprechen: Erscheint die Ausgabe „Dezember 2013“ eines Printmagazins bereits am 18. November, so wird für eine Publikationseinheit in dieser Ausgabe ,November 2013’ kodiert.

Bei Onlinemedien kann es vorkommen, dass bereits früher als November 2013 publizierte Artikel während des Untersuchungszeitraums auf der Startseite verlinkt sind. In diesem Fall wird für die entsprechende Publikationseinheit „Älter als November 2013“ kodiert.

Variable V10 Autor_in* der Publikationseinheit

Der_die Autor_in* der Publikationseinheit wird als offener String kodiert. Falls zu Beginn oder am Ende der Publikationseinheit ein Autor_innen*kürzel zu finden ist, wird bei Personen der Vollname entsprechend der Angaben im Impressum nach dem Muster ,Vorname Nachname’ (bzw. ,Vollname’ bei Institutionen) erfasst. Eine Person hat immer Vorrang vor einer Institution. Ergo wird nur eine Institution als Autorin kodiert, wenn keine Person angegeben ist. Falls keine/kein Autor_in*/Institution angegeben ist, bleibt der String leer.

Insbesondere bei Publikationseinheiten aus dem Bereich der Werbung (vgl. Variable V02) muss die Autor_innen*schaft zudem anhand grafischer Elemente (insb. Logi von Institutionen) abgeklärt werden.

Falls mehrere Autor_innen* oder Institutionen als Verantwortliche für die Publikationseinheit angegeben sind, gilt folgende Vorgehensweise: Es wird die/der Autor_in* bzw. die Institution kodiert, die am weitesten links steht. Sind die Namen oder Logi in der Senkrechten übereinander angeordnet, wird die- oder derjenige kodiert, deren Name bzw. Logo am weitesten oben aufgeführt ist. Führt diese ebenfalls zu keinem eindeutigen Ergebnis, wird nach dem Namen oder Logo kodiert, das den meisten Flächeninhalt beansprucht. Ansonsten gilt die alphabetische Reihenfolge des ausgeschriebenen Namens der Autoren bzw. Institutionen.

Variable V11 Hauptquelle der Publikationseinheit für HIV/Aids

Kodiert wird die Hauptquelle der Publikationseinheit für das Thema HIV/Aids. Hierbei handelt es sich um die Quelle, die am umfangreichsten im Textteil wiedergegeben wird. Wird jedoch am Anfang oder am Ende des Textteils eine Quelle z.B. als Kürzel (jedoch nicht Autorenkürzel) angegeben, so wird diese kodiert. Ansonsten ist der gesamte Textteil der Publikationseinheit zu lesen. Bei gleichem Umfang von verschiedenen Quellen, wird die zuerst genutzte Quelle kodiert.

Publikationseinheiten ohne Textteil können keine Hauptquelle in diesem Sinne aufweisen.

Die einzelnen Ausprägungen sind selbsterklärend.

Variable V12 Umfang des Textteils

Die Wörter aller Textblöcke der Publikationseinheit werden ausgezählt, wenn sie mind. einen vollständigen Satz bilden. Als Satz gelten dabei neben der Struktur „Subjekt, Prädikat (Objekt)“ auch verkürzte Imperativformen. Reine Aufzählungen von Substantiven oder Adressdaten gelten jedoch nicht als Satz.

Es wird auf volle Zehner-Werte nach den üblichen Rundungsregeln gerundet.

Variable V13 Umfang im Verhältnis zum Flächeninhalt

Der Umfang der Publikationseinheit bezieht sich auf den gesamten verbrauchten Flächeninhalt aller Bestandteile der PE. Dabei wird die engste Grenze der Publikationseinheit verwendet. Überschriften gelten als Verlängerung der Seitenlinien des übrigen Korpus. Bei nicht grundsätzlich rechteckigen Flächen werden diese in Teilrechtecke zerlegt. Diese werden getrennt vermessen und zum Gesamtflächeninhalt der PE aufaddiert.

Daraufhin wird der numerische Flächeninhalt ins Verhältnis zum Flächeninhalt einer Gesamtseite gesetzt. Dies ist entweder eine Printseite oder die sichtbare Bildschirmseite. Bei andersformatigen Beilagen gilt die entsprechende Seite der Beilage als Referenzgröße. Bei Messungen für Onlinemedien ist die Zoom-Einstellung „Normal“ und bei Anzeige von Menü-, Tab-, Adress- und Favoritenleiste des Browsers Mozilla Firefox (Version 27) bei einer Bildschirmauflösung von 1280x768 Pixeln zu verwenden.

Variable V14 Platzierung der Publikationseinheit nach Prominenz der Rubrik

Kodiert wird die Rubrik der Seite, auf der die Publikationseinheit erschienen ist. Ziel und Zweck dieser Variable ist nicht die Erfassung jeder Rubrik im Einzelnen. Vielmehr werden insbesondere prominente Rubriken kodiert. Andere weniger prominente Rubriken werden deshalb mit dem Code „Sonstige“ kodiert.

Der Rubrikentitel ist in den meisten Fällen in der Kopfzeile einer Printseite angegeben. Falls diese Angabe fehlt, wird die zuletzt angegebene Rubrik vor der Seite mit der Publikationseinheit kodiert.

Für Publikationseinheiten, die sich auf Startseiten von Onlinemedien befinden wird Code ,1' kodiert. Für alle anderen Online-Publikationseinheiten wird die erste Rubrik nach der Startseite/Home kodiert. Diese ist zunächst anhand der Unterverzeichnisse in der Internetadresse (URL) abzulesen. Kodiert wird das erste zuordenbare Unterverzeichnis von links. Finden sich hier keine oder nur technische Namen oder Kürzel ist die Seite selbst auf Pfadangaben zu überprüfen. Kodiert wird hier die erste Rubrikenangabe nach der Startseite/Home.

Folgende Ausprägungen dieser Variable (Codes) werden den Publikationseinheiten zugeordnet, wenn diese sich...

→Zu Code 1

...auf der Titelseite (Cover) der Hauptausgabe des Printmediums oder der Startseite eines Onlinemediums befinden.

→Zu Code 2

...in einer Rubrik befinden, welche sich auf eine mehrseitige Publikationseinheit bezieht, die bereits auf der Titel- oder Startseite angekündigt wurde. Z..B. ‚Titel‘ oder ‚Die Story‘

→Zu Code 3

...in einer Rubrik befinden, welche sich auf HIV, Aids oder Prävention beziehen. Hierzu gehören auch Rubriken, die sich auf den Welt-Aids-Tag beziehen.

→Zu Code 4

...in einer Rubrik befinden, welche Begriffe wie ‚Health‘, ‚Wellness‘ oder ‚Body‘ im Titel trägt. Ausgeschlossen sind die Rubriken, die sich gleichzeitig im Titel auch auf HIV, Aids, Prävention oder den Welt-Aids-Tag beziehen.

→Zu Code 5

...in einer Rubrik befinden, die sich nur an einen Teil des Verbreitungsgebiets richtet.

→Zu Code 6

...in einer redaktionell verantworteten Extra-Beilage des Printmedium oder in einem redaktionell verantworteten Pop-Up-Browserfenster eines Onlinemediums befinden.

→Zu Code 7

...in einer Werbe-Beilage des Printmedium oder in einem Werbe-Pop-Up- Fenster eines Onlinemediums befinden.

→Zu Code 8

...in einer Rubrik befinden, die sich auf ein Veranstaltungsprogramm im Verbreitungsgebiet beziehen. Ebenso fallen hierunter solche Rubriken, die sich auf Kleinanzeigen beziehen.

→Zu Code 9

...auf der Rückseite (Backcover) der Hauptausgabe des Printmediums befinden.

→Zu Code 10

...in einer Rubrik befinden, deren Bezeichnung keinem der obigen Codes zu zuordnen ist.

→Zu Code 99

...auf einer Seite befinden, deren Rubrikenangabe nach den obigen Kodieranweisungen nicht aufzufinden ist und damit keinem der vorstehenden Codes zu zuordnen ist.

Variable V15 Journalistische Darstellungsform

Kodiert wird die Form der Darstellung des Textteils der Publikationseinheit. Dabei ist es nicht erheblich, ob die Publikationseinheit insgesamt dem ‚Journalismus‘ als System öffentlicher Kommunikation zugerechnet wird (vgl. Variable V02).

→Zu Code 1

‚**Meldung**‘ / ‚**Nachricht**‘ / ‚**Bericht**‘ sind Darstellungsformen, bei denen es sich um einen überwiegend aktuellen Tatsachenbericht über Ereignisse, Sachverhalte und/oder Argumente handelt.

→Zu Code 2

‚**Reportage**‘: Tatsachenbetonter, persönlich gefärbter Erlebnisbericht.

‚**Feature**‘: Ausführlicher Bericht über die (technische) Funktionsweise eines Gegenstandes, der durch abwechselnd fachliche/theoretische und angewandte/lebensnahe Abschnitte gekennzeichnet ist.

‚**Glossar**‘: Begriffe, Vorgänge etc. werden stichpunktartig erläutert.

‚**Dokumentation**‘: Hier werden externe Texte ganz oder in Ausschnitten in derselben Untersuchungseinheit unkommentiert abgedruckt.

→Zu Code 3

‚**Interview**‘: Eine oder mehrere Personen werden durch Journalisten befragt. Frage und Antwort sind klar unterscheidbar.

→Zu Code 4

‚**Glosse** / **Karikatur** / **Witz**‘: Ironie bzw. Satire sind kennzeichnend für diese Darstellungsform, ebenso eine zugespitzte Meinungsäußerung.

→Zu Code 5

‚**Leserbrief**‘ / **Userkommentar**: Veröffentlichung von eingesandten, schriftlich geäußerten Lesermeinungen.

→Zu Code 6

„Fiktive Darstellungsformen/Literarische Gattungen“: Hierzu gehören Gedichte, Prosa etc.

→Zu Code 7

Steht die Meinung des Autors bewusst im Vordergrund der Publikationseinheit, wird in der Regel dieser Code vergeben. Insbesondere bei folgenden Darstellungsformen:

„Kommentar“: Konkrete Meinungsäußerung durch einen klar gekennzeichneten Autor. (Nicht „Rezension“ oder „Glosse / Karikatur / Witz“)

„Rezension“: Kunstwerke wie Bücher, Aufsätze, Bilder, Filme, Ausstellungen etc. werden besprochen und bewertet.

→Zu Code 8

„Sonstiges“: Alle Darstellungsformen, die nicht auf die oberen Ausprägungen passen.

→ Falls dieser Code vergeben wurde, bitte die sonstige journalistische Darstellungsform in der Sondervariable V15_8a als offenen String [Textfeld] kodieren!

→Zu Code 99

„Keine journalistische Darstellungsform“: Im Textteil der Publikationseinheit findet sich keine journalistische Darstellungsform. Dieser Code wird insbesondere dann vergeben, wenn der Textteil zu kurz ist, um eine solche Form der Darstellung auszumachen. Ebenfalls wird dieser Code vergeben, wenn kein Textteil in der PE vorhanden ist.

Variable V16 Werbeformat (getrennt in Format und Gestaltung)

Wurde bei V02 der „Code 2“ (Werbung) kodiert, wird diese Variable kodiert! Bis auf den letzten (Ausschluss-)Code 99 handelt es sich um Werbeformate, deren Format und Gestaltung klar von journalistisch-redaktionellen Inhalten getrennt sind.

→Zu Code 1 Werbeanzeige / Banner

Publikationseinheit ist in die Gesamtseite eingefasst. Im Printbereich werden hier auch ganzseitige Anzeigen kodiert, wenn die Papierqualität den übrigen Seiten des Mediums gleicht.

→Zu Code 2 Vorgelagertes Werbeformat

Der Titel- bzw. Startseite vorgelagertes, -geheftetes bzw. geklebtes Werbeformat.

Beispiele: Der Titelseite vorgeklebtes, teilüberdeckendes Format (Print), Layer Ads auf der Startseite (Online).

→Zu Code 3 Einheftungen / Einblendungen

Die Publikationseinheit ist (zunächst) mit dem Medium verbunden, kann jedoch manuell entfernt werden. Die PE erscheint in unterschiedlichem Format und/oder Qualität als die übliche Seite.

Beispiele: Eingehaftete Postkarten (Print), Layer Ads, die nicht auf der Startseite auftreten (Online).

→Zu Code 4 Unterbrecherwerbung

Ähnlich wie bei Code 3, jedoch ist die Publikationseinheit nicht mit dem Medium verbunden. Die Rezeption der Werbung unterbricht bzw. überlagert die Rezeption des Mediums zeitweise vollständig.

Beispiele: Eingelegte Werbebeilagen (Print), Vollbild-Pop-Ups (Online)

→Zu Code 5 Redaktionell gestaltete Anzeige/Banner / Advertorial

In ihrem Format, ihrer Gestaltung und/oder der Formulierung ihrer textlichen Elemente weist die Publikationseinheit einen journalistisch-redaktionellen Charakter auf. Dazu zählen z.B. Überschrift und Unterüberschrift, Text in Block- und Spaltensatz oder Textmenge überwiegt visuell-grafische Elemente. Die PE dient jedoch einzig einem werbenden Zweck und wird gemäß den meisten Landespressegesetzen mit dem Wort „Anzeige“ gekennzeichnet.

→Zu Code 6 Product- oder Service-Placement

Im ansonsten deutlich redaktionellgeprägten Text wird ein bestimmtes käufliches Produkt oder eine Dienstleistung (kommerziell oder nicht-kommerziell) genannt oder beschrieben.

→Zu Code 7 Sponsoring von redaktionellem Beitrag / Markenplacement

Die Publikationseinheit ist weit überwiegend journalistisch-redaktionellen Charakters, jedoch sind innerhalb der Publikationseinheit Institutionen oder Personen als Sponsoren des Themas (z.B. das veröffentlichende Medium ist Medienpartner eines Dritten) oder des Mediums als solchem kenntlich gemacht (z.B. durch Logi oder Namensnennung).

→Zu Code 8 Wettbewerb/Versteigerung

Die Redaktion des Mediums kündigt einen Wettbewerb, eine Versteigerung, ein Preisausschreiben oder ähnliches an. Die ausgelobten Produkte werden mit ihrem Markennamen genannt.

→Zu Code 9 Sonstiges

Publikationseinheit, die ein sonstiges Werbeformat aufweist (nicht Code 1 - 8)

→Falls dieser Code vergeben wurde, bitte das sonstige Werbeformat in der Sondervariable V16_9a nennen bzw. kurz beschreiben [Textfeld]!

→Zu Code 99 Kein Werbeformat vorhanden

Die Publikationseinheit weist keinerlei werbende Inhalte auf.

Variable V17 Art des beworbenen Objekts**→Zu Code 1 Produkt**

Es wird in der Publikationseinheit ein Produkt bzw. materieller Gegenstand beworben.

→Zu Code 2 Dienstleistung

Hierbei wird in der Publikationseinheit ein immaterielles Gut beworben, das eine Leistung darstellt, die dem potentiellen Kunden nützlich sein soll.

→Zu Code 3 Unternehmen

Hierbei wird weder ein Produkt noch eine konkrete Dienstleistung beworben, sondern ein Unternehmen als Ganzes. Handelt es sich um die Bewerbung einer Marke, die sowohl ein bestimmtes Produkt als auch den Hersteller (Unternehmen) als solches bezeichnen kann (Imagewerbung), wird dieser Code ‚Unternehmen‘ vergeben.

→Zu Code 4 Sonstiges

In der Publikationseinheit wird ein anderes Objekt als ein Produkt, eine Dienstleistung oder ein Unternehmen beworben.

Variable V18 Personalisierung

Stehen eine oder mehrere Personen jeweils einzeln mit persönlichen Informationen im Zentrum der Darstellung, wird ‚Code 1‘ kodiert. Persönliche Informationen können z.B. sowohl geäußerte Ansichten als auch Angaben zur Person (wie z.B. Berufsbezeichnungen) sein.

Bei grafisch-visueller Darstellung von Personen kommt es darauf an, ob die Person/en mit Eigennamen genannt werden. Dazu sind Bildbeschriftungen zu überprüfen.

Variable V19 Schwarz/weiß oder Farbe

Kommt in der Publikationseinheit mehr als die Farbe schwarz auf weißem Hintergrund vor, wird hier Code ‚2 Bunt‘ kodiert.

Variable V20 Bilder vorhanden

Es wird kodiert, ob zur Publikationseinheit Bilder (Fotos, Zeichnungen etc., NICHT grafisches Informationselement) gehören. Dabei sind gemeinsame Rahmung bzw. sonstige Kennzeichnungen des Zusammengehörens zu beachten. Das vom Bild Dargestellte sowie die Bildunterschriften geben ebenfalls Hinweise.

Befinden sich Bilder teilweise oder vollständig im Hintergrund von anderen Elementen der PE, gilt dieses im Sinne dieser Variable nur dann als ‚Vorhanden‘, wenn das auf ihm Dargestellte ohne größere Mühen noch zu erkennen ist. Befindet sich ein in diesem Sinne erkennbares Bild im Hintergrund mehrerer Publikationseinheiten der Grundgesamtheit, wird das Bild nur der größten Publikationseinheit zugerechnet.

Befindet sich ein solches Bild auch im Hintergrund anderer Publikationseinheiten, die nicht der Grundgesamtheit angehören, wird das Bild nur der (größten) Publikationseinheit zugerechnet, wenn im Bild selbst kein klarer Hinweis auf die Zugehörigkeit zur PE vorhanden ist. (→Insbesondere bei Titelseiten zu beachten!)

Variable V21 Anzahl der Bilder

Falls Bilder vorhanden sind, wird hier die Anzahl dieser Bilder als offene, zweistellige, numerische Variable kodiert.

Variable V22 Grafisches Informationselement(e) vorhanden

Es wird kodiert, ob zur Publikationseinheit grafische Informationselemente gehören oder nicht. Zusammengehörigkeit ist nach den gleichen Merkmalen wie bei Bildern zu erkennen (vgl. Variable V20).

Variable V23 Anzahl der grafischen Informationselemente

Falls Informationselemente vorhanden sind, wird hier die Anzahl der Infografiken als offene, zweistellige, numerische Variable kodiert.

Variable V24 Verhältnis Bild- zu Textteil

Hier wird das Verhältnis der Flächeninhalte zwischen bildlichen Elementen (Fotos, grafisch-visuelle Elemente) und textlichen Elementen kodiert. Liegt ein bildliches hinter einem textlichen Element oder nicht-deckend über dem Text, so wird die betroffene Fläche derjenigen Seite hinzugerechnet, die im Vordergrund liegt. Die beiden errechneten Flächeninhalte werden verglichen. Zur Messung gelten die gleichen Grenzbestimmungen wie bei der Berechnung des Gesamtflächeninhalts der Publikationseinheit bei Variable V13.

Hinweis: Als textliche Elemente gelten für diese Variable alle schriftlichen Elemente (auch ohne Satzstruktur). Damit weicht diese Definition von der satzstrukturbasierten Definition der Variable V12 ab.

Auf Grund von leichten Schwankungen der Messwerte gilt folgende Regel: Beträgt der kleinere Flächeninhalt 90% oder mehr des größeren Flächeninhalts, so wird auch ‚Code 2‘ (Ausgewogen) kodiert.

Variable V25 Verlinkung/Internetadresse vorhanden

Direkt-Verlinkungen in Online-Publikationseinheiten sowie die Angabe einer Internetadresse (URL) oder eines QR-Codes in Print-Publikationseinheiten wird hier kodiert. Dabei ist zu unterscheiden, ob die Verlinkung/Internetadresse zu einem Angebot führt, das von der/den gleichen Personen/Institutionen (mit-)verantwortet wird, wie die Publikationseinheit selbst. Eine Mitverantwortung des Autors der Analyseeinheit für das verlinkte Angebot reicht aus, um ‚Code 2‘ (Eigenverlinkung) zu kodieren.

‚Code 3‘ (Fremd- und Eigenverlinkungen) kann nur bei Vorhandensein von mindestens zwei Verlinkungen/Internetadressen kodiert werden.

Variable V26 Redaktioneller Kontext ‚HIV/Aids‘ vorhanden (vgl. Porlezza 2014: 234)

Grundsätzlich erfasst diese Variable das redaktionelle Umfeld auf derselben (Bildschirm-)Seite bzw. der gleichen und der direkt gegenüberliegenden Magazinseite (nur bei Printmedien). Ein redaktionelles Umfeld ist demnach vorhanden, wenn auf den angegebenen Seiten mind. eine weitere Publikationseinheit aus der Grundgesamtheit vorhanden ist, die unter der Variable V02 mit dem Code „Journalismus“ kodiert wurde.

Alle Publikationseinheiten können demnach ein redaktionelles Umfeld haben, egal aus welchem System öffentlicher Kommunikation sie stammen (Journalismus oder Werbung, vgl. Variable V02).

Variable V27 Stärke des redaktionellen Bezugs (vgl. Porlezza 2014: 234f.)

Ein ‚starker redaktioneller Bezug‘ besteht, wenn die zu kodierende Publikationseinheit und die weitere journalistische Publikationseinheit dieselben Unternehmen, Produkte oder Dienstleistungen oder Teile davon und/oder dieselben Unterthemen von HIV/Aids kommunizieren. Sind es nicht dieselben Objekte oder Unterthemen, wird ‚schwacher redaktioneller Bezug‘ kodiert.

Inhaltliche Variablen

Variable V28 Stellenwert von HIV / Aids innerhalb der Publikationseinheit

Es wird kodiert, ob HIV und Aids in der Publikationseinheit als Haupt- oder als Nebenthema auftreten. Ein Hauptthema ist das Thema, welches am meisten Raum in der PE einnimmt. Weitere Indikatoren, um das Hauptthema zu identifizieren, finden sich in Überschrift bzw. Dach- oder Unterzeile (vgl. Rössler 2010: 138). Als Nebenthema gelten HIV und Aids immer dann, wenn ein anderes Thema (ohne direkten Bezug zu HIV und Aids) Hauptthema ist.

Ein Thema stellt ein „hierarchisches Netzwerk“ (ebd.: 123) von Sachverhalten dar, so dass die folgenden Unterthemen (V29-V45) die erste Differenzierungs-Stufe des gesellschaftlichen Feldes ‚HIV und Aids‘ darstellen. Ein Sachverhalt, und damit das durch ihn implizierte Thema, wird im Sinne dieser Studie durch mind. eine Aussage als gegeben angesehen. Diese Aussage muss nicht in klassischer Satzstruktur vorliegen. Ein klassischer Werbeclaim (wie z.B. „Führend in der HIV-Therapie“) kann bereits in Verbindung mit dem Autor oder dem Werbeobjekt der Publikationseinheit eine Aussage im Sinne dieser Studie darstellen.

Finden sich in der Publikationseinheit lediglich die Abkürzungen ‚HIV‘ und/oder ‚Aids‘ aber keine damit verbundenen Sachverhalte (Aussagen), wird lediglich „Nur Nennung“ kodiert.

Variablen V29-45 Unterthemen von HIV und Aids in der Publikationseinheit

In diesen Kategorien (V29 bis V45) werden die Unterthemen von HIV und Aids erfasst (vgl. Rogers et al. 1991: 19, eigene Ergänzungen), unabhängig davon, ob HIV und Aids als Haupt- oder als Nebenthema kodiert wurden. Wenn HIV und Aids nur als Nebenthema in der Publikationseinheit auftreten, werden ausschließlich die Unterthemen als vorhanden kodiert, die sich im entsprechenden Abschnitt finden, in dem auch HIV/Aids thematisiert ist.

Veranstaltungsankündigungen werden nach dem jeweiligen Thema der Veranstaltung kodiert. Treffen die folgend angegebenen Bedingungen nicht zu, wird jeweils das Unterthema als ‚Nicht vorhanden‘ kodiert. Eine bloße Nennung im Textteil reicht nicht aus. Es muss sich um mindestens einen vollständigen Satz handeln. Bei visuell-grafischen gilt eine analoge Regel: Ein entsprechendes Symbol muss klar erkennbar sein und mind. 20% der Fläche des gesamten

visuell-grafisch gestalteten Bereichs der Publikationseinheit einnehmen, um ein Unterthema zu symbolisieren und hier kodiert werden zu können.

Variable V29 Unterthema ‚Personen des öffentlichen Lebens mit HIV oder Aids‘

Wenn HIV-positive Personen des öffentlichen Lebens thematisiert werden, wird diese Unterkategorie als ‚Vorhanden‘ kodiert.

Variable V30 Unterthema ‚Epidemiologische Entwicklung‘

Wenn statistische Fakten über die Ausbreitung von HIV und Aids thematisiert werden, wird diese Unterkategorie als ‚Vorhanden‘ kodiert.

Variable V31 Unterthema ‚Wissenschaftl. Forschung insb. zur ART‘ (Nicht Epidemiologie)

Wenn wissenschaftliche Forschung insbesondere zur anti-retroviralen Therapie (ART) im Besonderen thematisiert werden, wird diese Unterkategorie als ‚Vorhanden‘ kodiert.

Variable V32 Unterthema ‚Anwendung der ART‘

Wenn die Anwendung der anti-retroviralen Therapie der HIV-Infektion thematisiert wird, wird diese Unterkategorie als ‚Vorhanden‘ kodiert. Dabei kann es sich sowohl um die ‚klassische‘ Anwendung zur Behandlung der HIV-Infektion im Sinne von sekundärer Prävention handeln als auch um die Anwendung zur Erreichung bzw. Erhaltung des Stadiums der Nicht-Infektiösität des HIV-Infizierten im Sinne der primären Prävention (Verhinderung weiterer HIV-Neuinfektionen).

Variable V33 Unterthema ‚Präventionsmaßnahmen‘ (nicht ART)

Wenn Methoden und Maßnahmen zur primären, sekundären und/oder tertiären HIV- und Aids-Prävention thematisiert werden, wird diese Unterkategorie als ‚Vorhanden‘ kodiert. Eine Liste der relevanten Präventionsmaßnahmen, deren Thematisierung hier kodiert wird, findet sich unter Variable V46. Davon ausgenommen wird die ART, die bereits in Variable V32 kodiert wird.

Die bloße Nennung einer Maßnahme (wie z.B. des Kondoms, vgl. Variable V31) führt nicht automatisch zur Kodierung von ‚Vorhanden‘. Ihre Präventionsfunktion muss in der Publikationseinheit mindestens thematisiert werden (z.B. „Kondome schützen!“).

Variable V34 Unterthema ‚Aufklärung / Kampagnen‘

Werden Aufklärung und Informationsvermittlung sowie Kampagnen im Bereich HIV und Aids thematisiert, wird dieses Unterthema als ‚Vorhanden‘ kodiert. Wichtig für die Abgrenzung zur Variable V33: Es wird hier nicht kodiert, ob Präventionsmaßnahmen thematisiert werden (dies kodiert bereits Variable V33). Es wird vielmehr kodiert, ob Informationsvermittlung selbst thematisiert wird. Gleiches gilt für den Bereich Kampagnen: Für die Kodierung dieses Unterthemas als ‚Vorhanden‘ reicht es nicht aus, dass eine Publikationseinheit teil einer Aufklärungskampagne ist. Sie muss viel mehr die Kampagne selbst thematisieren. Dies wäre z.B. der Fall, wenn in einem journalistischen Artikel eine Präventionskampagne kriti-

siert wird, oder in einer Werbeanzeige der bevorstehende Relaunch einer Kampagnenwebsite angekündigt wird.

Variable V35 Unterthema ‚Infektionswege / Umstände‘

Werden die Möglichkeiten der HIV-Transmission (Infektionswege) und/oder deren konkrete Umstände thematisiert, wird dieses Unterthema als ‚Vorhanden‘ kodiert.

Variable V36 Unterthema ‚Gesundheitliche Folgen der HIV-Infektion und der Aids-Erkrankung‘

Wenn Folgen der HIV-Infektion oder der Aids-Erkrankung für die Gesundheit thematisiert werden, wie z.B. opportunistische Infektionen, Depressionen oder die Interaktion von HIV und Aids mit anderen (Geschlechts-)Krankheiten etc., wird diese Unterkategorie als ‚Vorhanden‘ kodiert. Nebenwirkungen der ART werden hier nicht kodiert.

Variable V37 Unterthema ‚(Anti-)Diskriminierung / (Ent-)Stigmatisierung / (Ent-)Kriminalisierung / Solidarität‘

Wenn z.B. Diskriminierung von Menschen mit HIV oder Aids und/oder Bemühungen diese Diskriminierung abzubauen, HIV und Aids zu entstigmatisieren und/oder zu entkriminalisieren, thematisiert werden, wird diese Unterkategorie als ‚Vorhanden‘ kodiert. Ein Beispiel wäre die Verweigerung von medizinischer Unterstützung. Symbole für die Solidarität mit den von HIV und Aids betroffenen Menschen, wie z.B. die rote Aidsschleife, thematisieren ebenfalls dieses Unterthema.

Variable V38 Unterthema ‚nicht-staatliche Hilfsmaßnahmen für (potentiell) Betroffene‘

Wenn Aktivitäten thematisiert werden, die *nicht* von staatlichen Stellen unternommen werden (wie z.B. Freiwilligen-Arbeit, Hilfsprojekte- bzw. vereine), wird diese Unterkategorie als ‚Vorhanden‘ kodiert. Aufklärungskampagnen fallen nicht hierunter, es sei denn es handelt sich z.B. um bestimmte Maßnahmen der Vor-Ort-Arbeit im Rahmen einer Kampagne (z.B. HIV-Tests im Rahmen einer Kampagne).

Variable V39 Unterthema ‚Benefiz-Veranstaltungen und Spendensammlungen‘

Wenn Benefizveranstaltungen (wie z.B. Charitygalas, Solidaritätskonzerte etc.) oder direkte Spendensammelaktionen berichtet werden, wird diese Unterkategorie als ‚Vorhanden‘ kodiert.

Variable V40 Unterthema ‚Welt-Aids-Tag (WAT)‘

Wird der Welt-Aids-Tag 2013 oder der Gedenktag generell thematisiert, wird dieses Unterthema als ‚Vorhanden‘ kodiert.

Variable V41 Unterthema ‚Politische Maßnahmen und Aktionen‘ (nicht WAT)

Werden politische Maßnahmen der Regierung (bzw. sonstiger staatlicher Stellen) wie z.B. Sexualerziehung an Schulen oder Budget-Entscheidungen im Zusammenhang mit HIV und Aids thematisiert werden, wird diese Unterkategorie als ‚Vorhanden‘ kodiert.

Variable V42 Unterthema ‚Ethische oder rechtliche Fragen‘

Wenn moralische Fragen, verantwortungsvolles/-loses Verhalten oder rechtliche Fragen im Zusammenhang mit HIV und Aids thematisiert werden, wird diese Unterkategorie als ‚Vorhanden‘ kodiert. Beispiele für diese Unterkategorie sind: die Frage, ob die HIV-Infektion als Gottes Strafe anzusehen ist oder die Rolle von Bürgerrechten. Auch die Frage nach der Verantwortung für die Anwendung von Präventionsmitteln zwischen Sexpartnern fällt in diese Kategorie.

Variable V43 Unterthema ‚Human Interest‘

Wenn HIV-infizierte oder an Aids erkrankte Menschen so als Opfer darstellt werden, dass der Eindruck beim Lesen entsteht, die dargestellte(n) Person(en) sei(n) einem persönlichem bekannt, wird diese Unterkategorie als ‚Vorhanden‘ kodiert.

Variable V44 Unterthema ‚kommerzielle Angebote‘

Wenn in der Publikationseinheit Produkte oder Dienstleistungen im Zusammenhang mit HIV und Aids thematisiert werden, die einem kommerziellen Interesse dienen, wird dieses Unterthema als ‚Vorhanden‘ kodiert. Darunter fallen z.B. ärztliche Dienstleistungen, es sei denn, diese werden ohne Vergütung und außerhalb bestehender Gesundheitssysteme angeboten (z.B. Behandlung HIV-positiver Migrant_innen* ohne Papier und/oder Aufenthaltsstatus).

Variable V45 Sonstige Unterthemen

Wenn Unterthemen von HIV und Aids in der Publikationseinheit auftauchen, die sich nicht den oberen 16 Unterthemen zuordnen lassen, erfolgt hier eine kurze Beschreibung des neuen Unterthemas als offener String.

Variablen V46-50 Informationen bzgl. individuellen Verhaltens im Zusammenhang mit HIV und Aids

Unter den folgenden drei Informationsbereichen sind (anders als bei Unterthemen) die Aussagen in der Publikationseinheit zu verstehen, die Informationen zur Ermöglichung individuellen Verhaltens bzw. dessen Änderung enthalten. Ein Informationsbereich wird als ‚Vorhanden‘ kodiert, so bald ein Minimum an entsprechenden ‚individuell anwendbaren‘ Informationen in der Publikationseinheit enthalten ist. Die Aussagen müssen dabei nicht in Form einer Aufforderung formuliert sein. Zentral ist lediglich, dass in den Aussagen eine logische Verknüpfung zwischen individuellen Handlungsoptionen und Auswirkungen dieser Optionen vorhanden sein muss. Beispielsweise wäre die Darstellung von Kondomgebrauch und dessen Auswirkung der Nicht-Infektion mit HIV eine solche Aussage.

Variable V46 Informationsbereich ‚Präventionsmaßnahmen / Ansteckungswege‘

Der Informationsbereich „Prävention / Ansteckungswege“ wird als ‚Vorhanden‘ kodiert, wenn mindestens einer der folgenden Aspekte mit in konkrete individuelle Handlungen umsetzbaren Informationen ausgestaltet ist:

- Ansteckungswege allgemein
- Safer Sex allgemein
- Benutzung von Kondomen
- Nicht-Infektiosität unter funktionierender ART
- Beschneidung des männlichen Gliedes
- ART (inkl. ‚Treatment as Prevention‘)
- Prä- oder Postexpositionsprophylaxe (zukünftig ggf. Impfung)
- Andere sexuell übertragbare Krankheiten behandeln/heilen
- Enttabuisierung von Themen wie Sex, HIV und Aids, Safersex
- HIV-Test
- Behandlung von opportunistischen Infektionen / sonstigen Symptomen der HIV-Infektion bzw. der Aids-Erkrankung
- Unterlassung von risikoreichen Sexualpraktiken
- Monogame Lebensführung
- Sexuelle Enthaltsamkeit
- Tragen von Schutz-Kleidung, wie z.B. Handschuhen
- Unterlassung des Teilens von intravenösem Drogenbesteck
- Maßnahmen vor oder während der Schwangerschaft

Variable V47 Informationsgehalt Präventionsmaßnahmen / Ansteckungswege

Für den Informationsbereich „Prävention / Ansteckungswege“ wird der Informationsgehalt differenziert auf einer 3-stufigen Skala (‚Groß‘, ‚Mittel‘ und ‚Gering‘) erfasst:

‚Groß‘ ist der Informationsgehalt, wenn mindestens drei der oben genannten Informationsaspekte mit entsprechenden Aussagen vorkommen.

‚Mittel‘ ist der Informationsgehalt, wenn zwei der oben genannten Informationsaspekte entsprechenden Aussagen vorkommen.

‚Gering‘ ist der Informationsgehalt, wenn nur einer der genannten Informationsaspekte entsprechenden Aussagen vorkommt.

Variable V48 Stufen der Prävention (überwiegend im Vordergrund)

Es wird erfasst, welcher der drei Präventionsstufen (primär, sekundär, tertiär) die erwähnten Maßnahmen mehrheitlich dienen. Dabei muss sich für die Kodierung an dem im Fokus der Publikationseinheit stehenden zu verhütenden Ereignisses orientiert werden.

Die **Infektion mit dem HI-Virus** ist das zu verhütende Ereignis der **primären Prävention**.

Das **Nicht-Funktionieren einer ART** bei HIV-positiven Menschen (im Sinne einer Viruslast oberhalb der technischen Nachweisgrenze) und/oder die Ausprägung des **Vollbilds Aids** ist das zu verhütende Ereignis der **sekundären Prävention**.

Der **Tod** bzw. die **Verschlechterung des sonstigen Gesundheitszustandes** des Aids-Patienten ist das zu verhütende Ereignis der **tertiären Prävention**.

In Zweifelsfällen wird die jeweils niedrigere Präventionsstufe kodiert.

Variable V49 Informationsbereich ‚Psychologische, soziale, finanzielle und medizinische Beratung bzw. Hilfe‘

Werden Informationen zu individuellen psychologischen, sozialen, finanziellen oder medizinischen Beratungs- oder Hilfsmöglichkeiten in der Publikationseinheit gegeben, die es dem Rezipienten ermöglichen mindestens mit entsprechenden Stellen Kontakt aufzunehmen, wird diese Unterkategorie als ‚Vorhanden‘ kodiert. Wenn der Name der Institution oder Gruppe und ihre Beratungs- oder Hilfsangebote genau benannt werden, wird diese Unterkategorie ebenfalls als ‚Vorhanden‘ kodiert.

Variable V50 Informationsbereich ‚Politisches Engagement / Ehrenamtliches Engagement / Spendenmöglichkeiten‘

Werden Informationen über die Möglichkeit zu politischem oder ehrenamtlichem Engagement oder Spendenmöglichkeiten in der Publikationseinheit gegeben, die mindestens die Kontaktaufnahme mit den entsprechenden Institutionen oder Gruppen ermöglichen, wird diese Unterkategorie als ‚Vorhanden‘ kodiert. Dazu zählen neben der Veröffentlichung von Kontaktdaten (Post, E-Mail, Telefon etc.) oder Kontonummern bereits auch die genaue Nennung des Namens der Institution oder Gruppe und der dort vorhandenen Möglichkeit zu ehrenamtlichem Engagement bzw. der Spendensammeltätigkeit.

Variable V51 Zielgruppe homosexuelle/schwule Männer

Wird innerhalb der Publikationseinheit die Gruppe der homosexuellen oder schwulen Männer angesprochen durch Symbole und/oder (auch synonyme) Erwähnung (z.B. durch die „schwule Community“ oder die Darstellung der Regenbogenflagge/-farben etc.), so wird die Zielgruppe als „Angesprochen“ kodiert.

Variablen V52-V54 Unterscheidung der Adressaten nach Risikogruppe

Variable V52 Unterscheidung der Adressaten der Publikationseinheit nach Risikogruppen

Hier wird kodiert, ob Risikogruppen der Publikationseinheit unterschieden werden. Wird mindestens eine Risikogruppe nach WHO-Klassifikation explizit erwähnt, so wird ‚Erkennbar‘ kodiert.

Variable V53 Risikogruppe MSM

Kodiert wird, ob die Risikogruppe der Männer, die Sex mit Männern haben, erwähnt wird.

Variable V54 Andere Risikogruppe

Dazu zählen folgende andere Risikogruppen (nach WHO): Intravenös Drogengebrauchende (IVD), Hämophile und Empfänger von Bluttransfusionen (Hämo/Trans), Menschen mit ausschließlich heterosexuellen Kontakten, außer Personen aus HPL (Hetero), Menschen aus

Hoch-Prävalenz-Ländern (HPL), Menschen, die sich prä- oder postnatal infiziert haben (PPI) sowie Menschen, bei denen der Infektionsweg unbekannt ist (Unbekannter Infektionsweg).

Variable V55 Emotionsfärbung

Es wird der Emotionsgehalt der Publikationseinheit auf einer 3-stufigen Skala sowie zweier Rest-Ausprägungen kodiert. Der Emotionsgehalt ist zu unterscheiden nach **überwiegend positiven** Emotionen, einem **ausgewogenen Anteil positiver wie negativer Emotionen**, sowie **überwiegend negativer** Emotionen. Ist die Publikationseinheit ausschließlich sachlich, ohne jeden Bezug zu Emotionen verfasst, wird **Keine Emotionen vorhanden / Nicht erkennbar** ebenso kodiert, wie wenn offensichtlich vorhandene Emotionen nicht durch ‚positiv vs. negativ‘ unterschieden werden können.

Als Emotionen bzw. emotionale Bezüge gelten explizite Ausdrücke für Freude, Liebe, Hoffnung, Mitleid, Sympathie, Gemeinschaftsgefühl, Stolz, Verliebtheit, Lust, Trauer, Hass, Enttäuschung, Eifersucht, Neid, Verzweiflung, Angst, Ärger, Wut, Scham, Ekel, Schuldgefühle usw. Dabei ist es unerheblich, ob dies durch den Autor der Publikationseinheit selbst oder durch zitierte Personen geschieht. Für zur Publikationseinheit gehörende Bilder muss sich der Kodierer insbesondere an den Gesichtsausdrücken dargestellter Personen und der Bildunterschrift orientieren.

Vorherfragebogen



Bildschirmseite 01
Startseite

Filterinformation

Durch Klicken auf die Worte "schwulen Medien" in der Überschrift öffnet sich eine webseiteninterne Infobox (Breite 370px, Höhe entsprechend Inhalt) mit der folgenden Begriffserklärung:

"Der Begriff 'schwule Medien' bezeichnet in dieser Studie solche Medien, die sich insbesondere an schwule Männer richten. Dies muss jedoch nicht ihre einzige Zielgruppe sein."

Herzlich Willkommen beim Forschungsprojekt zur Wirkung von schwulen Medien auf ihre Zielgruppe!

Vielen Dank, dass Sie sich die Zeit nehmen, diesen Fragebogen zu beantworten!

Die Befragung führe ich im Rahmen meiner Promotion bei Prof. Dr. Armin Scholl am Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität Münster durch.

Ziel der Befragung ist es, wissenschaftlich zu untersuchen, wie bestimmte Informationen in diesen Medien genutzt werden und wie diese wirken.

Das Projekt umfasst zwei Befragungen: Die erste jetzt. Eine zweite Mitte Dezember 2013. Dazu registrieren Sie sich bitte heute am Schluss mit Ihrer E-Mail-Adresse!

Die Teilnahme am heutigen Fragebogen dauert etwa 15min. Dabei ist eingerechnet, dass Sie sich genügend Zeit nehmen können, um die einzelnen Fragen und Antwortmöglichkeiten in Ruhe durchzulesen.

Informationen zum Datenschutz

(Link öffnet in neuem Fenster)

Popup 01
Datenschutz**Filterinformation**

Durch Klicken auf die Worte "Informationen zum Datenschutz" auf der Startseite öffnet sich das nachfolgend dokumentierte Popup (640px X 530px) mit den für die Befragung geltenden Datenschutzregeln.

Informationen zum Datenschutz

1. Die von Ihnen gemachten Angaben werden vertraulich und nur zum Zwecke der angegebenen Forschung im Rahmen meiner Doktorarbeit verwendet. Die Daten werden nicht an Dritte weitergegeben.
2. Die Teilnahme ist selbstverständlich freiwillig und kann jederzeit unterbrochen werden.
3. Es werden durch uns keine IP-Adressen aufgezeichnet.
4. Alle Daten werden auf Servern gespeichert, die in Deutschland stehen. Das Rechenzentrum steht unter der Aufsicht des Hosters Hostloco. Dort ist der Server entsprechend gängiger Standards gegen den Zugriff Dritter geschützt.
5. Wir erfragen von Ihnen weder Namen, Postadresse noch Telefonnummern.
6. Um sich für die Nachbefragung zu registrieren, müssen Sie lediglich Ihre Email-Adresse angeben. Nur so ist es uns möglich, Sie auch zur Nachbefragung Mitte Dezember einzuladen.
7. Ihre E-Mail-Adresse wird getrennt von Ihren Angaben aus den Fragebögen in einer separaten Adressdatenbank gespeichert. Diese dient ausschließlich zur Versendung der Einladungen zur Nachbefragung. Gemäß den geltenden Datenschutzgesetzen werden wir eine Zusammenführung der E-Mail-Adressen mit den Befragungsdaten unter keinen Umständen vornehmen.
8. Alle im Rahmen dieses Forschungsprojekts gespeicherten E-Mail-Adressen werden nach Abschluss der Nachbefragung im Dezember endgültig gelöscht.

Bildschirmseite 02
Sexualität

Im Zentrum dieser Studie stehen Medien, die sich insbesondere an schwule Männer richten, so genannte **schwule Medien**. Diese wenden sich oft aber nicht nur an diese Gruppe. In diesem Zusammenhang möchten wir Ihnen zu Beginn zwei Fragen zu Ihrer **sexuellen Orientierung** stellen.

1. Wie würden Sie selbst Ihre sexuelle Orientierung definieren?**Ich bin...**

- ☐ Heterosexuell
- ☐ Schwul oder Homosexuell
- ☐ Bisexuell
- ☐ Andere Bezeichnung, und zwar [_____]
- ☐ Ich definiere meine sexuelle Orientierung nicht.
- ☐ -Keine Angabe-

2. Unabhängig davon, wie sie sich selbst definieren, wie häufig hatten Sie in den letzten 12 Monaten Sex mit einem Mann?

- ☐ Nie
☐ Nur 1 mal
☐ Mehr als 1 mal
☐ -Keine Angabe-

Bildschirmseite 03

Wissen

Itemrotation

Die Reihenfolge der Items in Frage 3 und in Frage 4 rotierte zufällig.

Ein häufiges Thema in schwulen Medien ist HIV und Aids. Als Einleitung zwei Fragen dazu.

3. Wir möchten gerne von Ihnen wissen, ob folgende Aussagen RICHTIG oder FALSCH sind!

Fett gedruckte Worte verdeutlichen den Kern einer Aussage. Diese kann dabei richtig oder falsch sein. Bitte achten Sie also auf die genaue Formulierung, und entscheiden Sie dann: Richtig oder Falsch?

	Richtig	Falsch	Weiß nicht
Eine effektive Behandlung einer HIV-Infektion reduziert nicht das Risiko einer HIV-Übertragung.	☐	☐	☐
Medikamente können eine HIV-Infektion in Schach halten, so dass die Auswirkung der Infektion viel geringer ist.	☐	☐	☐
Es gibt derzeit kein Heilmittel gegen HIV.	☐	☐	☐
Es gibt keinen medizinischen Test, der zeigen kann, ob man HIV hat oder nicht.	☐	☐	☐
Aids und HIV sind nicht das Gleiche, sondern Aids kann eine Folge einer un- behandelten HIV-Infektion sein.	☐	☐	☐
Man kann am äußeren Erscheinungsbild erkennen, ob jemand HIV hat oder nicht.	☐	☐	☐

4. Und nun zu den Übertragungsmöglichkeiten des HI-Virus: Geben Sie dazu bitte an, ob folgende Aussagen RICHTIG oder FALSCH sind!

Bitte achten Sie erneut auf die genaue Formulierung!

	Richtig	Falsch	Weiß nicht
Für die Übertragung von HIV spielen weitere vorhandene sexuell übertragbare Infektionen keine Rolle.	☐	☐	☐
Blut und Sperma von HIV-positiven Männern enthalten die höchste Konzentration von HI-Viren aller Körperflüssigkeiten.	☐	☐	☐
HIV kann man sich beim intensiven Küssen holen.	☐	☐	☐
HIV kann beim ungeschützten Analverkehr übertragen werden.	☐	☐	☐

Bildschirmseite 04
Mediennutzung 01

Heutzutage gibt es eine Vielzahl an Medien, aus denen man Informationen beziehen kann. Bei dieser Befragung interessiert uns, welche Medien Sie nutzen, die sich an schwule Männer richten.

5. Aus welchem der folgenden Bereiche lesen, hören oder sehen Sie Medien, die sich an schwule Männer richten, mindestens 1 Mal im Monat?

- ☐ Print-Medien (Zeitschriften, Flyer, Plakate, etc.)
- ☐ TV/Radio (via Antenne, Kabel, Satellit oder Online)
- ☐ Online-Medien (außer TV-/Radio-Formate)
- ☐ Sonstige

Filterinformation

Frage 6 wird angezeigt, wenn in Frage 5 "Print-Medien (Zeitschriften, Flyer, Plakate, etc.)" ausgewählt wurden.

Ihre Nutzung von schwulen Medien möchten wir nun genauer erfragen. Deshalb zur Erinnerung: Von den Medien, die Sie nutzen, interessieren uns dabei nur solche, die sich an schwule Männer richten.

6. Welche PRINT-Medien, die sich an schwule Männer richten, lesen oder sehen Sie mindestens 1 Mal pro Monat?

Bitte kreuzen Sie die zutreffenden Bereiche an!

- ☐ Zeitschriften (kostenlos, gekauft oder abonniert)
- ☐ Flyer, Broschüren (z.B. zu Themen wie Gesundheit, Antidiskriminierung, etc.)
- ☐ Plakate (z.B. in Szene-Kneipen, -clubs, etc.)
- ☐ Belletristik (Romane, Gedichte, etc.)
- ☐ Fachliteratur (z.B. aus Sexualwissenschaft, Medizin, etc.)
- ☐ Sonstige, und zwar: [_____]

Filterinformation

Frage 7 wird angezeigt, wenn in Frage 5 "TV/Radio (via Antenne, Kabel, Satellit oder Online)" ausgewählt wurde.

7. Welche RADIO- oder TV-Formaten, die sich an schwule Männer richten, hören oder sehen Sie mindestens 1 Mal pro Monat?

- ☐ ‚Klassischer‘ Fernseh-Kanal
- ☐ Live-Streams
- ☐ Podcasts
- ☐ Sonstige, und zwar: [_____]

Filterinformation

Frage 8 wird angezeigt, wenn in Frage 5 "Online-Medien (außer TV-/Radio-Formate)" ausgewählt wurden.

8. Welche ONLINE-Medien, die sich an schwule Männer richten, rufen Sie mindestens 1 Mal pro Monat auf?

- ☐ Aktuelle Newsportale (→z.B. mit Meldungen aus Politik, Szene, Gesundheit und anderen)
- ☐ Blogs (→Online-Tagebuch oder -Journal meist einer Person)
- ☐ Webportale gemeinnütziger Organisationen (→z.B. zu Forschung, Prävention und anderem)
- ☐ Websites von Handel oder Industrie (→z.B. zu eigenen Initiativen oder Produkten)
- ☐ Sonstige, und zwar: [_____]

Filterinformation

Frage 9 wird angezeigt, wenn in Frage 5 keine Option ausgewählt wurde.

9. Sie haben angegeben, dass Sie keine Medien, die sich speziell an schwule oder bisexuelle Männer richten, mindestens 1 Mal pro Monat nutzen. Wir würden gerne wissen, was Ihr Grund dafür ist.

- ☐ Mich interessieren solche Medien nicht.
- ☐ Der Inhalt dieser Medien hat für mich keine ausreichende Qualität.
- ☐ Ich würde sie gern nutzen, aber es ist mir unangenehm oder peinlich z.B. vor meinem Umfeld.
- ☐ Bislang kannte ich solche Medien nicht.
- ☐ Ein (weiterer) Grund für die seltene oder Nicht-Nutzung ist:
- ☐ -Keine Angabe-

Bildschirmseite 06
Mediennutzung 03 (Print)**Filterinformation**

Frage 10 wird angezeigt, wenn in Frage 6 die Option
'Zeitschriften (kostenlos, gekauft oder abonniert)' ausgewählt wurde.

Wir möchten noch einmal detaillierter wissen, welche und wie intensiv Sie Printmagazine lesen.

10. Welche der folgenden Zeitschriften lesen Sie im Durchschnitt mindestens 1 Mal pro Monat?

- ☐ Blu (Leo, rik, exit, hinnerk, gab, etc.)
- ☐ box
- ☐ DU&ICH
- ☐ Flash
- ☐ Fresh
- ☐ Gaypeople
- ☐ M-Männer
- ☐ M+
- ☐ Schwulissimo
- ☐ Sex-Magazin (z.B. adam, dreamboys, etc.)
- ☐ Siegessäule
- ☐ Sonstige, und zwar: [_____]

Bildschirmseite 07
Mediennutzung 04 (Print)**Filterinformation**

Frage 11 wird angezeigt, wenn in Frage 10 mehr als eine Option ausgewählt wurde. In Frage 11 werden nur die in Frage 10 ausgewählten Optionen angezeigt. Der Platzhalter [SonstMag] ergibt sich aus der offenen Angabe zu 'Sonstige, und zwar:' in Frage 10.

11. Welches dieser Magazine lesen Sie am häufigsten?

- ☐ Blu (Leo, rik, exit, hinnerk, gab, etc.)
- ☐ box
- ☐ DU&ICH
- ☐ Flash
- ☐ Fresh
- ☐ Gaypeople
- ☐ M+
- ☐ M – Männer
- ☐ Schwulissimo
- ☐ Sex-Magazin (z.B. adam, dreamboys, etc.)
- ☐ Siegestsäule
- ☐ [SonstMag]

Bildschirmseite 08
Mediennutzung 05 (Print)**Filterinformation**

Frage 12 wird angezeigt, wenn auch Frage 10 angezeigt wurde. Der Platzhalter [magazin] ergibt sich entweder aus der einzig ausgewählten Option in Frage 10 oder aus der ausgewählten Option in Frage 11.

12. Wie viel des Magazins [magazin] lesen Sie im Durchschnitt?

- ☐ Alle / Fast alle Seiten
- ☐ Etwa drei Viertel
- ☐ Etwa die Hälfte
- ☐ Etwa ein Viertel
- ☐ Nur ganz wenige Seiten
- ☐ -Keine Angabe-

Bildschirmseite 09
Mediennutzung 06 (Online)**Filterinformation**

Frage 13 wird angezeigt, wenn in Frage 8 die Option 'Aktuelle Newsportale (→ z.B. mit Meldungen aus Politik, Szene, Gesundheit und anderen)' ausgewählt wurde.

Nun möchten wir etwas ausführlicher auf Ihre Nutzung von Online-Newsportalen eingehen.

13. Welches der folgenden aktuellen Newsportale rufen Sie am häufigsten auf?

- ☐ queer.de
- ☐ dbna.de
- ☐ vangardist.com
- ☐ gaymaxx.de
- ☐ inqueery.de
- ☐ Online-Ausgabe eines Print-Magazins, und zwar: [_____]
- ☐ Sonstiges, und zwar: [_____]

Bildschirmseite 10
Mediennutzung 07 (Online)**Filterinformation**

Frage 14 wird angezeigt, wenn auch Frage 13 angezeigt wurde.
Der Platzhalter [onlinemagazin] ergibt sich aus der ausgewählten Option in Frage 13.

14. [onlinemagazin] - Wie oft rufen Sie dieses Portal durchschnittlich auf?

- ☐ Täglich / Fast täglich
- ☐ Ungefähr 2-3 mal pro Woche
- ☐ Ungefähr einmal pro Woche
- ☐ Ungefähr einmal alle 2 Wochen
- ☐ Ungefähr einmal im Monat
- ☐ Weniger als einmal im Monat
- ☐ -Keine Angabe-

Bildschirmseite 11
Vertrauen in Journalismus

Filterinformation

Der Platzhalter [magazin] ergibt sich entweder aus der einzig ausgewählten Option in Frage 10 oder aus der ausgewählten Option in Frage 11 (Printmagazin). Wenn diese Fragen nicht gestellt wurden (auf Grund vorhergehender Filter), dann ergibt sich der Platzhalter [magazin] aus der ausgewählten Option in Frage 13 (Onlineportal). Wenn auch diese Frage nicht gestellt wurde (auf Grund vorhergehender Filter), dann wird für den Platzhalter [magazin] der String >SIEGESSÄULE – queer Berlin< eingesetzt. Im Text wird vor dem Platzhalter sprachlich zwischen Print- und Onlinemedium unterschieden. Hier werden zur Vereinfachung beide Optionen mit Schrägstrich getrennt dokumentiert. ' } ' bedeutet, dass kein Zeichen hinzugefügt wird.

Itemrotation

Die Reihenfolge der Items in Frage 15 rotierte zufällig.

Im Folgenden geht es um Ihren Eindruck von der Berichterstattung über das Thema HIV und Aids {in der Zeitschrift}/{auf} [magazin]. Dazu haben wir einige Aussagen formuliert.

15. Geben Sie bitte jeweils mit den Zahlen von 1 bis 5 an, inwieweit die Aussage Ihrer Meinung nach zutrifft. Mit den Zahlen dazwischen können Sie abstufen. Bitte denken Sie ausschließlich an {das Magazin}/{ } [magazin].

Bitte antworten Sie so, wie sie die Aussagen **heute** einschätzen.

[illegible][illegible]

Bildschirmseite 12

Vertrauen in Akteure allgemein

Itemrotation

Die Reihenfolge der Items in Frage 16 rotierte zufällig.

Neben den Medien gibt es heutzutage viele weitere Institutionen, die das eigene Leben beeinflussen können. Wir möchten deshalb wissen, wie sehr Sie **generell** bestimmten Institutionen vertrauen.

16. Bitte geben Sie jeweils mit den Zahlen 1 bis 5 an, wie sehr folgende Aussage Ihrer Meinung nach auf die genannten Personen oder Institutionen zutrifft!

„Die Person, Gruppe oder Institution führt ihre Aufgaben immer korrekt aus.“

	Trifft gar nicht zu					Trifft voll und ganz zu	Weiß nicht
	1	2	3	4	5		
Handwerker	☐	☐	☐	☐	☐		☐
Pflegeschwestern im Krankenhaus	☐	☐	☐	☐	☐		☐
Bundesverfassungsgericht	☐	☐	☐	☐	☐		☐
Feuerwehr	☐	☐	☐	☐	☐		☐

	Trifft gar nicht zu					Trifft voll und ganz zu	Weiß nicht
	1	2	3	4	5		
Polizei	☐	☐	☐	☐	☐		☐
Mein Hausarzt	☐	☐	☐	☐	☐		☐
Journalisten	☐	☐	☐	☐	☐		☐
Bundestagsabgeordnete	☐	☐	☐	☐	☐		☐

Bildschirmseite 13**Vertrauen in Akteure HIV-/Aids-spezifisch****Filterinformation**

Der Platzhalter [magazin] ergibt sich aus dem Platzhalter [magazin] in Frage 15.

Itemrotation

Die Reihenfolge der Items in Frage 17 rotierte zufällig.

Nach dieser eher allgemeinen Frage kommen wir noch einmal zurück zum Thema HIV und Aids. Uns interessiert nun wie sie generell zu bestimmten Institutionen im Feld HIV und Aids stehen.

17. Wenn die unten genannten Personen oder Institutionen speziell im Arbeitsfeld HIV und Aids tätig sind, wie sehr trifft jeweils die folgende Aussage Ihrer Meinung nach zu?

„Die Person oder Institution führt ihre Aufgaben im Bereich HIV und Aids immer korrekt aus.“

	Trifft gar nicht zu					Trifft voll und ganz zu	Weiß nicht
	1	2	3	4	5		
Hausarzt	☐	☐	☐	☐	☐		☐
Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung	☐	☐	☐	☐	☐		☐
Berliner Aidshilfe	☐	☐	☐	☐	☐		☐
Pharma-Unternehmen	☐	☐	☐	☐	☐		☐
Klinik (Infektiologie, etc.)	☐	☐	☐	☐	☐		☐

	Trifft gar nicht zu					Trifft voll und ganz zu	Weiß nicht
	1	2	3	4	5		
Facharzt	☐	☐	☐	☐	☐		☐
Journalisten des SPIEGEL	☐	☐	☐	☐	☐		☐
Journalisten des Mediums [magazin]	☐	☐	☐	☐	☐		☐
Deutsche AIDS-Hilfe	☐	☐	☐	☐	☐		☐
Journalisten der BILD-Zeitung	☐	☐	☐	☐	☐		☐

Bildschirmseite 14

Involvement 01

Nun geht es darum, wie Sie selbst zum Thema HIV und Aids stehen. Dazu die folgenden Fragen!

18. Wenn Sie einmal daran denken, was HIV und Aids heute *für die Gesellschaft in Deutschland* bedeutet. Wie wichtig werden HIV und Aids Ihrer Meinung nach derzeit genommen?

- ☐ Ganz unwichtig
- ☐ Eher unwichtig
- ☐ Weder besonders unwichtig noch wichtig
- ☐ Eher wichtig
- ☐ Sehr wichtig
- ☐ -Keine Angabe-

19. Wenn Sie jetzt einmal nur an sich selbst denken, wie wichtig ist das Thema HIV und Aids momentan *für Ihr persönliches Leben*?

- ☐ Ganz unwichtig
- ☐ Eher unwichtig
- ☐ Weder besonders unwichtig noch wichtig
- ☐ Eher wichtig
- ☐ Sehr wichtig
- ☐ -Keine Angabe-

20. Bitte füllen Sie die leeren Felder der folgenden Tabelle aus! Dazu tragen Sie bitte die jeweilige ANZAHL ein, die sich in den zurückliegenden 12 Monaten ergeben hat.

Wenn null, dann bitte Zahl ,0' eintragen! Bitte freilassen, wenn Sie keine Angabe machen wollen!

Von meinen engen Freund haben [] einen positiven HIV-Test bekommen.

[] mal hatte ich ungeschützten Analverkehr.

Es gab darüber hinaus [] andere Situationen, in denen ich mich mit HIV hätte anstecken können.

Ich hatte [] Gespräche mit einem Aidshilfe-Berater.

21. Wie ist Ihr aktueller HIV-Serostatus?

- ☐ HIV-positiv getestet (in antiretroviraler Behandlung)
- ☐ HIV-Positiv getestet (nicht in antiretroviraler Behandlung)
- ☐ HIV-Negativ getestet
- ☐ Bisläng noch kein HIV-Test
- ☐ -Keine Angabe-

Bildschirmseite 15

Involvement 02

Filterinformation

Frage 22 wird eingeblendet, wenn der Proband angab, dass der aktuelle HIV-Serostatus negativ ist. (Frage 21)

22. Wann wurden Sie das letzte Mal auf HIV getestet?

- ☐ In den letzten 24 Stunden
- ☐ In den letzten 7 Tagen
- ☐ In den letzten 4 Wochen
- ☐ In den letzten 6 Monaten
- ☐ In den letzten 12 Monaten
- ☐ In den letzten 5 Jahren
- ☐ Vor mehr als 5 Jahren
- ☐ -Keine Angabe-

Filterinformation

Folgender Text wird eingeblendet, wenn der Proband angab, dass der aktuelle HIV-Serostatus positiv ist. (Frage 21)

Die Mitteilung eines Test-Ergebnisses kann mit vielen Fragen und Gefühlen verbunden sein. Uns interessiert, welche Rolle Ihr positives Test-Ergebnis in Ihrem Leben spielt.

Itemrotation

Die Reihenfolge der Items in Frage 23 und Frage 24 rotierte zufällig.

Filterinformation

Frage 23 wird eingeblendet, wenn der Proband angab HIV-positiv zu sein und er eine anti-retrovirale Therapie bereits begonnen hat. (Frage 21)

23. Bitte geben Sie an, inwieweit die folgenden Aussagen auf Sie zutreffen!

	Trifft gar nicht zu				Trifft voll und ganz zu		Weiß nicht
	1	2	3	4	5		
Ich versuche meinen HIV-Status so gut es geht zu verdrängen.	☐	☐	☐	☐	☐		☐
Ich bin offen HIV-positiv.	☐	☐	☐	☐	☐		☐
Mit meinem Arzt spreche ich regelmäßig über meine HIV-Therapie.	☐	☐	☐	☐	☐		☐
Mein HIV-Status spielt derzeit eine große Rolle in meinem Leben.	☐	☐	☐	☐	☐		☐
Angehörige und Freunde sind geschockt über mein Testergebnis.	☐	☐	☐	☐	☐		☐
Die regelmäßige Einnahme meiner Medikamente fällt mir leicht.	☐	☐	☐	☐	☐		☐

Filterinformation

Frage 24 wird eingeblendet, wenn der Proband angab HIV-positiv zu sein und er eine anti-retrovirale Therapie noch nicht begonnen hat. (Frage 21)

24. Bitte geben Sie an, inwieweit die folgenden Aussagen auf Sie zutreffen!

	Trifft gar nicht zu				Trifft voll und ganz zu		Weiß nicht
	1	2	3	4	5		
Ich bin offen HIV-positiv.	☐	☐	☐	☐	☐		☐
Angehörige und Freunde sind geschockt über mein Testergebnis.	☐	☐	☐	☐	☐		☐
Ich werde so bald wie möglich mit einer HIV-Therapie beginnen.	☐	☐	☐	☐	☐		☐
Mein HIV-Status spielt derzeit eine große Rolle in meinem Leben.	☐	☐	☐	☐	☐		☐
Ich versuche meinen HIV-Status so gut es geht zu verdrängen.	☐	☐	☐	☐	☐		☐

Bildschirmseite 16
Präventionsmotivation**Filterinformation**

Frage 25 und 26 werden eingeblendet, wenn der Proband angab, dass er in den letzten 12 Monaten mindestens einmal Analverkehr mit einem Mann hatte oder wenn er dazu Keine Angabe gemacht hat. (Frage 2)

25. Wie häufig benutzen Sie beim Analverkehr mit einem Mann ein Kondom?

- ☐ Nie
- ☐ Selten
- ☐ Gelegentlich
- ☐ Meistens
- ☐ Immer
- ☐ -Keine Angabe-

26. Möchten Sie Ihren Kondomgebrauch in Zukunft verändern?

- ☐ Nein, ich bin damit zufrieden
- ☐ Ja, ich möchte **häufiger** Kondome benutzen.
- ☐ Ja, ich möchte **seltener** Kondome benutzen.
- ☐ -Keine Angabe-

27. Wann planen Sie einen nächsten Test auf andere sexuell übertragbare Infektionen, wie Syphilis, Tripper, Chlamydien oder andere (außer HIV)?

- ☐ Kein Test geplant
- ☐ In den nächsten 2 Jahren
- ☐ In den nächsten 12 Monaten
- ☐ In den nächsten 6 Monaten
- ☐ In den nächsten 4 Wochen
- ☐ In den nächsten 7 Tagen
- ☐ -Keine Angabe-

Bildschirmseite 17
Soziodemografie

Sie haben es fast geschafft! Zum Schluss brauchen wir noch allgemeine **Angaben zu Ihrer Person.**

28. Geschlecht

- ☐ Mann
- ☐ Frau
- ☐ Trans (Mann zu Frau)
- ☐ Trans (Frau zu Mann)
- ☐ Intersexuell
- ☐ Mein Geschlecht definiere ich anders, und zwar:
- ☐ Ich möchte mein Geschlecht nicht definieren.
- ☐ -Keine Angabe-

29. Alter

Ich bin [] Jahre alt.

30. Wo wurden Sie geboren?

[Bitte auswählen] ▼

Dropdown Auswahloptionen:

Deutschland
EU-28-Staat (außer D)
Sonstiger Europäischer Staat (außer EU-28)
Nordafrika
Subsaharisches Afrika
Nordamerika
Mittel- oder Südamerika
Asien
Australien

31. Wo liegt Ihr aktueller Hauptwohnsitz? **Dropdown Auswahloptionen:**

Deutschland
EU-28-Staat (außer D)
Sonstiger Europäischer Staat (außer EU-28)
Nordafrika
Subsaharisches Afrika
Nordamerika
Mittel- oder Südamerika
Asien
Australien

32. Wie groß ist der Ort in dem Sie aktuell wohnen?

- ☐ Über eine Million Einwohner
- ☐ 500.000-1.000.000 Einwohner
- ☐ 100.000-500.000 Einwohner
- ☐ 10.000-100.000 Einwohner
- ☐ weniger als 10.000 Einwohner

33. Was ist Ihr höchster bisher erreichter Bildungsabschluss? **Dropdown Auswahloptionen:**

Promotion
Hochschulabschluss
Lehre/Berufsausbildung im dualen System
Abitur (Hochschulzugangsberechtigung)
Mittlere Reife
Hauptschulabschluss
Kein Bildungsabschluss

34. Wie sieht Ihre momentane berufliche Situation aus?

[Bitte auswählen] ▼

Dropdown Auswahloptionen:

Vollzeitbeschäftigung

Teilzeitbeschäftigung

Selbstständig

Minijob

Arbeitslos

Promovierend

Studierend

in Rente

Längerfristig krankgeschrieben Sonstiges

35. Wie sind Sie auf diese Befragung aufmerksam geworden?

Sie können maximal 3 Möglichkeiten angeben!

- ☐ derteilzeitblogger.wordpress.com
- ☐ siegessaeule.de
- ☐ Siegessäule Printausgabe
- ☐ Gayromeo
- ☐ aidshilfe.de
- ☐ iwwit.de
- ☐ Facebook
- ☐ Twitter
- ☐ Newsletter von:
- ☐ Flyer „Dein Beitrag zur Wissenschaft“
- ☐ Sonstiges: [_____]

36. Haben Sie Anmerkungen zur Studie? Wir freuen uns über Ihre Kritik und Anregungen.

Bildschirmseite 18
Panelregistrierung Haupt

Wichtig: Registrierung für Nachbefragung

Sie sind am Ende des heutigen Fragebogens angelangt. Für die Vollständigkeit unserer Forschung möchten wir eine ⇒ Nachbefragung Mitte Dezember 2013 durchführen.

Bitte registrieren Sie sich dazu jetzt durch Eingabe Ihrer E-Mail-Adresse!

E-Mail-Adresse:

Weitere Schritte

- Im Anschluss erhalten Sie von uns eine Mail mit einem Bestätigungslink.
- Bitte klicken Sie diesen innerhalb der nächsten 7 Tage an, um Ihre Registrierung abzuschließen.
- Mitte Dezember senden wir Ihnen dann die Einladung für den 2. und letzten Fragebogen.

Hinweis: Falls Sie nicht noch einmal befragt werden möchten, lassen Sie das Feld frei.

Bildschirmseite 19
Panelregistrierung Nachholmöglichkeit

Registrierung für Nachbefragung

Sie haben keine (oder keine gültige) E-Mail-Adresse angegeben.

Falls Sie dies noch ändern möchten, haben Sie jetzt noch einmal die Möglichkeit zurückzugehen! Ohne die Angabe Ihrer E-Mail-Adresse, können wir Sie nicht zur Nachbefragung einladen.

Falls Sie nicht an der Nachbefragung teilnehmen möchten, klicken Sie auf 'Weiter' um den Fragebogen abzuschließen.

Vielen Dank!

Letzte Bildschirmseite

Sie haben es geschafft! Vielen herzlichen Dank! :)

Die Umfrage ist damit für heute beendet.

Falls Sie Ihre Email-Adresse angegeben haben, bestätigen Sie bitte den Registrierungslink in der Mail, die wir soeben an Sie versandt haben. Wir melden uns wie angekündigt dann Mitte Dezember noch einmal, um eine zweite und letzte Befragung im Rahmen dieses Forschungsprojekts mit Ihnen durchzuführen.

Das Fenster kann nun geschlossen werden.

Nachherfragebogen



Bildschirmseite 01
Startseite

Filterinformation

Durch Klicken auf die Worte "schwulen Medien" in der Überschrift öffnet sich eine webseiteninterne Infobox (Breite 370px, Höhe entsprechend Inhalt) mit der folgenden Begriffserklärung:
"Der Begriff 'schwule Medien' bezeichnet in dieser Studie solche Medien, die sich insbesondere an schwule Männer richten. Dies muss jedoch nicht ihre einzige Zielgruppe sein."

Herzlich Willkommen bei der *Nachbefragung* zur Wirkung von schwulen Medien auf ihre Zielgruppe!

Vielen Dank, dass Sie sich heute die Zeit nehmen, diesen zweiten Fragebogen zu beantworten!

Die heutige Befragung schließt an den ersten Fragebogen an. Beide sind Teil meiner Promotion bei Prof. Dr. Armin Scholl am Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität Münster.

Ziel der Nachbefragung ist es, zu schauen, wie Sie bestimmte Informationen in den Medien in jüngster Zeit genutzt und wahrgenommen haben.

Die Teilnahme am heutigen Fragebogen **dauert erneut etwa 15min.**

Hinweis zur Nachbefragung: Einige Fragen kennen Sie bereits aus der ersten Befragung. Jedoch können sie sich in wichtigen Details unterscheiden. Deshalb ist auch heute wieder ein aufmerksames Lesen der Fragen und Antworten erforderlich. In den 15min haben Sie dazu genügend Zeit.

Technischer Hinweis:

Für einen reibungslosen Ablauf des Fragebogens muss JavaScript in Ihrem Browser aktiviert sein.

Und nun zur zweiten Befragung! :)

Informationen zum Datenschutz

(Link öffnet in neuem Fenster)

Popup 01
Datenschutz**Filterinformation**

Durch Klicken auf die Worte "Informationen zum Datenschutz" auf der Startseite oder auf das Wort „Datenschutzrichtlinien“ auf der Bildschirmseite 20 öffnet sich das nachfolgend dokumentierte Popup (640px X 530px) mit den für die Befragung geltenden Datenschutzregeln.

Informationen zum Datenschutz

1. Die von Ihnen gemachten Angaben werden vertraulich und nur zum Zwecke der angegebenen Forschung im Rahmen meiner Doktorarbeit verwendet. Die Daten werden nicht an Dritte weitergegeben.
2. Die Teilnahme ist selbstverständlich freiwillig und kann jederzeit unterbrochen werden.
3. Es werden durch uns keine IP-Adressen aufgezeichnet.
4. Alle Daten werden auf Servern gespeichert, die in Deutschland stehen. Das Rechenzentrum steht unter der Aufsicht des Hosters Hostloco. Dort ist der Server entsprechend gängiger Standards gegen den Zugriff Dritter geschützt.
5. Wir erfragen von Ihnen weder Namen, Postadresse noch Telefonnummern.
6. Um sich für die Nachbefragung zu registrieren, müssen Sie lediglich Ihre Email-Adresse angeben. Nur so ist es uns möglich, Sie auch zur Nachbefragung Mitte Dezember einzuladen.
7. Ihre E-Mail-Adresse wird getrennt von Ihren Angaben aus den Fragebögen in einer separaten Adressdatenbank gespeichert. Diese dient ausschließlich zur Versendung der Einladungen zur Nachbefragung. Gemäß den geltenden Datenschutzgesetzen werden wir eine Zusammenführung der E-Mail-Adressen mit den Befragungsdaten unter keinen Umständen vornehmen.
8. Alle im Rahmen dieses Forschungsprojekts gespeicherten E-Mail-Adressen werden nach Abschluss der Nachbefragung im Dezember endgültig gelöscht.

Bildschirmseite 02
Präventionsmotivation 01

Zu Beginn der heutigen Befragung möchten wir gerne mehr über Ihren Beziehungsstatus erfahren.

1. Leben Sie derzeit in einer festen Beziehung?

Sie können max. 2 Optionen ankreuzen.

- ☐ Nein, ich bin Single
- ☐ Ja, mit einem Mann
- ☐ Ja, mit mehreren Männern
- ☐ Ja, mit einer Frau
- ☐ Ja, mit mehreren Frauen
- ☐ Ja, aber weder mit Männern noch mit Frauen, sondern mit:
- ☐ -Keine Angabe-

2. Wie lange besteht dieser Beziehungsstatus schon?

Denken Sie dabei an die letzte Änderung Ihres Beziehungsstatus und rechnen Sie von heute!

- ☐ Kürzer als 4 Wochen
- ☐ Zwischen 4 Wochen und 2 Monaten
- ☐ Zwischen 2 und 6 Monaten
- ☐ Zwischen 6 und 12 Monaten
- ☐ Zwischen 12 und 24 Monaten
- ☐ Länger als 24 Monate
- ☐ -Keine Angabe-

Bildschirmseite 03

Wissen

Itemrotation

Die Reihenfolge der Items in Frage 3 und in Frage 4 rotierte zufällig.

Hinweis zu wiederholten Fragen: Es ist nicht wichtig sich daran zu erinnern, was Sie in der ersten Befragung angegeben haben. Uns interessiert jetzt nur, was heute Ihre Antworten sind.

3. Wir möchten gerne von Ihnen wissen, ob folgende Aussagen RICHTIG oder FALSCH sind!

Fett gedruckte Worte verdeutlichen den Kern einer Aussage. Diese kann dabei richtig oder falsch sein. Bitte achten Sie also auf die genaue Formulierung, und entscheiden Sie dann: Richtig oder Falsch?

	Richtig	Falsch	Weiß nicht
Eine effektive Behandlung einer HIV-Infektion reduziert nicht das Risiko einer HIV-Übertragung.	☐	☐	☐
Medikamente können eine HIV-Infektion in Schach halten, so dass die Auswirkung der Infektion viel geringer ist.	☐	☐	☐
Es gibt derzeit kein Heilmittel gegen HIV.	☐	☐	☐
Es gibt keinen medizinischen Test, der zeigen kann, ob man HIV hat oder nicht.	☐	☐	☐
Aids und HIV sind nicht das Gleiche, sondern Aids kann eine Folge einer unbehandelten HIV-Infektion sein.	☐	☐	☐
Man kann am äußeren Erscheinungsbild erkennen, ob jemand HIV hat oder nicht.	☐	☐	☐

4. Und nun zu den Übertragungsmöglichkeiten des HI-Virus: Geben Sie dazu bitte an, ob folgende Aussagen RICHTIG oder FALSCH sind!

Bitte achten Sie erneut auf die genaue Formulierung!

	Richtig	Falsch	Weiß nicht
Für die Übertragung von HIV spielen weitere vorhandene sexuell übertragbare Infektionen keine Rolle.	☐	☐	☐
Blut und Sperma von HIV-positiven Männern enthalten die höchste Konzentration von HI-Viren aller Körperflüssigkeiten.	☐	☐	☐
HIV kann man sich beim intensiven Küssen holen.	☐	☐	☐
HIV kann beim ungeschützten Analverkehr übertragen werden.	☐	☐	☐

Bildschirmseite 04
Mediennutzung 01 (allgemein)

Kommen wir zu Ihrer allgemeinen Mediennutzung.

5. Welche allgemeinen Medien nutzen Sie (fast) täglich – also mindestens 5 Tage pro Woche?

Mehrfachnennung möglich.

- ☐ Fernsehen
- ☐ Internet/Online-Medien
- ☐ Tageszeitung
- ☐ Radio
- ☐ Sonstiges, und zwar: [_____]
- ☐ -Keine Angabe-

Informationen zu einem Thema können auf unterschiedliche Art dargestellt werden. Sie können z.B. in Berichten, Spots, Diskussionsrunden, Werbebannern, Onlinevideos und vielem mehr gezeigt werden.

6. Nun erinnern Sie sich bitte an die vergangenen vier Wochen: Aus welchen dieser Medienbereiche haben Sie etwas zum Thema HIV und Aids gesehen, gelesen oder gehört?

Mehrfachnennung möglich.

- ☐ Fernsehen
- ☐ Internet/Online-Medien
- ☐ Tageszeitung
- ☐ Radio
- ☐ Sonstiges, und zwar: [_____]
- ☐ -Keine Angabe-

7. Bitte nennen Sie die konkreten Beispiele der medialen Darstellungen von HIV und Aids aus den oben angegebenen Medienbereichen, an die Sie sich erinnern können!

Nennen Sie z.B. Titel der Sendung/Bericht/Spot/Plakat/etc. Ggf. Thema, Name des Medienorgans usw.!

Hinweis: Wenn Sie sich an gar nichts erinnern können, bitte freilassen! - (max. 350 Zeichen)

Bildschirmseite 05

Mediennutzung 02

Kommen wir zu Ihrer **Nutzung schwuler Medien in den letzten 4 Wochen.**

8. Aus welchem der folgenden Bereiche haben Sie in den vergangenen 4 Wochen Medien gelesen, gehört oder gesehen, die sich an schwule Männer richten?

- ☐ Print-Medien (Zeitschriften, Flyer, Plakate, etc.)
- ☐ TV/Radio (via Antenne, Kabel, Satellit oder Online)
- ☐ Online-Medien (außer TV-/Radio-Formate)
- ☐ Sonstige

Bildschirmseite 06

Mediennutzung 03

Filterinformation

Frage 9 wird angezeigt, wenn in Frage 8 "Print-Medien (Zeitschriften, Flyer, Plakate, etc.)" ausgewählt wurden.

9. Welche PRINT-Medien, die sich an schwule Männer richten, haben Sie mindestens 1 Mal in den vergangenen vier Wochen gelesen oder gesehen?

Bitte kreuzen Sie die zutreffenden Bereiche an!

- ☐ Zeitschriften (kostenlos, gekauft oder abonniert)
- ☐ Flyer, Broschüren (z.B. zu Themen wie Gesundheit, Antidiskriminierung, etc.)
- ☐ Plakate (z.B. in Szene-Kneipen, -clubs, etc.)
- ☐ Belletristik (Romane, Gedichte, etc.)
- ☐ Fachliteratur (z.B. aus Sexualwissenschaft, Medizin, etc.)
- ☐ Sonstige, und zwar: [_____]

Filterinformation

Frage 10 wird angezeigt, wenn in Frage 8 "TV/Radio (via Antenne, Kabel, Satellit oder Online)" ausgewählt wurde.

10. Welche RADIO- oder TV-Formaten, die sich an schwule Männer richten, haben Sie mindestens 1 Mal in den vergangenen vier Wochen gehört oder gesehen?

- ☐ ‚Klassischer‘ Fernseh-Kanal
- ☐ Live-Streams
- ☐ Podcasts
- ☐ Sonstige, und zwar: [_____]

Filterinformation

Frage 11 wird angezeigt, wenn in Frage 8 "Online-Medien (außer TV-/Radio-Formate)" ausgewählt wurden.

11. Welche ONLINE-Medien, die sich an schwule Männer richten, haben Sie mindestens 1 Mal in den vergangenen vier Wochen aufgerufen?

- ☐ Aktuelle Newsportale (→z.B. mit Meldungen aus Politik, Szene, Gesundheit und anderen)
- ☐ Blogs (→Online-Tagebuch oder -Journal meist einer Person)
- ☐ Webportale gemeinnütziger Organisationen (→z.B. zu Forschung, Prävention und anderem)
- ☐ Websites von Handel oder Industrie (→z.B. zu eigenen Initiativen oder Produkten)
- ☐ Sonstige, und zwar: [_____]

Filterinformation

Frage 12 wird angezeigt, wenn in Frage 8 keine Option ausgewählt wurde.

12. Sie haben angegeben, dass Sie keine Medien, die sich speziell an schwule oder bisexuelle Männer richten, mindestens 1 Mal in den vergangenen vier Wochen genutzt haben. Wir würden gerne wissen, was Ihr Grund dafür ist.

- ☐ Mich interessieren solche Medien nicht.
- ☐ Der Inhalt dieser Medien hat für mich keine ausreichende Qualität.
- ☐ Ich würde sie gern nutzen, aber es ist mir unangenehm oder peinlich z.B. vor meinem Umfeld.
- ☐ Bislang kannte ich solche Medien nicht.
- ☐ Ein (weiterer) Grund für die seltene oder Nicht-Nutzung ist:
- ☐ -Keine Angabe-

Bildschirmseite 07
Mediennutzung 04 (Print)**Filterinformation**

Frage 13 wird angezeigt, wenn in Frage 9 die Option
'Zeitschriften (kostenlos, gekauft oder abonniert)' ausgewählt wurde.

Nun möchten wir genauer wissen, welche Printmagazine Sie in den letzten 4 Wochen gelesen haben.

13. Welche der folgenden Zeitschriften haben Sie 1 Mal oder häufiger in den vergangenen vier Wochen gelesen?

- ☐ Blu (Leo, rik, exit, hinnerk, gab, etc.)
- ☐ box
- ☐ DU&ICH
- ☐ Flash
- ☐ Fresh
- ☐ Gaypeople
- ☐ M – Männer
- ☐ M+
- ☐ Schwulissimo
- ☐ Sex-Magazin (z.B. adam, dreamboys, etc.)
- ☐ Siegestsäule
- ☐ Sonstige, und zwar:

Bildschirmseite 08
Mediennutzung 05 (Print)**Filterinformation**

Frage 14 wird angezeigt, wenn in Frage 13 mehr als eine Option ausgewählt wurde. In Frage 14 werden nur die in Frage 13 ausgewählten Optionen angezeigt. Der Platzhalter [SonstMag] ergibt sich aus der offenen Angabe zu 'Sonstige, und zwar:' in Frage 13.

14. Welches dieser Magazine haben Sie in den letzten 4 Wochen am häufigsten gelesen?

- ☐ Blu (Leo, rik, exit, hinnerk, gab, etc.)
- ☐ box
- ☐ DU&ICH
- ☐ Flash
- ☐ Fresh
- ☐ Gaypeople
- ☐ M+
- ☐ M – Männer
- ☐ Schwulissimo
- ☐ Sex-Magazin (z.B. adam, dreamboys, etc.)
- ☐ Siegessäule
- ☐ [SonstMag]

Bildschirmseite 09
Mediennutzung 06 (Print)**Filterinformation**

Frage 15 wird angezeigt, wenn auch Frage 13 angezeigt wurde. Der Platzhalter [magazin] ergibt sich entweder aus der einzig ausgewählten Option in Frage 13 oder aus der ausgewählten Option in Frage 14.

15. Wie viel des Magazins [magazin] (Ausgabe Dezember 2013) haben Sie bisher gelesen?

- ☐ Alle / Fast alle Seiten
- ☐ Etwa drei Viertel
- ☐ Etwa die Hälfte
- ☐ Etwa ein Viertel
- ☐ Nur ganz wenige Seiten
- ☐ -Keine Angabe-

Bildschirmseite 10

Mediennutzung 07 (Online)

Filterinformation

Frage 16 wird angezeigt, wenn in Frage 11 die Option 'Aktuelle Newsportale (→ z.B. mit Meldungen aus Politik, Szene, Gesundheit und anderen)' ausgewählt wurde.

Nun möchten wir auf Ihre Nutzung von Online-Newsportalen in den vergangenen 4 Wochen eingehen.

16. Welches der folgenden aktuellen Newsportale haben Sie in den letzten 4 Wochen am häufigsten aufgerufen?

- ☐ queer.de
- ☐ dbna.de
- ☐ vangardist.com
- ☐ gaymaxx.de
- ☐ inqueery.de
- ☐ Online-Ausgabe eines Print-Magazins, und zwar:
- ☐ Sonstiges, und zwar:

Bildschirmseite 11

Mediennutzung 08 (Online)

Filterinformation

Die Fragen 17-19 werden nur angezeigt, wenn auch Frage 16 angezeigt wurde.
Der Platzhalter [onlinemagazin] ergibt sich aus der ausgewählten Option in Frage 16.

17. [onlinemagazin] - Wie oft haben Sie dieses Portal in den letzten vier Wochen aufgerufen?

- ☐ Täglich / Fast täglich
- ☐ Ungefähr 2-3 mal pro Woche
- ☐ Ungefähr einmal pro Woche
- ☐ Ungefähr einmal alle 2 Wochen
- ☐ Ungefähr einmal im Monat
- ☐ Weniger als einmal im Monat
- ☐ -Keine Angabe-

18. Wie häufig rufen Sie [onlinemagazin] über ein Smartphone oder Tablet auf?

„Der Anteil von Aufrufen via Smartphone/Tablet an allen Besuchen auf [onlinemagazin] beträgt ca. ...“

- ☐ 80% - 100%
- ☐ 60% - 80%
- ☐ 40% - 60%
- ☐ 20% - 40%
- ☐ 0% - 20%
- ☐ -Keine Angabe-

19. Verwenden Sie einen so genannten Adblocker in Ihrem Standard-Browser?

- ☐ Ja, auf meinem Smartphone
- ☐ Ja, auf meinem Tablet
- ☐ Ja, auf meinem Laptop und/oder Desktop-Computer
- ☐ Nein
- ☐ Weiß nicht / Kenn ich nicht.
- ☐ -Keine Angabe-

Bildschirmseite 12
Quasi-Experiment (Teil 1-01)

Nachfolgend sehen Sie eine Seite aus der aktuellen Ausgabe einer schwulen Zeitschrift.

20 Sekunden lang wird die Seite angezeigt, sobald sie vollständig geladen ist. Scrollen die dabei runter, um sich die Zeitschriftenseite vollständig anzuschauen.

Verschaffen Sie sich bitte einen Gesamtüberblick über die Seite!

Es geht nicht darum alle detaillierten Informationen zu erfassen.

Nach den 20 Sekunden erscheinen dazu automatisch 4 Fragen.

Hinweis: Falls Sie Ihre bisherigen Antworten noch überarbeiten wollen, müssen Sie das jetzt machen. Das Zurückblättern wird ab der nächsten Fragenbogenseite nicht mehr möglich sein.

Bildschirmseite 13

Quasi-Experiment (Teil 1-02)

Scrollen Sie auch herunter, um die gesamte Seite zu sehen!

HIV

Termine zum Welt-Aids-Tag

■ **Trauerzug und Lichtermeer**
Traditionell werden die Aktivitäten zum Welt-Aids-Tag mit dem Trauerzug zum Gedenken der an Aids Verstorbenen eröffnet. Von der Niebuhrstraße geht's durch die Innenstadt und endet am Wittenbergplatz. Dort werden beim Lichtermeer des Regenbogenfonds e.V. zahllose Kerzen entzündet.
30.11., 18:00, Lebensort Vielfalt

■ **Red Ribbon S-Bahn**
Zwischen Ostbahnhof und Westkreuz pendelt auch in diesem Jahr der mit roten Schleifen dekorierte S-Bahn-Wagen, in dem Mitarbeiter der Berliner Aids-Hilfe und EhrenamtlerInnen informieren und Spenden sammeln.
01.12., 12:00, Ostbahnhof

■ **Infoveranstaltung vom House of Queer Sisters e. V.**
Das House of Queer Sisters lädt zur Infoveranstaltung. Thema ist „Testung, Arbeit, Wohnen und Migrationshintergrund“, ReferentInnen kommen von der Berliner Aids-Hilfe, von ZIK, Pluspunkt und der Kirchengemeinde.
01.12., 14:00, Zwölf-Apostel-Kirche

■ **Welch ein Fest – Ein Weihnachtsoratorium**
In der Marienkirche begeht man den Welt-Aids-Tag mit der Uraufführung eines neuen Weihnachtsoratoriums. Das Gesangsensemble Die Goldvögel um den schwulen Tenor Mads Elung-Jensen präsentiert Weihnachtsmelodien aus verschiedenen Ländern von klassisch bis swingend.
01.12., 14:30, St. Marienkirche

■ **Der Kampf gegen Aids: General Idea und Gran Fury**
Im Rahmen der Ausstellung „Love Aids Sex Riot“ gibt es heute ein Gespräch

zwischen den Künstlern und Aids-Aktivistin John Lindell und AA Bronson. Mehr dazu auf S. 96.
01.12., 18:00, nGbK

■ **Benefiz-Abendessen**
Die umtriebige Mary Clarence vom House of Queer Sisters e. V. lädt zum Benefiz-Essen. Die Karten können im Vorfeld für 15 Euro in der Raststätte Gnadenbrot erworben werden. Ein Euro geht an HIV/Aids-Projekte.
01.12., 19:00, Raststätte Gnadenbrot

■ **The Red Party**
Das Wasted Land, die neue queere Bar in Neukölln, schmeißt zum Welt-Aids-Tag eine „Red Party“. Es gibt Kondome und Infos von der Berliner Aids-Hilfe, Kuchen für alle, die vor Ort Geld spenden, und mehr. Dress in red!
01.12., 22:00, Wasted Land, Emser Str. 34

■ **Großer Spendenmarathon**
Benefiz-Saufen, ein Traum! Traditionell spendet die Cruisingbar Woof von jedem verkauften Bier 50 Cent an den Orden der Schwestern der Perpetuellen Indulgenz.
04.12., 22:00, Woof

■ **Trash Goddess in Film – Welt-Aids-Tag-Special**
Bei Gaby Tappers queerer Film- und Talkreihe sind diesmal die Schwestern der Perpetuellen Indulgenz und Judy Winter zu Gast. Neben dem Vorfilm „20 Jahre Sr. Gabriela O. S. P. I.“ wird der kanadische HIV-Musicalfilm „Zero Patience“ von 1993 gezeigt.
06.12., 20:00, AHA

Automatische Weiterleitung nach 20 Sekunden.

Quelle der Abbildung:

Zeitschrift Siegesssäule, 12-2013, S. 100.

Bildschirmseite 14
Quasi-Experiment (Teil 1-03)**Filterinformation**

Nach dem Zufallsprinzip wird nachfolgend entweder Frage 20 oder Frage 21 eingeblendet.

20. Was genau war auf dieser Seite Ihrer Meinung nach zu sehen?

Mehrfachnennung möglich.

- ☐ Artikel (Journalismus)
- ☐ Anzeige (Werbung und/oder PR)
- ☐ Sonstiges, und zwar: [_____]
- ☐ -Weiß nicht / Keine Angabe-

21. Was konnten Sie auf dieser Zeitschriften-Seite grundsätzlich wahrnehmen?

Nennen Sie kurz das, was Sie wahrgenommen haben! - (max. 150 Zeichen)

22. Haben Sie die gerade angezeigte Seite bereits zuvor beim Lesen einer aktuellen Ausgabe einer schwulen Zeitschrift wahrgenommen?

- ☐ Definitiv ja
- ☐ Eher ja
- ☐ Es kann sein, kann aber auch nicht sein.
- ☐ Eher nein
- ☐ Definitiv nein
- ☐ -Keine Angabe-

23. Was denken Sie, wer will Ihnen auf der eben gezeigten Seite etwas mitteilen?

Alphabetisch sortiert. - Mehrfachnennung möglich.

- ☐ Abbott Laboratories / abbvie
- ☐ Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung
- ☐ Deutsche AIDS-Hilfe
- ☐ Robert Koch Institut
- ☐ Redaktion der schwulen Zeitschrift
- ☐ Verband der Privaten Krankenversicherungen
- ☐ Sonstige, und zwar: [_____]
- ☐ -Weiß nicht / Keine Angabe-

24. An wen richtet sich der Inhalt der Seite Ihrer Einschätzung nach hauptsächlich?

- ☐ Die allgemeine Bevölkerung
- ☐ Menschen, die Drogen gebrauchen
- ☐ Menschen in Haft
- ☐ Männer, die Sex mit Männern haben
- ☐ Medizinisches Personal
- ☐ -Weiß nicht / Keine Angabe-

Bildschirmseite 15
Quasi-Experiment (Teil 2-01)

Gleich sehen Sie eine zweite und letzte aktuelle Seite aus einer schwulen Zeitschrift.

20 Sekunden lang wird die Seite angezeigt, sobald sie vollständig geladen ist. Scrollen die dabei runter, um sich die Zeitschriftenseite vollständig anzuschauen.

Verschaffen Sie sich bitte wieder einen Gesamtüberblick über die Seite!

Es geht nicht darum alle detaillierten Informationen zu erfassen.

Nach den 20 Sekunden erscheinen dazu automatisch 4 Fragen.

Das Zurückblättern wird dann nicht mehr möglich sein.

Bildschirmseite 16
Quasi-Experiment (Teil 2-02)

Scrollen Sie auch herunter, um die gesamte Seite zu sehen!

SEITE 34 **SCHWULISSIMO**
WELTAIDSTAG

WELT-AIDS-TAG 2013

Am 1. Dezember ist es wieder soweit. Es wird der weltweite „Welt-Aids-Tag“ begangen. Im Jahr 1988 wurde der erste Welt-Aids-Tag von der Weltgesundheitsorganisation WHO ausgerufen. Überall auf der Welt rufen an diesem Tag die verschiedensten Organisationen zu Solidarität mit HIV-positiven und an AIDS erkrankten Menschen auf. Abgesehen davon, dass eigentlich jeder Tag ein „Welt-Aids-Tag“ sein sollte, richtet sich zumindest einmal im Jahr der Fokus auf diese Krankheit.

In Deutschland lebten 2012 nach einer Schätzung des Robert Koch-Instituts 78.000 Menschen mit einer HIV-Infektion. In der Altersgruppe der über 40-Jährigen hat sich die Zahl der mit HIV infizierten Personen seit Anfang der 1990er Jahre fast vervielfacht. Die erfolgreiche Einführung der antiretroviralen Therapie Mitte der 1990er Jahre führte dazu, dass Menschen mit einer HIV-Infektion immer länger leben und die Sterblichkeit deutlich verringert wird.

Die absolute Zahl der HIV-Neudiagnosen bei Männern, die Sex mit Männern (MSM) haben, ist im Jahr 2012 um 220 Fälle angestiegen (Anstieg um 15 %). In den meisten Bundesländern stiegen die Diagnosezahlen ebenfalls oder blieben stabil, leichte Rückgänge wurden nur in den Bundesländern Sachsen und Thüringen sowie in Bremen registriert.

Die Anzahl und der Anteil der MSM an den HIV-Erstdiagnosen sind seit dem Jahr 2001 kontinuierlich gestiegen, von knapp 50 % der Meldungen im Jahr 2001 auf 74 % im Jahr 2012. Damit gehen auch Veränderungen in der Altersstruktur der neu Diagnostizierten einher. Bei den MSM stieg die Zahl der HIV-Diagnosen pro 100.000 Männer in den betroffenen Altersgruppen 15 bis 59 Jahre bis 2007/2008 weitgehend parallel an.*

In jedem Jahr gibt es in Deutschland eine groß angelegte Kampagne zum Welt-Aids-Tag. „Positiv zusammen leben!“ ist die erste öffentliche nationale Kampagne in Europa, die seit 2010 authentische Menschen mit HIV in den Fokus der Öffentlichkeit stellt. Träger der Kampagne ist die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) im Auftrag des Bundesministeriums für Gesundheit (BMG). Kooperationspartnerinnen sind die Deutsche AIDS-Hilfe (DAH) sowie die Deutsche AIDS-Stiftung (DAS). Ziel der Kampagnen ist es, dazu beizutragen, dass HIV-Positive oder an AIDS Erkrankte ohne Ausgrenzung und Diskriminierung in unserer Gesellschaft leben können. Doch erreicht eine solche breit gestreute Kampagne auch alle Bevölkerungsgruppen? Was kann man vielleicht noch verbessern und wie schätzen Betroffene die aktuelle Situation ein. **SCHWULISSIMO** hat sich einmal umgehört, was dazu beispielsweise ein Student, eine Drag-DJane oder ein Angestellter dazu zu sagen haben.

* Quelle: Epidemiologisches Bulletin Nr. 24, RKI, 17.06.2013



Foto: dreh, Kunsthaus

Automatische Weiterleitung nach 20 Sekunden.

Quelle der Abbildung:

Zeitschrift Schwulissimo, 12-2013, S. 34.

Quasi-Experiment (Teil 2-03)

Filterinformation

Wurde zuvor Frage 20 (und nicht Frage 21) eingeblendet, dann wird Frage 25 eingeblendet.

25. Was konnten Sie auf dieser Zeitschriften-Seite grundsätzlich wahrnehmen?

Nennen Sie kurz das, was Sie wahrgenommen haben! - (max. 150 Zeichen)

Filterinformation

Wurde zuvor Frage 21 (und nicht Frage 20) eingeblendet, dann wird Frage 26 eingeblendet.

26. Was genau war auf dieser Seite Ihrer Meinung nach zu sehen?

Mehrfachnennung möglich.

- ☐ Artikel (Journalismus)
- ☐ Anzeige (Werbung und/oder PR)
- ☐ Sonstiges, und zwar: [_____]
- ☐ -Weiß nicht / Keine Angabe-

27. Haben Sie die gerade angezeigte Seite bereits zuvor beim Lesen einer aktuellen Ausgabe einer schwulen Zeitschrift wahrgenommen?

- ☐ Definitiv ja
- ☐ Eher ja
- ☐ Es kann sein, kann aber auch nicht sein.
- ☐ Eher nein
- ☐ Definitiv nein
- ☐ -Keine Angabe-

28. Was denken Sie, wer will Ihnen auf der eben gezeigten Seite etwas mitteilen?

Alphabetisch sortiert. - Mehrfachnennung möglich.

- ☐ Abbott Laboratories / abbvie
- ☐ Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung
- ☐ Deutsche AIDS-Hilfe
- ☐ Robert Koch Institut
- ☐ Redaktion der schwulen Zeitschrift
- ☐ Verband der Privaten Krankenversicherungen
- ☐ Sonstige, und zwar: [_____]
- ☐ -Weiß nicht / Keine Angabe-

29. An wen richtet sich der Inhalt der Seite Ihrer Einschätzung nach hauptsächlich?

- ☐ Die allgemeine Bevölkerung
- ☐ Menschen, die Drogen gebrauchen
- ☐ Menschen in Haft
- ☐ Männer, die Sex mit Männern haben
- ☐ Medizinisches Personal
- ☐ -Weiß nicht / Keine Angabe-

Bildschirmseite 18
Vertrauen in Journalismus

Filterinformation

Der Platzhalter [magazin] ergibt sich entweder aus der einzig ausgewählten Option in Frage 13 oder aus der ausgewählten Option in Frage 14 (Print-Magazin). Wenn diese Fragen nicht gestellt wurden (auf Grund vorhergehender Filter), dann ergibt sich der Platzhalter [magazin] aus der ausgewählten Option in Frage 16 (Online-Portal). Wenn auch diese Frage nicht gestellt wurde (auf Grund vorhergehender Filter), dann wird für den Platzhalter [magazin] der String >SIEGESSÄULE - queer Berlin< eingesetzt. Im Text wird vor dem Platzhalter sprachlich zwischen Print- und Online-Medium unterschieden. Hier werden zur Vereinfachung beide Optionen mit Schrägstrich getrennt dokumentiert. '{ }' bedeutet, dass kein Zeichen hinzugefügt wird.

Itemrotation

Die Reihenfolge der Items in Frage 30 rotierte zufällig.

Im Folgenden geht es um Ihren Eindruck von der Berichterstattung über das Thema HIV und Aids {in der Zeitschrift}/{auf} [magazin]. Dazu haben wir einige Aussagen formuliert.

30. Geben Sie bitte jeweils mit den Zahlen von 1 bis 5 an, inwieweit die Aussage Ihrer Meinung nach zutrifft. Mit den Zahlen dazwischen können Sie abstufen. Bitte denken Sie ausschließlich an {das Magazin}/{ } [magazin].

Bitte antworten Sie so, wie sie die Aussagen **heute** einschätzen.

	Überhaupt nicht zutreffend			Voll und ganz zutreffend		Weiß nicht
	1	2	3	4	5	
In den Kommentaren zu HIV und Aids werden gut überlegte Schlüsse gezogen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Dem Thema HIV und Aids wird der angemessene Stellenwert zugewiesen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Über das Thema wird mit der erforderlichen Regelmäßigkeit informiert.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Die Meinungen der Journalisten sind gut begründet.	☐	☐	☐	☐	☐	☐

	Überhaupt nicht zutreffend			Voll und ganz zutreffend		Weiß nicht
	1	2	3	4	5	
Wichtige Dinge stehen im Vordergrund.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Die Berichte geben die Fakten so wieder, wie sie sind.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Die mitgeteilten Informationen sind wahr.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Die wesentlichen Punkte werden berücksichtigt.	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Filterinformation

Frage 31 wird nur eingeblendet, wenn für den Platzhalter [magazin] der String >SIEGESSÄULE - queer Berlin< eingesetzt wurde, also keine Print- und Online-Medien für schwule Männer genutzt wurden.

31. Wie gut kennen Sie die Zeitschrift SIEGESSÄULE - queer Berlin?

- ☐ Sie ist mir sehr gut bekannt. Ich hatte schon mehrere Ausgaben in der Hand.
- ☐ Sie ist mir gut bekannt. Ich hatte sie mindestens schon einmal in der Hand.
- ☐ Sie ist mir wenig bekannt. Kann sein, dass ich sie schon einmal in der Hand hatte.
- ☐ Sie ist mir unbekannt. Definitiv hatte ich sie noch nicht in der Hand.
- ☐ -Keine Angabe-

Bildschirmseite 19**Vertrauen in Akteure HIV-/Aids-spezifisch****Filterinformation**

Der Platzhalter [magazin] ergibt sich aus dem Platzhalter [magazin] in Frage 30.

Itemrotation

Die Reihenfolge der Items in Frage 32 rotierte zufällig.

Uns interessiert nun wie sie generell zu bestimmten Institutionen im Feld HIV und Aids stehen.

32. Wenn die unten genannten Personen oder Institutionen speziell im Arbeitsfeld HIV und Aids tätig sind, wie sehr trifft jeweils die folgende Aussage Ihrer Meinung nach zu?

„Die Person oder Institution führt ihre Aufgaben im Bereich HIV und Aids immer korrekt aus.“

	Trifft gar nicht zu				Trifft voll und ganz zu		Weiβ nicht
	1	2	3	4	5		
Hausarzt	☐	☐	☐	☐	☐		☐
Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung	☐	☐	☐	☐	☐		☐
Berliner Aidshilfe	☐	☐	☐	☐	☐		☐
Pharma-Unternehmen	☐	☐	☐	☐	☐		☐
Klinik (Infektiologie, etc.)	☐	☐	☐	☐	☐		☐

	Trifft gar nicht zu				Trifft voll und ganz zu		Weiβ nicht
	1	2	3	4	5		
Facharzt	☐	☐	☐	☐	☐		☐
Journalisten des SPIEGEL	☐	☐	☐	☐	☐		☐
Journalisten des Mediums [magazin]	☐	☐	☐	☐	☐		☐
Deutsche AIDS-Hilfe	☐	☐	☐	☐	☐		☐
Journalisten der BILD-Zeitung	☐	☐	☐	☐	☐		☐

Bildschirmseite 20

Involvement 01

Nun geht es darum, wie Sie selbst zum Thema HIV und Aids stehen. Dazu die folgenden Fragen!

33. Wenn Sie einmal daran denken, was HIV und Aids heute *für die Gesellschaft in Deutschland* bedeutet. Wie wichtig werden HIV und Aids Ihrer Meinung nach derzeit genommen?

- ☐ Ganz unwichtig
- ☐ Eher unwichtig
- ☐ Weder besonders unwichtig noch wichtig
- ☐ Eher wichtig
- ☐ Sehr wichtig
- ☐ -Keine Angabe-

34. Wenn Sie jetzt einmal nur an sich selbst denken, wie wichtig ist das Thema HIV und Aids momentan *für Ihr persönliches Leben*?

- ☐ Ganz unwichtig
- ☐ Eher unwichtig
- ☐ Weder besonders unwichtig noch wichtig
- ☐ Eher wichtig
- ☐ Sehr wichtig
- ☐ -Keine Angabe-

35. Bitte füllen Sie die leeren Felder der folgenden Tabelle aus! Dazu tragen Sie bitte die jeweilige ANZAHL ein, die sich in den zurückliegenden 4 Wochen ergeben hat.

Wenn null, dann bitte Zahl ,0' eintragen! Bitte freilassen, wenn Sie keine Angabe machen wollen!

Von meinen engen Freund haben [] einen positiven HIV-Test bekommen.

[] mal hatte ich ungeschützten Analverkehr.

Es gab darüber hinaus [] andere Situationen, in denen ich mich mit HIV hätte anstecken können.

Ich hatte [] Gespräche mit einem Aidshilfe-Berater.

36. Wie ist Ihr aktueller HIV-Serostatus?

- ☐ HIV-positiv getestet (in antiretroviraler Behandlung)
- ☐ HIV-Positiv getestet (nicht in antiretroviraler Behandlung)
- ☐ HIV-Negativ getestet
- ☐ Bisläng noch kein HIV-Test
- ☐ -Keine Angabe-

Hinweis: Mit unseren strengen Datenschutzrichtlinien, die für das gesamte Projekt gelten, sichern wir Ihnen Vertraulichkeit sowie eine vollständig anonymisierte Auswertung zu.

Bildschirmseite 21

Involvement 02

Filterinformation

Frage 37 und 38 werden nur eingeblendet, wenn der Proband angab, dass der aktuelle HIV-Serostatus negativ ist. (Frage 36)

37. Wann wurden Sie das letzte Mal auf HIV getestet?

- ☐ In den letzten 24 Stunden
- ☐ In den letzten 7 Tagen
- ☐ In den letzten 4 Wochen
- ☐ In den letzten 6 Monaten
- ☐ In den letzten 12 Monaten
- ☐ In den letzten 5 Jahren
- ☐ Vor mehr als 5 Jahren
- ☐ -Keine Angabe-

38. Wann planen Sie sich das nächste Mal auf HIV testen zu lassen?

Bitte kreuzen Sie den kleinsten Zeitraum an, der auf Sie zutrifft!

- ☐ In den nächsten 24 Stunden
- ☐ In den nächsten 7 Tagen
- ☐ In den nächsten 4 Wochen
- ☐ In den nächsten 6 Monaten
- ☐ In den nächsten 12 Monaten
- ☐ In den nächsten 5 Jahren
- ☐ In mehr als 5 Jahren
- ☐ Ich möchte nie mehr einen HIV-Test machen lassen.
- ☐ -Keine Angabe-

Filterinformation

Folgender Text wird eingeblendet, wenn der Proband angab, dass der aktuelle HIV-Serostatus positiv ist. (Frage 36)

Die Mitteilung eines Test-Ergebnisses kann mit vielen Fragen und Gefühlen verbunden sein. Uns interessiert, welche Rolle Ihr positives Test-Ergebnis in Ihrem Leben spielt.

Itemrotation

Die Reihenfolge der Items in Frage 39 und Frage 40 rotierte zufällig.

Filterinformation

Frage 39 wird eingeblendet, wenn der Proband angab, dass sein aktueller HIV-Serostatus positiv ist und er eine anti-retrovirale Therapie begonnen hat. (Frage 36)

39. Bitte geben Sie an, inwieweit die folgenden Aussagen auf Sie zutreffen!

	Trifft gar nicht zu				Trifft voll und ganz zu		
	1	2	3	4	5		Weiß nicht
Ich versuche meinen HIV-Status so gut es geht zu verdrängen.	☐	☐	☐	☐	☐		☐
Ich bin offen HIV-positiv.	☐	☐	☐	☐	☐		☐
Mit meinem Arzt spreche ich regelmäßig über meine HIV-Therapie.	☐	☐	☐	☐	☐		☐
Mein HIV-Status spielt derzeit eine große Rolle in meinem Leben.	☐	☐	☐	☐	☐		☐
Angehörige und Freunde sind geschockt über mein Testergebnis.	☐	☐	☐	☐	☐		☐
Die regelmäßige Einnahme meiner Medikamente fällt mir leicht.	☐	☐	☐	☐	☐		☐

Filterinformation

Frage 40 wird eingeblendet, wenn der Proband angab, dass sein akt. Serostatus positiv ist und er *keine* anti-retrovirale Therapie begonnen hat. (Frage 36)

40. Bitte geben Sie an, inwieweit die folgenden Aussagen auf Sie zutreffen!

	Trifft gar nicht zu				Trifft voll und ganz zu		
	1	2	3	4	5		Weiß nicht
Ich bin offen HIV-positiv.	☐	☐	☐	☐	☐		☐
Angehörige und Freunde sind geschockt über mein Testergebnis.	☐	☐	☐	☐	☐		☐
Ich werde so bald wie möglich mit einer HIV-Therapie beginnen.	☐	☐	☐	☐	☐		☐
Mein HIV-Status spielt derzeit eine große Rolle in meinem Leben.	☐	☐	☐	☐	☐		☐
Ich versuche meinen HIV-Status so gut es geht zu verdrängen.	☐	☐	☐	☐	☐		☐

Filterinformation

Frage 41 wird nur eingeblendet, wenn der Proband angab, dass er noch nie einen HIV-Test gemacht hat und sein Serostatus demzufolge nicht belegt ist. (Frage 36)

41. Wann planen Sie sich auf HIV testen zu lassen?

Bitte kreuzen Sie den kleinsten Zeitraum an, der auf Sie zutrifft!

- ☐ In den nächsten 24 Stunden
- ☐ In den nächsten 7 Tagen
- ☐ In den nächsten 4 Wochen
- ☐ In den nächsten 6 Monaten
- ☐ In den nächsten 12 Monaten
- ☐ In den nächsten 5 Jahren
- ☐ In mehr als 5 Jahren
- ☐ Ich möchte nie einen HIV-Test machen lassen.
- ☐ -Keine Angabe-

Bildschirmseite 22**Präventionsmotivation 02****Filterinformation**

Frage 42 wird nur eingeblendet, wenn der Proband angab, dass er in einer Beziehung mit einem Mann ist. (Frage 1)

42. Sind Kondome beim Analverkehr mit Ihrem festen Partner/Mann für Sie derzeit genauso wichtig wie beim Analverkehr außerhalb ihrer Beziehung?

- ☐ Ja, Kondome haben für mich immer die gleiche Bedeutung.
- ☐ Nein, Kondome haben für mich eine unterschiedliche Bedeutung.
- ☐ Ich habe keinen Analverkehr außerhalb meiner Beziehung.
- ☐ Ich habe gar keinen Analverkehr.
- ☐ -Keine Angabe-

Filterinformation

Frage 43 wird nur eingeblendet, wenn der Proband angab, dass er in Beziehungen mit mehreren Männern ist. (Frage 1)

43. Sind Kondome beim Analverkehr mit Ihren festen Partnern/Männern für Sie derzeit genauso wichtig wie beim Analverkehr außerhalb ihrer Beziehungen?

- ☐ Ja, Kondome haben für mich immer die gleiche Bedeutung.
- ☐ Nein, Kondome haben für mich eine unterschiedliche Bedeutung.
- ☐ Ich habe keinen Analverkehr außerhalb meiner Beziehungen.
- ☐ Ich habe gar keinen Analverkehr.
- ☐ -Keine Angabe-

Filterinformation

Frage 44 wird nur eingeblendet, wenn der Proband angab, dass er in keiner Beziehung mit einem Mann ist. (Frage 1)

44. Hatten Sie in den letzten 12 Monaten Analverkehr mit einem Mann?

- ☐ Ja
- ☐ Nein.
- ☐ -Keine Angabe-

Bildschirmseite 23
Präventionsmotivation 03

Filterinformation

Frage 45 und 46 werden eingeblendet, wenn der Proband in Frage 1

- angab, dass er Single ist,
- keine Angabe zum Beziehungsstatus gemacht hat,
- angab, mit jemand anders als Frauen oder Männer in einer Beziehung zu sein,
- angab mit mindestens einem Mann in einer Beziehung zu sein, aber keinen Unterschied beim Kondomgebrauch inner- und außerhalb der Beziehung macht. (Frage 43),
- oder angab mit mindestens einer Frau in einer Beziehung zu sein (aber nicht mit Männern), aber Analverkehr mit Männern hat oder dazu keine Angabe gemacht hat. (Frage 44)

45. Wie häufig benutzen Sie beim Analverkehr mit einem Mann ein Kondom?

- ☐ Nie
- ☐ Selten
- ☐ Gelegentlich
- ☐ Meistens
- ☐ Immer
- ☐ -Keine Angabe-

46. Möchten Sie Ihren Kondomgebrauch in Zukunft verändern?

- ☐ Nein, ich bin damit zufrieden
- ☐ Ja, ich möchte häufiger Kondome benutzen.
- ☐ Ja, ich möchte seltener Kondome benutzen.
- ☐ -Keine Angabe-

Filterinformation

Frage 47 wird eingeblendet, wenn der Proband in Frage 1 angab mit mindestens einem Mann in einer Beziehung zu sein, und er einen Unterschied beim Kondomgebrauch inner- und außerhalb der Beziehung macht. (Frage 43)

47. Wie häufig benutzen Sie beim Analverkehr mit Ihrem[Ihren] festen Partner[n]/Mann[Männern] ein Kondom?

- ☐ Nie
- ☐ Selten
- ☐ Gelegentlich
- ☐ Meistens
- ☐ Immer
- ☐ -Keine Angabe-

Filterinformation

Frage 48 wird eingeblendet, wenn der Proband in Frage 1 angab mit mindestens einem Mann in einer Beziehung zu sein, und er einen Unterschied beim Kondomgebrauch inner- und außerhalb der Beziehung macht und angab Analverkehr auch außerhalb seiner Beziehung(en) zu haben. (Frage 43)

48. Wie häufig benutzen Sie beim Analverkehr mit einem Mann, der nicht ihr fester Partner ist, ein Kondom?

- ☐ Nie
- ☐ Selten
- ☐ Gelegentlich
- ☐ Meistens
- ☐ Immer
- ☐ -Keine Angabe-

49. Wann planen Sie einen nächsten Test auf andere sexuell übertragbare Infektionen, wie Syphilis, Tripper, Chlamydien oder andere (außer HIV)?

- ☐ Kein Test geplant
- ☐ In den nächsten 2 Jahren
- ☐ In den nächsten 12 Monaten
- ☐ In den nächsten 6 Monaten
- ☐ In den nächsten 4 Wochen
- ☐ In den nächsten 7 Tagen
- ☐ -Keine Angabe-

50. Haben Sie Anmerkungen zur Studie? Wir freuen uns über Ihre Kritik und Anregungen.

Letzte Seite

Sie haben es geschafft! :)

Die Befragungen sind damit abgeschlossen.

Nochmals vielen herzlichen Dank für Ihre Teilnahme an beiden Fragebögen!

Sobald alle Teilnehmer den 2. Fragebogen beantwortet haben, werden wir die Adressdatenbank löschen. Spätestens bis zum 31. Januar 2014.

Wir rechnen damit, dass Ende 2014 erste Ergebnisse unserer Forschung veröffentlicht werden.

Das Fenster kann nun geschlossen werden.

Fenster schließen

Matti Seithe c/o Prof. Dr. Armin Scholl, Institut für Kommunikationswissenschaft, Universität
Münster, Bispinghof 9-14, 48143 Münster

Rezeption und Wirkung massenmedialer Informationen
zu HIV und Aids

Eine Analyse auf Grundlage des
dynamisch-transaktionalen Ansatzes
Seithe, M.

2017, XVIII, 248 S. 22 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-18507-7