



universität
wien

MASTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Masterarbeit / Title of the Master's Thesis

Was sie lehren und was du weißt

Die Wissensvermittlung von Lehrenden und der Wissensstand von Studierenden der Fachrichtung Publizistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien zu den Themen Pressekodex und Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung

verfasst von / submitted by

Lisa Ambrosi, BA

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of
Master of Arts (MA)

Wien, 2021 / Vienna 2021

Studienkennzahl lt. Studienblatt /
degree programme code as it appears
on the student record sheet:

A 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt /
degree programme as it appears
on the student record sheet:

Publizistik und Kommunikationswissenschaft

Betreut von / Supervisor :

MMag. DDr. Julia Wippersberg, Privatdoz.

Inhaltsverzeichnis

EIDESSTATTLICHE ERKLÄRUNG	4
VORWORT.....	5
1. ABSTRACT	7
1.1. ABSTRACT DEUTSCH	7
1.2. ABSTRACT ENGLISCH	8
2. EINLEITUNG.....	9
3. ERKENNTNISINTERESSE/ZIEL	10
4. FORSCHUNGSFRAGEN UND HYPOTHESEN.....	11
5. SUIZID - DEFINITION.....	27
6. WERTHER-EFFEKT	27
6.1. WERTHER-EFFEKT IM NON-FIKTIONALEN BEREICH	28
6.2. WERTHER-EFFEKT IM FIKTIONALEN BEREICH.....	38
7. PAPAGENO-EFFEKT	43
8. ÖSTERREICHISCHER PRESSERAT.....	46
8.1. ÖSTERREICHISCHER PRESSEKODEX	47
9. MEDIENEMPFEHLUNGEN ZUR SUIZIDBERICHTERSTATTUNG	53
10. THEORIEN UND ANSÄTZE.....	59
10.1. VERLAUF SUIZIDALER KRISEN	59
10.1.1. Präsuizidales Syndrom	60
10.1.2. Phasen der Suizidalität.....	61
10.2. STRESS-VULNERABILITÄTS-MODELL	62
10.3. MODELLERNEN BANDURA.....	63
11. METHODENDESIGN	64
12. ERHEBUNG – LEHRENDE	66
13. ERHEBUNG STUDIERENDE.....	72
14. DISKUSSION DER ERGEBNISSE UND KRITIK	93
15. CONCLUSIO UND EMPFEHLUNG	100
16. LITERATURVERZEICHNIS	105
17. INTERNETQUELLEN.....	109
18. ABBILDUNGSVERZEICHNIS	111

19.	ANHANG	112
19.1.	FRAGEBÖGEN.....	112
19.1.1.	<i>Fragebogen Lehrende</i>	112
19.1.2.	<i>Fragebogen Studierende</i>	116
19.2.	OUTPUT SPSS + EXCEL BEFRAGUNG LEHRENDE	125
19.3.	OUTPUT SPSS + EXCEL BEFRAGUNG STUDIERENDE	137

Eidesstattliche Erklärung

ABGABEFORMULAR FÜR SCHRIFTLICHE ARBEITEN
INSTITUT FÜR PUBLIZISTIK- UND
KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT



universität
wien

Zur Vereinheitlichung der schriftlichen Arbeiten und der Vorbeugung von Plagiatsfällen bitten wir Sie, die folgenden Informationen zur Kenntnis zu nehmen und mit ihrer Unterschrift zu bestätigen:

Die nicht belegte Verwendung der geistigen Arbeit anderer, insbesondere die nicht zitierte Übernahme oder Paraphrasierung von Passagen aus deren Werken, konstituiert ein Plagiat. Die auszugsweise oder gänzliche Aneignung fremder Arbeiten zur bewussten Erschleichung eines Leistungsnachweises kann studien- und zivilrechtliche Konsequenzen zeitigen. Ebenso ist die erneute Abgabe eigener oder fremder Texte sowie von Arbeiten, die nur geringfügig modifiziert wurden, zum selben Zweck unzulässig.

Daten der Lehrveranstaltung:

LV-Titel:	Comp.Nr.:	Semester:
SE MASE - Masterseminar	22021-6	WiSe 2020/21
LV-LeiterIn:	LV-Art:	
MMag. DDr. Julia Wippersberg	SE- Seminar	
Titel/Untertitel der schriftlichen Arbeit:		
<small>Was sie lehren und was du weißt - Die Wissensvermittlung von Lehrenden und der Wissensstand von Studierenden der Fachrichtung Publizistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien zu den Themen Pressekodex und Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung</small>		
Name:	Ambrosi	Matrikel-Nr./ Studienkennzahl:
Vorname:	Lisa	01509007/066841
Vermerk: (intern)		

Hiermit bestätige ich, die vorliegende Arbeit eigenständig verfasst zu haben und entsprechend der Richtlinien redlichen wissenschaftlichen Arbeitens der Universität Wien (veröffentlicht im Mitteilungsblatt vom 31.1.2006) sorgfältig überprüft zu haben. Diese Arbeit wurde nicht bereits in anderen Lehrveranstaltungen von mir oder anderen zur Erlangung eines Leistungsnachweises vorgelegt.

Datum

06.11.2021

Unterschrift

Bitte legen Sie dieses Formular jeder schriftlichen Arbeit bei.

Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien
Währinger Straße 29, 1090 Wien

Vorwort

Ich möchte mich zuerst bei meiner guten Freundin und Studienkollegin Fiona Heilig für die gegenseitige Motivation in schweren Phasen, im Privaten und auch während des Studiums, die spannenden Diskussionen und den Wissensaustausch im Zuge des Studiums bedanken.

Des Weiteren danke ich meinem langjährigen Lebensgefährten Dominic Steiner, dass er mir immer zur Seite gestanden hat, mich aufgefangen hat, wenn das Studium nicht ganz nach meinen Vorstellungen verlaufen ist, und mich beim Erreichen meiner Studienziele stets unterstützt und motiviert hat.

Außerdem möchte ich meiner Mama sowie Oma gleichermaßen für die finanzielle und emotionale Unterstützung während des Studiums und meines ganzen bisherigen Lebens danken. Ohne den beiden hätte ich das Studium nicht absolvieren können.

Zu guter Letzt, aber nicht weniger wichtig, möchte ich Frau DDr. MMag. Julia Wippersberg, danken, welche die Betreuung dieser Masterarbeit übernommen und mich tatkräftig beim Fertigstellen dieser unterstützt hat. Sie hatte stets ein offenes Ohr für mich.

Diese Arbeit soll einen Denkanstoß, sowohl für Lehrende als auch für Studierende der Studienrichtung Publizistik und Kommunikationswissenschaft geben, sich vor allem mit den Inhalten des Pressekodex und den Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung auseinander zu setzen beziehungsweise diese zu vermitteln. Wenn auch nur einer Person geholfen werden kann oder ein Schaden durch die Medienvermittlung verhindert werden kann, wenn Mitarbeitende sich an die Inhalte des Pressekodex und den Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung halten, ist das ein Erfolg, für den es sich lohnt, diese Themen ernst zu nehmen und deren Inhalte so gut wie möglich zu vermitteln beziehungsweise zu verinnerlichen.

Da sich diese Arbeit, zu einem großen Teil, mit dem Thema Suizid beschäftigt, wird

Personen in instabilen Lebensphasen abgeraten, diese zu lesen.

Hilfe im Bedarfsfall findet man hier:

TelefonSeelsorge

Tel.: 142

Online unter: www.telefonseelsorge.at

Beratung für Menschen in schwierigen Lebenssituationen oder Krisenzeiten

Männernotruf

Tel.: 0800 246 247

Online unter www.maennernotruf.at

bietet Männern in Krisen- und Gewaltsituationen eine erste Anlaufstelle

Frauenhelpline

0800 222 555

www.frauenhelpline.at

Beratungseinrichtung mit Frauen als primärer Zielgruppe, doch für alle Hilfesuchende erreichbar

Kinder und Jugendliche

Tel.: 147

Online unter www.bittetelebe.at

Diese Website richtet sich gezielt an Kinder und Jugendliche

Sozialpsychiatrischer Notdienst/PSD

Tel.: 01 31330

Online unter www.psd-wien.at.

Für psychiatrische Soforthilfe im Krisenfall

Kriseninterventionszentrum Wien

Tel.: 01 4069595

Online unter www.kriseninterventionszentrum.at.

Ambulanz zur Bewältigung von akuten psychosozialen Krisen

1. Abstract

1.1. Abstract deutsch

Das Ziel dieser Arbeit ist es, aufzuzeigen, wie gut StudentInnen der Studienrichtung Publizistik und Kommunikationswissenschaft mit dem österreichischen Pressekodex und den Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung vertraut sind und in wie weit Lehrende der Universität Wien dieses Fachbereichs die beiden Themen den Studierenden vermitteln. Als theoretische Grundlage wurden die Definition des „Werther Effekts“ sowie des „Papageno Effekts“, die Inhalte des österreichischen Pressekodex und den Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung herangezogen. Um das Thema Suizid und die Auswirkungen der Berichterstattung zu diesem Thema aufzuzeigen, wurden das „Stress Vulnerabilität Modell“ und „die Phasen der Suizidalität“ in dieser Arbeit beschrieben. Zahlreiche Studien, welche die Existenz des „Werther Effekts“ und des „Papageno Effekts“ beschreiben und auch die Auswirkungen, welche mit dem Einhalten oder auch Nichteinhalten der Medienempfehlungen entstehen, widmet diese Arbeit mehrere Seiten. Es wurde eine Umfrage sowohl bei Lehrenden als auch bei Studierenden der Fachrichtung Publizistik und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien in Form von zwei Fragebögen durchgeführt. Die Ergebnisse zeigen, dass es noch Luft nach oben gibt, wenn es um die Wissensvermittlung der Lehrenden und die inhaltlichen Kenntnisse bei Studierenden zu den Themen Presserat, Pressekodex, „Werther Effekt“, „Papageno Effekt“ und Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung geht. Vor allem, dass die Berichterstattung über Suizid auch positive Auswirkungen haben kann, war weniger Studierenden bekannt als erwartet. Die Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung finden bei den Lehrenden kaum Erwähnung.

1.2. Abstract englisch

The aim of this paper is to show how well students of journalism and communication studies are familiar with the Austrian Press Code and the media recommendations on suicide reporting, and to what extent teachers at the University of Vienna in this department communicate these two topics to students. The definition of the Werther effect as well as the Papageno effect, the content of the press code and the media recommendations on suicide reporting were used as a theoretical basis. In order to highlight the topic of suicide and the effects of reporting on this topic, the stress vulnerability model and the stages of suicidality were described in this paper. Numerous studies describing the existence of the Werther Effect and the Papageno Effect, as well as the effects of adhering or not adhering to media recommendations, have been included in this paper. A survey was conducted among both teachers and students of journalism and communication science at the University of Vienna in the form of two questionnaires. The results show that there is still room for improvement in terms of knowledge transfer among teachers and content knowledge among students on the topics of the Press Council, the Press Code, the Werther effect, the Papageno effect and media recommendations on suicide reporting. Most notably, the fact that suicide coverage can also have positive effects was known by fewer students than initially expected. The media recommendations on suicide coverage were hardly mentioned by the teachers.

2. Einleitung

Jeder Suizid ist eine Tragödie, jeder Suizid ist zu viel. „Weltweit übersteigt die Zahl der Suizidopfer mittlerweile die Gesamtzahl der Toten durch Mord, Kriege, Unfälle und AIDS.“ (Bronisch, 2007: 9) Jährlich sterben 800.000 Menschen weltweit, weil sie sich das Leben nehmen. (Vgl. Wassermann, 2016) Suizid ist die führende Todesursache bei jungen Frauen zwischen 15 und 19 Jahren weltweit. (Vgl. Wassermann, 2016) Das Thema betrifft jedes Jahr unzählige Hinterbliebene. Aus Gründen der Ethik und Moral sollten JournalistInnen gründlich darüber nachdenken, wie sie über Suizid berichten und abwägen, welche Informationen sie veröffentlichen. Dabei sollten sie außerdem die Hinterbliebenen der Suizidenden im Kopf haben und den Effekt, welchen der Artikel auf diese haben kann.

Wie im Verlauf dieser Arbeit ersichtlich wird, kann eine unachtsame Berichterstattung über Suizid bei manchen Rezipierenden einen Nachahmungseffekt auslösen. Aus diesem Grund ist es wichtig, bereits herangehende JournalistInnen über dieses Risiko aufzuklären und ihnen zu vermitteln, wie sie präventive Maßnahmen setzen können. In vielen Ländern erfahren die wenigsten JournalistInnen in der Ausbildung von der Existenz des "Werther-Effekts". (Vgl. Brosius & Ziegler, 2001: 15), (Vgl. Ziegler & Hegerl, 2002: 47) „Selbst die publizistischen Grundätze der jeweiligen nationalen Presseräte sind den Redakteuren in der Regel nicht durchgängig bekannt.“ (Ziegler & Hegerl, 2002: 47)

Da sich unter Publizistik und Kommunikationswissenschaft-StudentInnen einige JournalistInnen von Morgen befinden werden, ist es mir ein Anliegen herauszufinden, in wie weit diese die negativen und positiven Auswirkungen, welche Berichte über Suizid haben können, kennen und ob diesen in weiterer Folge bekannt ist, welche präventiven Maßnahmen sie bei der Berichterstattung über dieses - ohne Frage - schwierige Thema setzen können, um Nachahmungstaten, welche aufgrund der Berichterstattung verübt werden, zu verhindern. Natürlich gilt es zu beachten, dass es viele mögliche Einflussfaktoren gibt und Medien nur ein Faktor unter sehr vielen sind. Trotzdem sollte man die Medienwirkung nicht unterschätzen.

3. Erkenntnisinteresse/Ziel

Das Ziel dieser Arbeit ist herauszufinden, wie gut StudentInnen der Studienrichtung Publizistik und Kommunikationswissenschaft mit dem österreichischen Pressekodex und den Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung vertraut sind und in wie weit Lehrende der Universität Wien dieses Fachbereichs die beide Themen den Studierenden vermitteln.

Eine Erforschung dieser Art konnte im Zuge der bisherigen Recherche nicht gefunden werden, daher würde eine Befragung zu diesem Thema eine Forschungslücke schließen.

Das Interesse, diese Arbeit zu schreiben, entstand nach der Sichtung einer Masterarbeit, welche sich mit der Suizidberichterstattung in der österreichischen Tagespresse beschäftigt. (Vgl. Mascha, 2019) Nach Rezeption dieser Arbeit und einem Blick in die österreichische Tagespresse wird deutlich, dass sich die österreichischen JournalistInnen nicht immer an die Medienempfehlungen, die es zur Berichterstattung von Suizid gibt, halten. An die Erkenntnisse der Masterarbeit soll angeknüpft werden, da die negative Auseinandersetzung in der Presse ein Hinweis darauf sein könnte, dass in den Studiengängen ein Defizit bezüglich der Auseinandersetzung mit Medienempfehlung zum Thema Suizid und dem österreichischen Pressekodex herrscht. Die unverantwortliche Berichterstattung seitens der Medien und der darauffolgende Anstieg der Suizidrate wird „Werther-Effekt“ genannt. Das bedeutet, dass angenommen wird, dass Personen, um im Bereich der Printmedien zu bleiben, welche diese unverantwortliche Schilderung lesen, das Geschilderte eher nachahmen. (Vgl. Ziegler & Hegerl, 2002) Aus diesem Grund ist eine verantwortungsvolle und präventive Berichterstattung dieses Themas äußerst wichtig. Da einige Publizistik und Kommunikationswissenschaft-StudentInnen nach Abschluss des Studiums in dem Berufsfeld Journalismus Fuß fassen werden, ist es mir, wie bereits erwähnt, ein Anliegen herauszufinden, in wie weit diese mit dem österreichischen Pressekodex und den Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung vertraut sind.

Diese Masterarbeit ist für die Bereiche Journalismus, Publizistik, aber auch von gesundheitswissenschaftlichem Interesse.

4. Forschungsfragen und Hypothesen

FF1) Wie ausführlich behandeln Lehrende der Studienrichtung Publizistik und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien den österreichischen Pressekodex?

H1) Lehrende, die bei einem Medium tätig sind/waren, welches Mitglied im Presserat ist, behandeln das Thema Pressekodex in Lehrveranstaltungen öfter als Lehrende, die bei einem Medium tätig sind/waren, welches nicht dem Presserat angehört.

- *unabhängige Variable:* Mitglied im Presserat
- *Ausprägung:* Mitglied ja oder nein
- *abhängige Variable:* Behandlung des Themas Pressekodex
- *Ausprägungen:* Behandlung ja oder nein

H2) Lehrende, die praxisbezogene Lehrveranstaltungen halten, behandeln das Thema Pressekodex in Lehrveranstaltungen öfter als Lehrende, die allgemeine Lehrveranstaltungen halten.

- *unabhängige Variable:* Art der Lehrveranstaltung
- *Ausprägung:* praxisbezogene Lehrveranstaltung, allgemeine Lehrveranstaltung
- *abhängige Variable:* Behandlung des Themas Pressekodex
- *Ausprägungen:* Behandlung ja oder nein

Operationalisierung abhängige Variable: Art der Lehrveranstaltung:

Es wird bei dieser Variable zwischen allgemeinen Lehrveranstaltungen und praxisbezogenen und Lehrveranstaltungen unterschieden. Es werden nur Lehrveranstaltungen miteinbezogen, welche fixer Bestandteil des Studienplan Publizistik und Kommunikationswissenschaft sind. Sämtliche Wahlfächer (ECs-Erweiterungscurricular), werden nicht berücksichtigt.

Allgemeine Lehrveranstaltungen BA	Praxisbezogene Lehrveranstaltungen BA
VO Medien- und Kommunikationsgeschichte unter Berücksichtigung historischer und feministischer Ansätze	VO Theorien und Praxis des Journalismus
VU Medien- und Kommunikationswissenschaftliche Theorien	VO Theorien und Praxis der Öffentlichkeitsarbeit
VO Medienkunde/Medienwandel	VO Theorien und Praxis der Werbung und Marktforschung
VU Kommunikationswissenschaftliche Forschungslogik und Wissenschaftsphilosophie	VO Theorie und Praxis der Public Affairs
VO Quantitative Datenerhebungsmethoden	VO Theorie und Praxis von Social Media-Kommunikation
UE Quantitative Datenerhebungsmethoden	UE Journalismus (Hörfunk-, Multimedia-, Print-, Fernsehjournalismus)
VO Statistische Datenanalyse	UE Öffentlichkeitsarbeit
UE Statistische Datenanalyse	UE Werbung und Marktforschung
VO Qualitative Methoden	AT Journalismus (Hörfunk-, Multimedia-, Print-, Fernsehjournalismus)
UE Qualitative Methoden	AT PR und Öffentlichkeitsarbeit
VO Medienpsychologie	AT Werbung und Marktforschung
VO Kommunikationssoziologie	TAT Hörfunkjournalismus
VO Medien- und Kommunikationspolitik	TAT Fernsehjournalismus

VO Rezeptions- und Wirkungsforschung	
VO Politische Kommunikation	
VO Kommunikationsrecht	
PS Proseminar Forschungspraxis	
SE Seminar Forschungspraxis	
VO Medienökonomie	
VO Medienpädagogik	
VO Kommunikationsethik	
VO Qualitäts- und Evaluationsforschung	
VO Gender und Medien	
VO Gesundheitskommunikation	
VO Historische Kommunikationsforschung	
VO Medieninnovation	
VO Medien und ethnische Minderheiten	
VO Visuelle Kommunikation	
SE Bachelorseminar	

Allgemeine Lehrveranstaltungen MA	Praxisbezogene Lehrveranstaltungen MA
VO Politische Kommunikation und Medienpolitik	VO Strategische Kommunikation
VO Repetitorium Theorien und Methoden	VO Journalismus im Wandel medialer Bedingungen
VU Vertiefende qualitative Methoden	VO Markt und Meinungsforschung
VU Vertiefende quantitative Methoden	VO Redaktionsmanagement
VO Kommunikationsmanagement	VO Management digitaler Medien
VO Innovationsmanagement	VO Agenturmanagement
VO Verfassungs- und Verwaltungsrecht	
VO Medien- und Rundfunkrecht	
VO Urheber- und Wettbewerbsrecht	

VO Internetrecht	
VO Arbeits- und Sozialrecht	
VO Gesundheitskommunikation	
VO Organisationskommunikation	
VO Interpersonelle Kommunikation	
VO Visuelle Kommunikation	
VO Netzwerkanalyse	
VO Historische Medienforschung	
VO Medien und Gender	
VO Konfliktmanagement	
VO Gender und Mainstreaming	
SE Forschungsseminar	
SE Vertiefendes Forschungsseminar	
SE Masterseminar	

H3) Lehrende, die zum Thema Pressekodex forschen/forschten, behandeln das Thema in Lehrveranstaltungen öfter als Lehrende, die nicht zu diesem Thema forschen/forschten.

- *unabhängige Variable:* Forschung des/der Lehrende/n
- *Ausprägung:* forscht/e auf dem Gebiet ja oder nein
- *abhängige Variable:* Behandlung des Themas Pressekodex
- *Ausprägungen:* Behandlung ja oder nein

H4) Lehrende, die im Bereich Journalismus arbeiten/arbeiteten, behandeln das Thema Pressekodex in Lehrveranstaltungen öfter als Lehrende, die in anderen Bereichen tätig sind.

- *unabhängige Variable:* (ehemaliger) Beruf
- *Ausprägung:* (ehemalige) Arbeit im Bereich Journalismus ja oder nein
- *abhängige Variable:* Behandlung des Themas Pressekodex
- *Ausprägungen:* Behandlung ja oder nein

H5) Lehrende, die bei einem Printmedium arbeiten/arbeiteten, behandeln das Thema Pressekodex in Lehrveranstaltungen öfter als Lehrende, die in anderen Bereichen tätig sind.

- *unabhängige Variable:* (ehemaliger) Beruf
- *Ausprägung:* Print, TV, Radio, Online, Andere
- *abhängige Variable:* Behandlung des Themas Pressekodex
- *Ausprägungen:* Behandlung ja oder nein

FF2) Wie ausführlich behandeln Lehrende der Studienrichtung Publizistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung?

Bestandteil der nationalen und internationalen Strategie zur generellen Suizidprävention ist die „Weiterführung umfassender Schulungsprogramme für ermittelte Gatekeeper (z.B. medizinische Fachkräfte, Pädagogen, Polizisten): Verbesserung der Kompetenzen von Psychiatern/Psychologen und Hausärzten bei der Erkennung und Behandlung vulnerabler Personen.“ (WHO, 2014: 59) Die explizite Einbeziehung dieses Themas, unter anderem in Verbindung mit Ausbildung, in diesem Fall Studium, ist eine wichtige Möglichkeit zur Erfüllung einer Strategie zur Suizidprävention. (Vgl. WHO, 2014: 58)

H1) Lehrende, die bei einem Medium tätig sind/waren, welches Mitglied im Presserat ist, behandeln das Thema Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung in Lehrveranstaltungen öfter als Lehrende, die bei einem Medium tätig sind/waren, welches nicht dem Presserat angehört.

- *unabhängige Variable:* Mitglied im Presserat
- *Ausprägung:* Mitglied ja oder nein
- *abhängige Variable:* Behandlung des Themas Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung
- *Ausprägungen:* Behandlung ja oder nein

H2) Lehrende, die praxisbezogene Lehrveranstaltungen halten, behandeln das Thema Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung in Lehrveranstaltungen öfter als Lehrende, die allgemeine Lehrveranstaltungen halten.

- *unabhängige Variable:* Art der Lehrveranstaltungen
- *Ausprägung:* praxisbezogene Lehrveranstaltungen, allgemeine Lehrveranstaltungen
- *abhängige Variable:* Behandlung des Themas Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung
- *Ausprägungen:* Behandlung ja oder nein

H3) Lehrende, die zum Thema Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung forschen/forschten, behandeln das Thema in Lehrveranstaltungen öfter als Lehrende, die nicht zu diesem Thema forschen/forschten.

In der Vorlesung „Gesundheitskommunikation“ (GESU) von Ass.-Prof. Dr. Florian Arendt, wird das Thema Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung ausführlich behandelt. Er selbst forscht auf diesem Gebiet.

- *unabhängige Variable:* Forschung des/der Lehrende/n
- *Ausprägung:* forscht/e auf dem Gebiet ja oder nein
- *abhängige Variable:* Behandlung des Themas Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung
- *Ausprägungen:* ja oder nein

H4) Lehrende, die im Bereich Journalismus arbeiten/arbeiteten behandeln das Thema Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung in Lehrveranstaltungen öfter als Lehrende, die in anderen Bereichen tätig sind/waren.

- *unabhängige Variable:* (ehemaliger) Berufsstand
- *Ausprägung:* (ehemalige) Beruf im Bereich Journalismus ja oder nein
- *abhängige Variable:* Behandlung des Themas Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung
- *Ausprägungen:* Behandlung ja oder nein

H5) Lehrende, die bei einem Printmedium arbeiten/arbeiteten, behandeln Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung in Lehrveranstaltungen öfter als Lehrende, die in anderen Bereichen tätig sind/waren.

- *unabhängige Variable:* (ehemaliger) Berufsstand
- *Ausprägung:* Print, TV, Radio, Online, Andere
- *abhängige Variable:* Behandlung der Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung
- *Ausprägungen:* Behandlung ja oder nein

FF3) In wie weit sind Publizistik und Kommunikationswissenschaft StudentInnen mit dem Inhalt des österreichischen Pressekodex vertraut?

H1) Je mehr ECTS-Punkte Bachelor-StudentInnen gesammelt haben, desto eher wissen diese welche Aufgaben der österreichische Presserat hat.

Bereits in der Studieneingangsphase des Bachelorstudiums Publizistik und Kommunikationswissenschaft erhalten Studierende einen Überblick in die österreichische Medienlandschaft. In weiterer Folge können Spezialgebiete wie Gesundheitskommunikation gewählt werden. Im Pflichtmodul „GESKO A“ wird Studierenden unter anderem ein Einblick in berufspraktische Tätigkeiten von JournalistInnen gegeben. In all diesen Kursen gibt es eine thematische Verbindung zum Thema Presserat und Pressekodex. Daraus ergibt sich, dass Studierende im Zuge ihres Studiums mindestens einmal, höchstwahrscheinlich mehrmals, mit dem Thema Presserat und Pressekodex in Berührung kommen. (Vgl. Curriculum BA, 2017) „Der Österreichische Presserat versteht sich als moderne Selbstregulierungseinrichtung im Pressebereich, die der redaktionellen Qualitätssicherung sowie der Gewährleistung der Pressefreiheit dient. Eine wesentliche Aufgabe des Presserates ist es, Missstände im Pressewesen aufzuzeigen und diesen entgegenzuwirken. Der Presserat ist ein Verein, dessen Träger die wichtigsten Journalisten- und Verlegerverbände Österreichs sind.“ (presserat.at)

- *abhängige Variable:* Kenntnis über Aufgaben des österreichischen Presserats
- *Ausprägungen:* Kenntnis ja oder nein
- *unabhängige Variable:* ECTS-Punkte
- *Ausprägungen:* Anzahl der ECTS-Punkte: <45, 46-90, 91-135, 136-180

Operationalisierung abhängige Variable: Kenntnis über Aufgaben des österreichischen Presserats:

Bei der Variable geht es darum, ob die Befragten Kenntnis über die Aufgaben des österreichischen Presserats haben.

Dabei geht es konkret um folgende Aufgaben:

- Erstellung des Pressekodex
- Missstände im Pressewesen aufzuzeigen und diesen entgegenwirken (presserat.at)

H2) Je mehr ECTS-Punkte Master-StudentInnen gesammelt haben, desto eher wissen diese, welche Aufgaben der österreichische Presserat hat.

Sofern Studierende den Bachelorstudiengang an der Universität Wien in Publizistik und Kommunikationswissenschaft absolviert haben, sollten diese im Masterstudium bereits mit dem Thema Presserat und Pressekodex in Berührung gekommen sein. Im Master Studium wird beispielsweise in den Vorlesungen „REP“ und „JOURWA“ das Thema (erneut) vermittelt. (Curriculum MA, 2017) Die Aufgaben des österreichischen Presserats wurden bereits in H1 genannt.

- *abhängige Variable:* Kenntnis über Aufgaben des österreichischen Presserats
- *Ausprägungen:* Kenntnis ja oder nein
- *unabhängige Variable:* ECTS-Punkte
- *Ausprägungen:* Anzahl der ECTS-Punkte: <40, 41-80, 81-120

H3) Je mehr ECTS-Punkte Bachelor-StudentInnen gesammelt haben, desto mehr Hauptpunkte des österreichischen Pressekodex können diese benennen.

Im österreichischen Pressekodex sind die folgenden Punkte als Hauptpunkte aufgelistet:

- Freiheit
- Genauigkeit
- Unterscheidbarkeit
- Einflussnahmen
- Persönlichkeitsschutz
- Intimsphäre
- Schutz vor Pauschalverunglimpfungen und Diskriminierung
- Materialbeschaffung
- Redaktionelle Spezialbereiche

- Öffentliches Interesse
- Interessen von Medienmitarbeitern
- Suizidberichterstattung (presserat.at)

Wie bereits in H1 erwähnt sollten Studierende bereits im Bachelor Studium mindestens einmal, aber höchstwahrscheinlich mehrmals, mit dem Thema Presserat und Pressekodex in Berührung gekommen sein.

- *abhängige Variable*: Kenntnis über Hauptpunkte des österreichischen Pressekodex
- *Ausprägungen*: Kenntnis ja oder nein
- *unabhängige Variable*: ECTS-Punkte
- *Ausprägungen*: Anzahl der ECTS-Punkte: <45, 46-90, 91-135, 136-180

Operationalisierung abhängige Variable: Kenntnis über Hauptpunkte des österreichischen Pressekodex

Bei der Variable geht es darum, ob die Befragten Kenntnis über die Hauptpunkte des österreichischen Pressekodex haben. Konkret geht es um folgende Hauptpunkte:

- Freiheit
- Genauigkeit
- Unterscheidbarkeit
- Einflussnahmen
- Persönlichkeitsschutz
- Intimsphäre
- Schutz vor Pauschalverurteilungen und Diskriminierung
- Materialbeschaffung
- Redaktionelle Spezialbereiche
- Öffentliches Interesse
- Interessen von Medienmitarbeitern
- Suizidberichterstattung (presserat.at)

H4) Je mehr ECTS-Punkte Master-StudentInnen gesammelt haben, desto mehr Hauptpunkte des österreichischen Pressekodex können diese benennen.

Am Anfang des Masterstudiums Publizistik und Kommunikationswissenschaft wird für die Studierenden in der Vorlesung „REP“ ein Überblick über die wichtigsten Inhalte des Bachelorstudiums gegeben, somit auch das Wichtigste zum Thema Presserat und

Pressekodex. (Curriculum MA, 2017) Die Hauptpunkte des österreichischen Pressekodex wurden bereits in H3 aufgelistet.

- *abhängige Variable:* Kenntnis über Hauptpunkte des österreichischen Pressekodex
- *Ausprägungen:* Kenntnis ja oder nein
- *unabhängige Variable:* ECTS-Punkte
- *Ausprägungen:* Anzahl der ECTS-Punkte: <40, 41-80, 81-120

FF4) In wie weit sind Publizistik und Kommunikationswissenschaft StudentInnen mit den Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung vertraut?

H1) Je mehr ECTS-Punkte Bachelor-StudentInnen gesammelt haben, desto eher kennen diese den Begriff „Werther-Effekt“.

Das Phänomen des „Werther-Effekts“ wurde von David Philipps geprägt. David Phillips verwendete 1974 den Ausdruck „Werther-Effekt“ um zu beschreiben, dass Medienberichte über Suizid weitere Suizide (Nachahmungstaten) begünstigen. (Vgl. Brosius & Ziegler, 2001) Er veröffentlichte im gleichen Jahr eine einflussreiche Studie, in welcher er den Fokus auf Suizide legte, welche auf der Titelseite der New York Times berichtet wurden. (Vgl. Phillips, 1974) In vielen Ländern erfahren die wenigsten JournalistInnen in der Ausbildung von der Existenz des "Werther-Effekts". (Vgl. Brosius & Ziegler, 2001: 15)

- *abhängige Variable:* Kenntnis Begriff/Definition „Werther-Effekt“
- *Ausprägungen:* Kenntnis ja oder nein
- *unabhängige Variable:* ECTS-Punkte
- *Ausprägungen:* Anzahl der ECTS-Punkte: <45, 46-90, 91-135, 136-180

Operationalisierung abhängige Variable: Kenntnis Begriff/Definition „Werther-Effekt“:

Bei dieser Variable geht es darum, ob den Befragten die Definition des „Werther-Effekts“ bekannt ist. David Phillips, welcher den Begriff „Werther-Effekt“ geprägt hat, verwendete 1974 diesen Ausdruck um zu beschreiben, dass Medienberichte über Suizid weitere Suizide (Nachahmungstaten) begünstigen. (Vgl. Brosius & Ziegler, 2001)

H2) Je mehr ECTS-Punkte Bachelor-StudentInnen gesammelt haben, desto eher sind diese mit den Inhalten der Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung vertraut.

Medienrichtlinien für die Berichterstattung über Suizid wurden in Österreich im Jahr 1987 eingeführt. (Vgl. Niederkrotenthaler & Sonnek, 2007: 420) In einem verantwortungsbewussten, journalistischen Bericht müsste im Sinne einer sorgfältigen, suizidpräventiven Berichterstattung zusammengefasst auf die Nennung folgender Informationen verzichtet werden:

- Angaben zur biologischen und sozialen Identität: Detaillierte Angaben über das Alter, Geschlecht und Aussehen (Fotos, Bilder) der betroffenen Person sowie Angaben über soziale Beziehungen, emotionale Verfassung, Charakter und Leistungsfähigkeit des/der Suizidenten/Suizidentin (Identifikationspotenzial)
- Angaben zu Suizidmethode und Suizidort: Bei Angabe des Orts können sogenannte Hotspots entstehen
- Spekulationen über Ursachen und Bewertungen des Suizids (Vgl. Brosius & Ziegler, 2001: 21f.), (Vgl. suizidprävention.at)

Ebenfalls zu vermeiden sind eine sensationsträchtige Sprache, Aufmachung, Berichte auf der Titelseite sowie eine Heroisierung oder Romantisierung des/der Suizidenten/Suizidentin beziehungsweise des Suizids. (Vgl. Schäfer, 2019: 596), (Vgl. Tomandl, 2014: 7)

Wichtig ist bei einer verantwortungsvollen Berichterstattung, in Anlehnung an die Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung, dass eine neutrale Sprache verwendet wird. Laut Medienempfehlungen soll der neutrale Begriff Suizid verwendet werden, nicht Freitod oder Selbstmord. (Vgl. Bohanna & Wang, 2012), (Vgl. WHO, 2008), (Vgl. Tomandl et.al., 2014) Eine Studie von Arendt et. al. aus dem Jahr 2018 zeigt auf, dass der neutrale Begriff Suizid in der Berichterstattung verwendet werden sollte und warum dies wichtig ist. Des Weiteren sollte bei jeder Berichterstattung auf Hilfsangebote, wie z.B. Telefonseelsorge, verwiesen werden. (Vgl. Schäfer, 2019: 696) Die Berichterstattung über Suizid soll auch das Aufzeigen von Auswegen aus der Krise beinhalten. (Vgl. Bohanna & Wang, 2012), (Vgl. WHO, 2008), (Vgl. Tomandl et.al., 2014) Diese Verbesserungen traten beispielsweise in Österreich bereits zutage, wo die Medien aktiv in die Verbreitung von entsprechenden Leitlinien einbezogen wurden. (WHO, 2014: 36)

- *abhängige Variable:* Wissen über die Inhalte der Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung
- *Ausprägungen:* Wissen ja oder nein

- *unabhängige Variable*: ECTS-Punkte
- *Ausprägungen*: Anzahl der ECTS-Punkte: <45, 46-90, 91-135, 136-180

Operationalisierung abhängige Variable: Wissen über die Inhalte der Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung

Bei dieser Variable geht es darum, ob die Befragten die Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung kennen. Zusammengefasst lauten die Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung wie folgt:

- Vermeidung von Angaben zur biologischen und sozialen Identität, wie detaillierte Angaben über das Alter, Geschlecht und Aussehen (Fotos, Bilder) der betroffenen Person sowie Angaben über soziale Beziehungen, emotionale Verfassung, Charakter und Leistungsfähigkeit des/der Suizidenten/Suizidentin. (Identifikationspotenzial)
- Vermeidung von Angaben zu Suizidmethode und Suizidort. Bei Angabe des Orts können sogenannte Hotspots entstehen.
- Vermeidung von Spekulationen über Ursachen und Bewertungen des Suizids. (Vgl. Brosius & Ziegler, 2001: 21f.), (Vgl. Tomandl et.al., 2014)
- Vermeidung von sensationsträchtiger Sprache, Aufmachung, Berichte auf der Titelseite sowie eine Heroisierung oder Romantisierung des/der Suizidenten/Suizidentin beziehungsweise des Suizids. (Vgl. Schäfer, 2019: 596)
- Verwendung einer neutralen Sprache z.B. soll der neutrale Begriff Suizid verwendet werden, nicht Freitod oder Selbstmord. (Vgl. Bohanna & Wang, 2012), (Vgl. WHO, 2008), (Vgl. Tomandl et.al., 2014)
- Verweisen auf Hilfsangebote, z.B. Telefonseelsorge. Die Berichterstattung über Suizid soll auch das Aufzeigen von Auswegen aus der Krise beinhalten. (Vgl. Bohanna & Wang, 2012), (Vgl. WHO, 2008), (Vgl. Tomandl et.al., 2014)

H3) Je mehr ECTS-Punkte Bachelor-StudentInnen gesammelt haben, desto eher können diese den Zusammenhang zwischen den Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung und dem Begriff „Werther-Effekt“ herstellen.

Wenn sich JournalistInnen nicht an die Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung halten, kann dies einen sogenannten „Werther-Effekt“ auslösen. Dies bedeutet, dass es einen Anstieg an Suiziden als Folge der Berichterstattung gibt. (Vgl. Brosius & Ziegler, 2001) Forschungen zeigten, dass nach intensiver Berichterstattung über Suizide dies vermehrt zu suizidalen Nachahmungstaten führt. (Vgl. Pirkins & Blood, 2001), (Till & Niederkrotenthaler, 2019), (Niederkrotenthaler, et. al. 2020) Oft ähneln die Taten den Berichten über die Suizide,

Ähnlichkeiten können zum Beispiel der Ort oder die gewählte Methode sein. (Vgl. Phillips, 1947: 371) Wenn Medien den genauen Ort benennen, an welchem der Suizid stattgefunden hat, kann es vorkommen, dass sogenannte Hotspots entstehen. (Vgl. Brosius & Ziegler, 2001: 21f.) Auf Grund dessen gibt es mit Medien die Vereinbarung, über Suizide zurückhaltend zu berichten. (Vgl. Phillips, 1947: 371) Studien zu diesem Thema wurden unter anderem im Jahr 1999 von Etzersdorfer & Sonnek, im Jahr 2001 von Brosius & Ziegler sowie im Jahr 2013 von Schäfer und Quiring durchgeführt, nur um einige wenige zu nennen. Mehr als 150 wissenschaftliche Untersuchungen haben gezeigt, dass sensationsträchtige Berichterstattungen von Suizid in den Nachrichten, zu einem Anstieg der Suizidrate in der Bevölkerung führen. (Vgl. Till & Niederkrotenthaler, 2019: 121) Die zahlreiche Erforschung des Themas zeigt dessen Wichtigkeit.

- *abhängige Variable*: Wissen um Zusammenhang zwischen Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung und dem Begriff „Werther-Effekt“
- *Ausprägungen*: Wissen ja oder nein
- *unabhängige Variable*: ECTS-Punkte
- *Ausprägungen*: Anzahl der ECTS-Punkte: <45, 46-90, 91-135, 136-180

Operationalisierung abhängige Variable: Wissen um Zusammenhang zwischen Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung und dem Begriff „Werther-Effekt“

Bei dieser Variable geht es im ersten Schritt darum, ob die Befragten die Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung kennen.

Im zweiten Schritt geht es darum, ob diese den Begriff „Werther-Effekt“ kennen.

Im dritten Schritt geht es darum, ob diesen der Zusammenhang zwischen dem „Werther-Effekt“ und den Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung bekannt ist. Wenn sich JournalistInnen nicht an die Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung halten, kann dies einen sogenannten „Werther-Effekt“ auslösen. Dies bedeutet, dass es einen Anstieg an Suiziden als Folge der Berichterstattung gibt. (Vgl. Brosius & Ziegler, 2001) Forschungen zeigten, dass dies nach intensiver Berichterstattung über Suizide vermehrt zu suizidalen Nachahmungstaten führt. Oft ähneln die Taten den Berichten über die Suizide. Ähnlichkeiten können zum Beispiel der Ort oder die gewählte Methode sein. (Vgl. Phillips, 1947: 371) Wenn Medien den genauen Ort benennen, an welchem der Suizid stattgefunden hat, kommt es vor, dass sogenannte Hotspots entstehen. (Vgl. Brosius & Ziegler, 2001: 21f.) Auf Grund dessen gibt es mit Medien die Vereinbarung, über Suizide zurückhaltend zu berichten. (Vgl. Phillips, 1947: 371)

H4) Je mehr ECTS-Punkte Master-StudentInnen gesammelt haben, desto eher kennen diese den Begriff „Werther-Effekt“.

Die im Master Studium stattfindende Vorlesung „Gesundheitskommunikation“ beinhaltet eine genaue Erklärung des Begriffs „Werther-Effekt“.

- *abhängige Variable:* Kenntnis Begriff/Definition „Werther-Effekt“
- *Ausprägungen:* Kenntnis ja oder nein
- *unabhängige Variable:* ECTS-Punkte
- *Ausprägungen:* Anzahl der ECTS-Punkte: <40, 41-80, 81-120

H5) Je mehr ECTS-Punkte Master- StudentInnen gesammelt haben, desto eher sind diese mit den Inhalten der Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung vertraut.

In der Vorlesung „Gesundheitskommunikation“ sind Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung ein wichtiger Bestandteil der Vorlesung. Sich im Masterstudium befindende Studierende sollten Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung ein Begriff sein. (Curriculum MA, 2017) Die Inhalte der Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung wurden bei der FF2, H2, bereits zusammengefasst.

- *abhängige Variable:* Wissen über die Inhalte der Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung
- *Ausprägungen:* Wissen ja oder nein
- *unabhängige Variable:* ECTS-Punkte
- *Ausprägungen:* Anzahl der ECTS-Punkte: <40, 41-80, 81-120

H6) Je mehr ECTS-Punkte Master-StudentInnen gesammelt haben, desto eher können diese den Zusammenhang zwischen den Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung und dem Begriff „Werther-Effekt“ herstellen.

In der im Master Studium stattfindenden Vorlesung „Gesundheitskommunikation“ wird der Zusammenhang zwischen Medienempfehlungen und dem Begriff „Werther-Effekt“ erörtert.

- *abhängige Variable:* Wissen um Zusammenhang zwischen Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung und dem Begriff „Werther-Effekt“
- *Ausprägungen:* Wissen ja oder nein
- *unabhängige Variable:* ECTS-Punkte

- *Ausprägungen:* Anzahl der ECTS-Punkte: <40, 41-80, 81-120

H7) Je mehr ECTS-Punkte Bachelor-StudentInnen gesammelt haben, desto eher kennen diese den Begriff „Papageno-Effekt“.

Im Gegensatz zum „Werther Effekt“, welcher davon ausgeht, dass Medienberichte über Suizide weitere Suizide begünstigen, spricht der „Papageno-Effekt“ vom Gegenteil, sprich einer Reduktion der Suizidrate nach Mediendarstellungen. (Vgl. Niederkrotenthaler et.al., 2010: 234) Empirische Befunde zur Existenz des „Papageno-Effekts“ liefert die Pionierstudie von Niederkrotenthaler et al aus dem Jahr 2010. Die Berichterstattung über individuelle Suizidvorstellungen, welche nicht begleitet von versuchten oder vollendeten Suizid waren, wurde mit einem Rückgang der Suizidraten in Verbindung gebracht. (Vgl. Niederkrotenthaler, et. al., 2010: 241)

- *abhängige Variable:* Kenntnis Begriff/Definition „Papageno-Effekt“
- *Ausprägungen:* Kenntnis ja oder nein
- *unabhängige Variable:* ECTS-Punkte
- *Ausprägungen:* Anzahl der ECTS-Punkte: <45, 46-90, 91-135, 136-180

Operationalisierung abhängige Variable: Kenntnis Begriff/Definition „Papageno-Effekt“

Bei dieser Variable geht es darum, ob den Befragten die Definition des „Papageno-Effekts“ bekannt ist. Vom „Papageno-Effekt“ spricht man, wenn es zu einer Reduktion der Suizidrate nach Medienberichten über Suizid kommt. (Vgl. Niederkrotenthaler et.al., 2010: 234)

H8) Je mehr ECTS-Punkte Bachelor-StudentInnen gesammelt haben, desto eher können diese den Zusammenhang zwischen den Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung und dem Begriff „Papageno-Effekt“ herstellen.

Die Berichterstattung über eine positive Bewältigung unter widrigen Umständen (Artikel über Personen, die andere Bewältigungsstrategien als suizidales Verhalten anwandten) in Medienbeiträgen über Suizidvorstellungen, kann eine schützende Wirkung haben. (Vgl. Niederkrotenthaler, et. al., 2010: 241f.)

- *abhängige Variable:* Wissen um Zusammenhang zwischen Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung und dem Begriff „Papageno-Effekt“
- *Ausprägungen:* Wissen ja oder nein
- *unabhängige Variable:* ECTS-Punkte

- *Ausprägungen:* Anzahl der ECTS-Punkte: <45, 46-90, 91-135, 136-180

Operationalisierung abhängige Variable: Wissen um Zusammenhang zwischen Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung und dem Begriff „Papageno-Effekt“

Bei dieser Variable geht es im ersten Schritt darum, ob die Befragten die Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung kennen. Im zweiten Schritt geht es darum, ob diese den Begriff „Papageno-Effekt“ beziehungsweise dessen Bedeutung kennen. Im dritten Schritt geht es darum, ob die Befragten den Zusammenhang zwischen dem Begriff „Papageno-Effekt“ und den Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung kennen. Die Berichterstattung über individuelle Suizidvorstellungen, welche nicht begleitet von versuchten oder vollendeten Suizid waren, wurde mit einem Rückgang der Suizidraten in Verbindung gebracht. (Vgl. Niederkrotenthaler, et. al., 2010: 241)

H9) Je mehr ECTS-Punkte Master-StudentInnen gesammelt haben, desto eher kennen diese den Begriff „Papageno-Effekt“.

Die im Masterstudium stattfindende Vorlesung „Gesundheitskommunikation“ beinhaltet eine genaue Erklärung des Begriffs „Papageno-Effekt“.

- *abhängige Variable:* Kenntnis Begriff/Definition „Papageno-Effekt“
- *Ausprägungen:* Kenntnis ja oder nein
- *unabhängige Variable:* ECTS-Punkte
- *Ausprägungen:* Anzahl der ECTS-Punkte: <40, 41-80, 81-120

H10) Je mehr ECTS-Punkte Master-StudentInnen gesammelt haben, desto eher können diese den Zusammenhang zwischen den Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung und dem Begriff „Papageno-Effekt“ herstellen.

In der im Masterstudium stattfindenden Vorlesung „Gesundheitskommunikation“ wird der Zusammenhang zwischen Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung und dem Begriff „Papageno-Effekt“ vermittelt.

- *abhängige Variable:* Wissen um den Zusammenhang zwischen Medienempfehlungen und dem Begriff „Papageno-Effekt“
- *Ausprägungen:* Wissen ja oder nein
- *unabhängige Variable:* ECTS-Punkte
- *Ausprägungen:* Anzahl der ECTS-Punkte: <40, 41-80, 81-120

5. Suizid - Definition

Nach Bronisch (2007) ist der Suizid „eine Handlung, die der Betroffene für sich selbst tut als letzten oder besten Ausweg aus einer für ihn unerträglichen Situation.“ Suizid ist somit eine selbstausgeführte Handlung, welche nur dem Menschen eigen ist, welche zum Tod führt und alle Handlungen, Taten etc. miteinschließt, die dies ermöglichen. (Vgl. Bronisch, 2007: 8) „Sie berühren fundamental seine Existenz und setzen Selbstreflexion voraus, d.h. ein bewusstes Handeln mit der Konsequenz bzw. dem Versuch, die eigene Existenz auszulöschen.“ (Bronisch, 2007: 8) Suizide von nahen Familienmitgliedern können zu familiärer Stigmatisierung und psychischer Belastung führen. (Vgl. Schmidtke & Häfner 1988: 666) Dies kann wiederum suizidales Verhalten auslösen oder begünstigen. (Vgl. Schmidtke & Häfner 1988: 666)

Suizid ist und war schon immer eine Handlung, welche umstritten ist und viele Diskussionen auslöst. Des Weiteren ist dies ein Thema, über welches immer wieder berichtet wird. Die Art der Berichterstattung spielt dabei eine entscheidende Rolle. In der Theorie gibt es zwei Begriffe („Werther-Effekt“ und „Papageno-Effekt“), welche die Folgen der Berichterstattung über Suizid beschreiben. Im Nachfolgenden wird der Begriffe „Werther-Effekt“ beschrieben.

6. Werther-Effekt

Der Begriff „Werther-Effekt“ bekam seinen Namen, da nach der Veröffentlichung des Werks „die Leiden des jungen Werthers“ von Goethe Ende des 18. Jahrhunderts, der darin beschriebene Selbstmord der Hauptfigur eine Reihe von Nachahmungstaten in Europa auslöste. (Vgl. Brosius & Ziegler, 2001: 9), (Vgl. Ziegler & Hegerl, 2002: 41) Auch wenn sich einige Forscher nicht einig sind, ob die Publikation des Werks tatsächlich der Grund für die Suizide war und davon sprechen, dass das Phänomen unzureichend epidemiologisch erforscht und erfasst ist, kann belegt werden, dass eine zweistellig Zahl an Fällen in einigen europäischen Ländern in direkter Verbindung mit der Publikation von Goethes Werk steht. (Vgl. Brosius & Ziegler, 2001: 9) Das Phänomen der Nachahmung aufgrund Goethes Roman war insofern evident, da sich einige der Suizidenten, genau wie die Hauptfigur im Roman, mit blauer Jacke und gelber Weste kleideten oder das Buch direkt beim Suizid bei sich trugen. (Vgl. Brosius & Ziegler, 2001: 9) Nachdem sich ein 18-jähriger Junge namens Karl von Hohenhausen im Jahr 1833 selbst erschoss, klagte dessen Mutter Goethe als Schuldigen sogar an, da ihr Sohn einige Stellen im „Werther“ angestrichen hatte. (Vgl. Brosius & Ziegler, 2001: 10) Auch wenn die Nachahmungswirkung des Buches nicht mit quantitativen sozialwissenschaftlichen Methoden evaluiert werden konnte, handelt es sich trotzdem um ein Phänomen, welches aufgrund der Identifikation mit dem Romanheld in Goethes Werk in der Literatur als Tatsache angesehen wird. (Vgl. Brosius & Ziegler, 2001: 10) Gestützt wird dies

auch dadurch, dass das Buch in Leipzig, Mailand und Kopenhagen verboten wurde. (Vgl. Brosius & Ziegler, 2001: 10)

Das Phänomen „Werther-Effekt“ ist nicht nur auf das Werk von Goethe zu beschränken. Der Begriff wurde von David Philipps geprägt, welcher 1974 erstmals den Ausdruck „Werther-Effekt“ verwendete, um zu beschreiben, dass Medienberichte über Suizid weitere Suizide (Nachahmungstaten) begünstigen. (Vgl. Brosius & Ziegler, 2001: 11)

Mehr als 150 wissenschaftliche Untersuchungen haben gezeigt, dass sensationsträchtige Berichterstattungen von Suizid in den Nachrichten zu einem Anstieg der Suizidrate in der Bevölkerung führen. (Vgl. Till & Niederkrotenthaler, 2019: 121)

Der „Werther-Effekt“ konnte sowohl im fiktionalen als auch im non-fiktionalen Bereich empirisch nachgewiesen werden. Im nachfolgenden Kapitel wird der Forschungsstand zum „Werther-Effekt“ im non-fiktionalen Bereich dargestellt.

6.1. Werther-Effekt im non-fiktionalen Bereich

Bevor David Phillips Pionierstudie erschien, gelang es Jerome A. Motto (1970) einen indirekten Beweis für den damals noch nicht als „Werther-Effekt“ bekannten Nachahmungseffekt zu finden. Während eines 268 Tage andauernden Zeitungsstreiks in Detroit kam ihm die Idee, dass während eines Medienstreiks keine Berichterstattung über Suizide erfolgt und somit auch kein Nachahmungseffekt resultieren kann, was eine Senkung der Suizidzahlen zur Folge haben müsste. (Vgl. Motto: 1970: 143) Tatsächlich fand Motto (1970) während des Zeitungsstreiks vor allem bei jungen Frauen einen signifikanten Rückgang an Suiziden. Nach Beendigung des Streiks konnte Motto einen Wiederanstieg der Suizide feststellen. (Vgl. Motto: 1970: 143)

David Phillips veröffentlichte 1974 eine Studie, in welcher er den Fokus auf Suizide legte, über welche auf der Titelseite der New York Times berichtet wurden. Phillips (1974) fand in dieser Pionierstudie heraus, dass nach Zeitungsberichten über Suizide von Prominenten ebenfalls die Anzahl der Suizide in der Gesamtbevölkerung statistisch messbar ansteigt. Phillips Methode war es, eine Liste mit 33 prominenten Persönlichkeiten zusammenzustellen, welche sich zwischen 1947 und 1967 suizidierten und über deren Suizide auf der Titelseite der New York Times berichtet wurde und die zusätzlich im „Fact on Files“, einem Index, in welchem die wichtigsten Weltnachrichten aufgelistet sind, verzeichnet waren. (Vgl. Phillips, 1974: 341) Unter den Persönlichkeiten waren unter anderem ein Mitglied des Ku Klux Klan, Daniel Burros, sowie die berühmte Schauspielerin und Ikone Marilyn Monroe. (Vgl. Phillips 341 ff.) Phillips untersuchte die amtliche Statistik auf Schwankungen der Selbstmordrate im Vergleich zum

Vorjahr und zum Folgejahr und spricht dabei von einem simplen Vorher-Nachher. (Vgl. Phillips 341 ff.) Er nahm Vergleiche für jeden Suizidfall, der berichtet wurde, vor, indem er die Differenz zwischen dem erwarteten und dem beobachteten Wert für jeden Suizidfall berechnet hat.¹ Anschließend hat Phillips diesen Differenz-Score aufsummiert. (Vgl. Phillips 341 ff.)

Wenn 0 = kein Werther-Effekt

Wenn substantiell < 0 = kein Werther-Effekt

Wenn substantiell > 0 = Werther-Effekt

Im Folgenden Abbildung 1, welche den zahlenmäßigen Anstieg an Suizidraten in den USA nach der Berichterstattung über den Suizid einer prominenten Persönlichkeit auf der Titelseite der New York Times zeigt.

¹ Wenn sich der Suizid nach dem 23. eines Monats ereignet hat beziehungsweise über diesen berichtet wurde, dann wurde die Suizidstatistik des nächsten Monats herangezogen und verrechnet, da die Suizidzahlen sonst nicht aussagekräftig sind. Die Entscheidung den 23. als Stichtag zu nehmen traf Phillips aufgrund der Annahme, dass sich imitative Effekt zwei Wochen nach der Berichterstattung ereignen. (Vgl. Phillips:1974: 342)

Table 1. Rise in the Number of U.S. Suicides after Suicide Stories Publicized on Page 1 of the New York Times

Name of Publicized Suicide	Date of Suicide Story	Observed No. of Suicides in Mo. ^a after Suicide Story	Expected No. of Suicides in Mo. after Suicide Story	Rise in U.S. Suicides after Suicide Story: Observed--Expected No. of Suicides
Lockridge, author	March 8, 1948	1510	1521.5	- 11.5
Landis, filmstar	July 6, 1948	1482	1457.5	24.5
Brooks, financier	August 28, 1948	1250	1350	-100.0
Holt, betrayed husband	March 10, 1949	1583	1521.5	61.5
Forrestal, Ex-Secretary of Defense	May 22, 1949	1549	1493.5	55.5
Baker, professor	April 26, 1950	1600	1493.5	106.5
Lang, police witness	April 20, 1951	1423	1519.5	- 96.5
Soule, professor	August 4, 1951	1321	1342	- 21.0
Adamic, writer	September 5, 1951	1276	1258.5	17.5
Stengel, N. J. police chief	October 7, 1951	1407	1296.5	110.5
Feller, U. N. official	November 14, 1952	1207	1229	- 22.0
LaFollette, Senator	February 25, 1953 ^b	1435	1412	23.0
Armstrong, inventor of F.M. Radio	February 2, 1954	1240	1227	13.0
Hunt, Senator	June 20, 1954	1458	1368.5	89.5
Vargas, Brazilian President	August 25, 1954	1357	1321.5	35.5
Norman, Canadian Ambassador	April 5, 1957	1511	1649.5	-138.5
Young, financier	January 26, 1958	1361	1352	9.0
Schupler, N. Y. C. councilman	May 3, 1958	1672	1587	85.0
Quiggle, Admiral	July 25, 1958	1519	1451	68.0
Zwillman, Under-world leader	February 27, 1959	1707	1609	98.0
Bang-Jensen, U. N. diplomat	November 27, 1959	1477	1423	54.0
Smith, police chief	March 20, 1960	1669	1609	60.0
Gedik, Turkish Minister	May 31, 1960	1568	1628.5	- 60.5
Monroe, filmstar	August 6, 1962	1838	1640.5	197.5
Graham, publisher				
Ward, implicated in Profumo Affair	August 4, 1963	1801	1640.5	160.5
Heyde & Tillman, ^c Nazi officials	February 14, 1964	1647	1584.5	62.5
Lord, N. J. Party chief	June 17, 1965	1801	1743	58.0
Burros, KKK Leader	November 1, 1965	1710	1652	58.0
Morrison, war critic	November 3, 1965			
Mott, American in Russian jail	January 22, 1966	1757	1717	40.0
Pike, son of Bishop Pike	February 5, 1966	1620	1567.5	52.5
Kravchenko, Russian defector	February 26, 1966	1921	1853	68.0
LoJui-Ching, Chinese Army leader	January 21, 1967	1821	1717	104.0
Amer, Egyptian Field Marshall	September 16, 1967	1770	1733.5	36.5
				1298.5

^aFor rules determining the month to be examined, see text.

^bAll February statistics have been normed for a month of 28 days.

^cThe suicides of Heyde and Tillman were discussed in the same suicide story.

NOTE: Source of Suicide statistics: U.S. Department of Health, Education, and Welfare, Public Health Service, *Vital Statistics of the U.S.*, Yearly Volumes, 1947-1968.

Table 2. Size of the Suicide Rise after a Suicide Story by Number of Days Devoted to the Story on the Front Page of the *New York Daily News*

Number of Days on Page 1 of the News	0 ^a	1 ^b	2 ^c	3 ^d	4 ^e
Average rise in U.S. suicides after each suicide story ^f	25.26	28.54	35.25	82.63	197.5

^aThe following suicide stories carried in the *New York Times* fall in this category: Lockridge, Baker, Lang, Soule, Armstrong, Hunt, Vargas, Norman, Zwillman Gedik, Smith, Graham, Heyde, Tillman, Morrison, Kravchenko, Amer, Lo Jui-Ching.

^bThis category includes: Landis, Brooks, Forrestal, Stengel, Adamic, Feller, LaFollette, Bang-Jensen, Lord, Burros, Mott, Pike.

^cThis category includes Holt and Young.

^dThis category includes Schupler and Ward.

^eThis category includes Monroe.

^fWard and Graham died on the same date, August 4, 1963. Half the rise in suicides in August, 1963, has been credited to Ward, and half to Graham. A similar procedure has been followed for Heyde and Tillman, who died on February 14, 1964, and for Burros and Morrison, who died on November 1 and November 3, 1965.

NOTE: Source of suicide statistics: U.S. Department of Health, Education, and Welfare, Public Health Service, *Vital Statistics of the U.S.*, Yearly Volumes, 1947-1968.

Abbildung 2_Influence of suggestion on suicide (Phillips, 1974: 345)

Abbildung 2 zeigt die Zunahme der Suizide im Verhältnis zur Anzahl der Tage, an denen berichtet wurde. Für diese Untersuchung hat Phillips nicht die *New York Times* herangezogen, sondern die *New York Daily News*, in welcher über die Suizide ebenfalls berichtete wurde. (Vgl. Phillips: 345) Abbildung 2 zeigt außerdem, dass die Selbstmorde nach Veröffentlichungen in der *New York Times* und in der *New York Daily News* stärker anstiegen, als nur nach Veröffentlichungen in der *Times* allein. (Vgl. Phillips, 1974: 345) Wurde über den Suizid nur einen Tag lang berichtet, betrug der Anstieg der Suizide 29, an zwei Tagen betrug der Anstieg 35 Suizide, an drei Tagen betrug der Anstieg schon 82 Suizide und an vier Tagen betrug der Anstieg 198 zusätzliche Suizide.

Als Beispiel für die Berechnungen Phillips kann der Suizid von Ku Kux Klan Mitglied Daniel Burros herangezogen werden: Daniel Burros suizidierte sich am 1. November 1965 nachdem bekannt wurde, dass dieser jüdischer Abstammung ist. (Vgl. Phillips, 1974: 241) Im November (im Monat von Burros Tod) suizidierten sich laut amerikanischer Selbstmordstatistik 1710 Menschen. (Vgl. Phillips, 1974: 241f.) Im November 1964, ein Jahr zuvor, wurden 1639 Suizide verzeichnet. Ein Jahr später, im November 1966, nahmen sich laut amerikanischer Selbstmordstatistik 1665 Personen das Leben. Phillips errechnete aus der Summe der beiden

Zahlen den Mittelwert: $(1639+1665)/2=1652$. Somit liegt der erwartete Wert für November 1965 bei ungefähr 1652 Suiziden. Phillips hat den erwarteten Wert (1652) mit dem tatsächlich beobachteten Wert (1710) verglichen. (Vgl. Phillips, 1974: 241f.) Bei diesem Beispiel ist der beobachtete Wert um 58 Suizide größer als erwartet, man spricht in diesem Zusammenhang von einer Werther-konsistenten Zunahme.

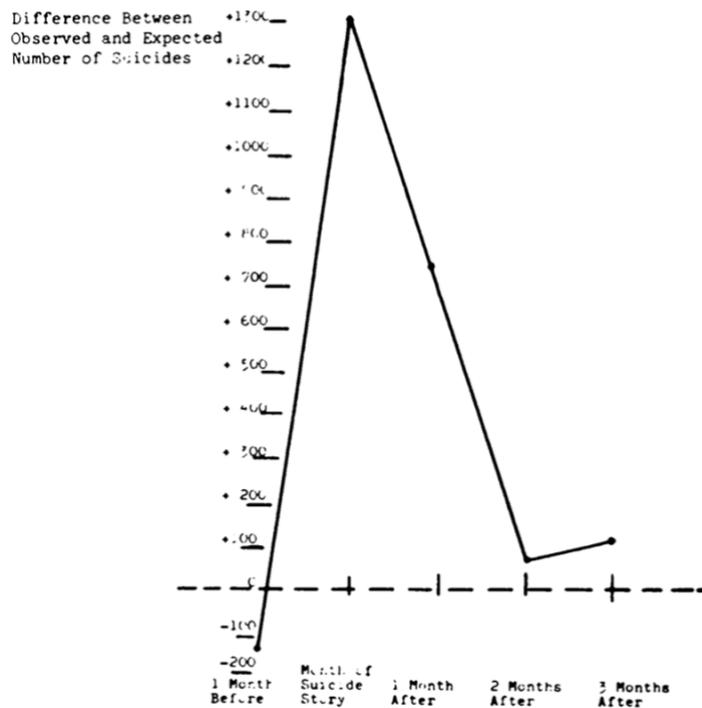


Figure 1. Fluctuation in the Number of Suicides, Before, During and After the Month of the Suicide Story

Abbildung 3_Fluctuation in the number of suicides, before, during and after the month of the suicide story (Phillips, 1974: 343)

Abbildung 3 zeigt den Anstieg der Selbstmorde im Monat vor Erscheinen der Berichterstattung, im Monat des Erscheinens der Berichterstattung und im Monat nach deren Erscheinung. Wie der Grafik zu entnehmen ist, sind die Zahlen in dem Monat vor der Berichterstattung nicht höher als erwartet. In den Monaten, in welchen der Bericht veröffentlicht wurde und in dem Monat nach der Veröffentlichung, sind die Zahlen aber deutlich höher als erwartet. In diesen beiden Monaten beträgt die Anzahl der Suizide 2.034 ($1275 + 759$), was einem Durchschnitt von 58,1 zusätzlichen Suiziden pro Berichterstattung entspricht. (Vgl. Phillips 1974: 343) Insgesamt konnte Phillips bei 26 der 33 untersuchten Prominentensuizide einen signifikanten Folge-Anstieg der Suizide in der amerikanischen Bevölkerung feststellen. (Vgl. Phillips 1974: 343) Je bekannter die Personen waren, umso deutlicher das Ergebnis. (Vgl. Phillips 1974: 343)

Den größten Anstieg konnte Phillips nach dem Tod von Marilyn Monroe entdecken. (Vgl. Phillips 1974: 343) Phillips hat, zusätzlich zur New York Times, auch die Zeitungen New York Daily News, Chicago Tribune und London Daily News untersucht und ausgewertet. Aufgrund dieser weiteren Befunde war Phillips in der Lage, seine These des Nachahmungseffekts aufgrund von Zeitungsberichterstattungen zu erhärten. (Vgl. Brosius und Ziegler, 2001: 12) Er konnte des Weiteren zusätzliche Informationen gewinnen. Beispielsweise war der Anstieg im geographischen Verbreitungsgebiet des untersuchten Mediums am stärksten, somit hatten Berichte über Suizide, welche ausschließlich auf den Titelseiten der New Yorker Zeitungen standen, nicht aber auf jenen der Chicago Tribune, in New York einen größeren Effekt als in Chicago. (Vgl. Brosius und Ziegler, 2001: 12)

Phillips war der Erste, dem es gelungen ist, den negativen Zusammenhang, welchen Medienberichte über Suizid haben, „in einer systematischen und wissenschaftlichen Studie zu quantifizieren“. (Vgl. Brosius & Ziegler, 2001: 11) „Auch wenn man jahreszeitliche Schwankungen, Einflüsse von Krieg und Wirtschaftszyklen herausrechnet, bleiben die von Phillips festgestellten signifikanten Effekte erhalten. Wassermann hat 1984 in einer Kontrollstudie die Datenbasis von Phillips erweitert und zusätzliche Einflüsse auf Schwankungen der Suizidalitätsrate kontrolliert, kam aber zu keinen wesentlich anderen Ergebnissen.“ (Brosius & Ziegler, 2001: 12)

Phillips beschäftigte sich außerdem mit der Kritik, welche an seiner Theorie geübt wurde und ging deshalb dem Einwand nach, dass durch Berichterstattung über Suizide, Personen ihre bereits getroffene Suizidentscheidung lediglich vorziehen würden, diese Personen sich aber ohnehin suizidiert hätten. (Vgl. Brosius & Ziegler, 2001: 12) „Insofern sei dem Werther-Effekt keine Verursachung von zusätzlichen Suiziden zuzuschreiben, sondern nur eine vorzeitige Auslösung. Phillips untersuchte deshalb, ob es nach einem signifikanten Anstieg der Suizidrate nach Medienberichten in den Folgemonaten zu einem entsprechend deutlichen Rückgang gekommen ist.“ (Brosius & Ziegler, 2001:12) Laut seinen Ergebnissen ist dies nicht der Fall und es ist auf Grund dessen davon auszugehen, dass sich durch die Berichterstattung zusätzliche Suizide ereignen, welche sonst nicht stattgefunden hätten. (Vgl. Brosius & Ziegler, 2001: 12)

Ein weiteres Beispiel für die Untersuchung des „Werther-Effekts“ nach dem Suizid eines Prominenten liefern neben Phillips auch Schäfer und Quiring im Jahr 2013. Schäfer und Quiring (2013) untersuchten mit einer quantitativen Inhaltsanalyse, ob die deutsche Presse, die zum Zeitpunkt der Berichterstattung bestehenden Empfehlungen zur Suizidberichterstattung in ihren Artikeln über den Tod des deutsche Fußballnationaltorwarts

Robert Enke, welcher sich 2009 das Leben nahm, einhielt. Es wurden in dieser Studie mögliche Veränderungen der Suizidzahlen anhand der Todesursachenstatistik der statistischen Ämter erhoben. (Vgl. Schäfer & Quiring, 2013: 141) „Die Ergebnisse zeigen, dass die deutschen Printmedien viele der Empfehlungen in einem beträchtlichen Teil ihrer Suizidartikel nicht einhalten. Gleichzeitig ist im Zuge der Berichterstattung eine massive Zunahme der Suizide auszumachen. Auffällig ist dabei, dass Suizidenten verstärkt ähnliche Suizidmethoden wählen.“ (Schäfer & Quiring, 2013: 141)

Der „Werther-Effekt“ ist allerdings nicht nur bei prominenten Personen festgestellt worden. Die Berichterstattung über Suizide von unbekanntem Personen kann ebenso Nachahmungstaten begünstigen. Aus der Literatur ist aber ersichtlich, dass der Bekanntheitsgrad einer Person den Nachahmungseffekt erhöht. Sprich, je bekannter eine Person ist, desto häufiger können Nachahmungstaten verzeichnet werden.

Eine Studie von Stack 1990 zitiert nach Ziegler und Hegerl (2002), in welcher er die Suizidrate nach Zeitungsberichten über Suizide von nicht-prominenten Personen untersuchte, zeigte, dass es einen messbaren Anstieg der Suizide als Folge der Berichterstattung gab. Der Effekt fiel allerdings viermal geringer aus, als bei Berichten über den Suizid prominenter Persönlichkeiten. (Vgl. Ziegler & Hegerl, 2002: 45)

Pirkis und Blood veröffentlichten 2001 eine Studie, in welcher sie bereits vorhandene Literatur über den Zusammenhang zwischen nicht-fiktionaler Medienberichterstattung über Suizid und tatsächlichem suizidalen Verhalten untersuchten. Die analysierten Studien wurden aus sechs verschiedenen Datenbanken (Medline, Psychlit, Communication Abstracts, ERIC, Dissertation Abstracts und APAIS) entnommen und betrafen drei Medientypen: Zeitungen, Fernsehen und Bücher. (Vgl. Pirkis & Blood, 2001: 146) Jeder Zusammenhang wurde im Hinblick darauf betrachtet, inwieweit er als kausal angesehen werden kann.

Zur Beurteilung der Kausalität wurden die folgenden Kriterien von Hill (1971) zitiert nach Pirkis & Blood (2001: 146f.) herangezogen:

- Konsistenz: Der Zusammenhang zwischen Medienberichterstattung über Selbstmord und tatsächlichen Selbstmorden wird durchgängig beobachtet, unabhängig vom Studiendesign und der untersuchten Population.
- Stärke: Die Assoziation ist statistisch signifikant, und es gibt möglicherweise Hinweise auf einen Dosis-Wirkungs-Effekt, was bedeutet, dass eine größere Exposition gegenüber der Medienberichterstattung über Suizid gleichbedeutend mit einem größeren Anstieg der Suizidrate ist.

- Zeitlichkeit: Die Assoziation macht zeitlich Sinn, das bedeutet, die Expositionsvariable (Medienberichterstattung über Suizid) tritt vor der Ergebnisvariablen (tatsächliche Suizide) auf.
- Spezifität: Die Assoziation ist eindeutig, das bedeutet, dass ein substanzieller Anteil der Personen, die das Ergebnis Suizid erleben, der Medienberichterstattung über Suizid ausgesetzt sind.
- Kohärenz: Die Assoziation ist übereinstimmend mit den bereits bekannten Fakten bezüglich dem Ergebnis der Forschung; tatsächliche Suizide, Suizidversuche oder Suizidgedanken.

Es wurden 42 Studien identifiziert, die den Zusammenhang zwischen nicht-fiktionaler Berichterstattung über Suizid und anschließendem suizidalem Verhalten untersuchten.

Viele Studien zum Medientyp Zeitung haben den Zusammenhang zwischen Zeitungsberichten über Selbstmord und tatsächlichen Selbstmorden untersucht. Der Effekt ist sicherlich konsistent, da er unter verschiedenen Studienmethodologien zuverlässig beobachtet wurde. (Vgl. Pirkis & Blood, 2001: 150) Eine große Anzahl der untersuchten Studien hat Erhöhungen der Suizidraten im Zusammenhang mit Zeitungsberichten über Suizid (oder Abnahmen bei deren Fehlen) nachgewiesen. (Vgl. Pirkis & Blood, 2001: 150) Studien auf individueller Ebene haben ebenfalls gezeigt, dass Berichte über Suizid die Einstellung der LeserInnen zum Suizid beeinflussen. (Vgl. Pirkis & Blood, 2001: 150) Die Assoziation zeigt auch eine Stärke in Form einer Dosis-Wirkungs-Beziehung (d.h. je größer die Berichterstattung über einen bestimmten Suizid in den Zeitungen ist, desto stärker ist der Anstieg der nachfolgenden Suizide). (Vgl. Pirkis & Blood, 2001: 150) Zusammenfassend lässt sich also sagen, dass der Zusammenhang zwischen der Zeitungsberichterstattung über Selbstmorde und den tatsächlichen Selbstmorden konsistent, stark und kohärent zu sein scheint. (Vgl. Pirkis & Blood, 2001: 150) Obwohl die Beweise in Bezug auf Zeitlichkeit und Spezifität weniger zuverlässig sind, kann man den Zusammenhang als kausal betrachten. (Vgl. Pirkis & Blood, 2001: 150)

Studien zum Medientyp Fernsehen deuten im Allgemeinen darauf hin, dass es einen Zusammenhang zwischen nicht-fiktionaler Fernsehdarstellung von Suizid und tatsächlichen Suiziden gibt, welcher trotz mancher methodischer Probleme Konsistenz zeigt. (Vgl. Pirkis & Blood 151) Die Assoziation zeigt eindeutig eine Stärke, indem sie bis zu 10 Tage nach dem Medienreiz am deutlichsten ist und sich dann auflöst. (Vgl. Pirkis & Blood, 2001: 151) Dieser Befund deutet auch darauf hin, dass die Assoziation die Bedingung der Zeitlichkeit erfüllt, obwohl zu beachten ist, dass in vielen anderen Studien nicht nachgewiesen werden konnte,

dass der publizierte Suizid vor den tatsächlichen Suiziden auftrat, da die verwendeten Daten auf monatlichen und nicht auf täglichen Zahlen beruhen. (Vgl. Pirkis & Blood, 2001: 151)

Das Kriterium der Spezifität, nämlich nachzuweisen, dass diejenigen, die sich suizidiert haben, den im Fernsehen übertragenen Stimulus tatsächlich gesehen haben, ist bei den untersuchten Studien weniger leicht zu erfüllen. (Vgl. Pirkis & Blood, 2001: 151) Die Assoziation ist kohärent, da bekannt ist, dass Medien Einstellungen beziehungsweise Verhaltensweisen beeinflussen können und das zur Schau stellen von Suizid anfällig für Nachahmung ist. (Vgl. Pirkis & Blood, 2001: 151) Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Assoziation Konsistenz, Stärke und Kohärenz aufweist. (Vgl. Pirkis & Blood, 2001: 151) Trotz der Tatsache, dass die Spezifität weniger klar nachgewiesen ist, kann behauptet werden, dass die Assoziation zwischen der Darstellung von Suizid im Fernsehen und nachfolgenden tatsächlichen Suiziden kausal ist. (Vgl. Pirkis & Blood, 2001: 151)

Der Zusammenhang zwischen nicht-fiktionaler Darstellung von Suizid in Büchern und tatsächlichen Suiziden scheint ebenfalls konsistent zu sein. Zusammenfassend deuten die Ergebnisse zweier Studien darauf hin, dass in einer Reihe von Fällen das Buch „Final Exit“ von Derek Humphry einen Einfluss auf die Wahl der Suizidmethode gehabt hat. (Vgl. Pirkis & Blood, 2001: 152) Es ist weniger klar, ob das Buch Personen zu einem Suizidversuch oder -abschluss beeinflusst hat, die dies sonst nicht getan hätten. (Vgl. Pirkis & Blood, 2001: 152) Die Tatsache, dass Marzuk (1993) und seine Kollegen nach der Veröffentlichung des Buches einen Anstieg der Suizidraten durch Erstickten mit Plastiktüten, aber keinen Anstieg der Gesamtsuizidraten fanden, deutet darauf hin, dass der Einfluss des Buches auf die Wahl der Methode beschränkt gewesen sein könnte.

Diese Studien sind nicht so angelegt, dass sie eine Untersuchung der Stärke des Zusammenhangs ermöglichen. (Vgl. Pirkis & Blood, 2001: 152) Alle basierten auf der Exposition gegenüber einem einzigen Stimulus, was eine Untersuchung eines Dosis-Wirkungs-Effekts ausschließt. (Vgl. Pirkis & Blood, 2001: 152)

Die Zeitlichkeit des Zusammenhangs wurde mehrfach demonstriert, wobei der Erwerb und die Untersuchung von „Final Exit“ dem Suizidversuch vorausging. (Vgl. Pirkis & Blood, 2001: 152) Die Spezifität des Effekts wurde auch durch die signifikante Anzahl von Individuen demonstriert, die Hinweise darauf zeigten, von dem Buch beeinflusst worden zu sein, zumindest in der Studie von Marzuk et al. (1993). Der Zusammenhang erscheint auch insofern kohärent, als es theoretisch Sinn macht, dass ein Buch wie „Final Exit“, welches Ratschläge zum Suizid gibt, suizidale Personen beeinflussen könnte. (Vgl. Pirkis & Blood, 2001: 152)

In dem Maße, in dem die Assoziation die Bedingungen der Konsistenz, Zeitlichkeit, Spezifität und Kohärenz erfüllt, kann sie als kausal betrachtet werden. Allerdings ist bei der

Verallgemeinerung dieses Ergebnisses auf andere Sachbücher Vorsicht geboten, da sich alle Studien nur auf „Final Exit“ beziehen. (Vgl. Pirkis & Blood, 2001: 152)

Andere Überblicksstudien, wie die von Martin (1998) und Schmidtke & Schaller (2000), sind zu ähnlichen Schlussfolgerungen gekommen wie Pirkis und Blood (2001). Ebenso kommen Etzendorfer und Sonneck (1999) zu dem Schluss, dass die Fülle verfügbaren Wissens darauf schließen lässt, dass „Medienberichte über Suizidhandlungen weitere Handlungen („Imitationshandlungen“ oder „copycat-suicides“) triggern können.“ (Etzendorfer & Sonneck, 1999: 202)

Till & Niederkrotenthaler (2019) nahmen sich einmal mehr dem Thema Medien und Suizid an und lieferten eine Übersichtsarbeit über den aktuellen Forschungsstand zum „Werther- und Papageno-Effekt“. Auch in dieser Überblicksstudie kommen die Autoren zu dem Ergebnis, dass „Suiziddarstellungen in den Medien das suizidale Verhalten der Rezipient_Innen beeinflussen können.“ (Till & Niederkrotenthaler, 2019: 126) Auch diese Überblicksstudie zeigt, dass „sensationsträchtige Darstellungen von Suizid und der Fokus auf Suizidmethoden einen schädlichen Effekt haben und zu Imitationssuiziden führen (Werther-Effekt)“ während „...Geschichten über Menschen, die in der Lage waren, ihre suizidalen Krisen erfolgreich zu bewältigen, einen Rückgang an Suizidalität bei den Rezipient_Innen bewirken (Papageno-Effekt).“ (Till & Niederkrotenthaler, 2019: 126)

Eine noch aktuellere Übersichtsarbeit, welche zu ähnlichen Ergebnissen kam, stammt von Niederkrotenthaler et. al. (2020). In dieser wurde der Zusammenhang zwischen Berichterstattungen über Suizide, insbesondere über den Tod von Prominenten durch Suizid und nachfolgenden Suiziden in der Allgemeinbevölkerung analysiert. (Vgl. Niederkrotenthaler, et. al. 2020: 1) Bei dieser systematischen Übersichtsarbeit und Meta-Analyse wurden Studien eingeschlossen, wenn sie mindestens einen Zeitpunkt vor und einen Zeitpunkt nach der Medienberichterstattung über Suizid verglichen - die Nachbeobachtungszeit betrug zwei Monate oder weniger. (Vgl. Niederkrotenthaler, et. al. 2020: 1) Das Ergebnis der Berichte war Tod durch Suizid und handelten von nicht-fiktionalen Suiziden. (Vgl. Niederkrotenthaler, et. al. 2020: 1) Daten aus Studien, die ein unterbrochenes Zeitreihendesign oder ein- oder mehrarmige Vorher-Nachher-Vergleiche verwendeten, wurden analysiert. (Vgl. Niederkrotenthaler, et. al. 2020: 1) Es wurden insgesamt 31 Studien identifiziert und analysiert, wovon 20 Studien mit moderatem Risiko einer Verzerrung in die Hauptanalysen aufgenommen wurden. (Vgl. Niederkrotenthaler, et. al. 2020: 1) Niederkrotenthaler et. al. kamen zu dem Ergebnis, dass das Suizidrisiko um 13% in dem Zeitraum, nachdem die Medien über den Tod eines Prominenten durch Suizid berichteten, stieg. Wenn über die vom Prominenten

angewandte Suizidmethode berichtet wurde, gab es einen Anstieg der Todesfälle von 30% durch dieselbe Methode. (Vgl. Niederkrotenthaler, et. al. 2020: 1)

Wie auch in dieser Arbeit ersichtlich, scheint die Berichterstattung über Todesfälle von Prominenten durch Suizid einen bedeutenden Einfluss auf die Gesamtzahl der Suizide in der Allgemeinbevölkerung zu haben. (Vgl. Niederkrotenthaler, et. al. 2020: 1) Die beste verfügbare Intervention auf Bevölkerungsebene, um mit den schädlichen Auswirkungen von Medienberichten umzugehen, sind für Niederkrotenthaler et. al. (2020) Richtlinien für eine verantwortungsvolle Berichterstattung. Ihrer Ansicht nach sollten Richtlinien in größerem Umfang umgesetzt und gefördert werden, insbesondere bei der Berichterstattung über Todesfälle von Prominenten durch Suizid. (Vgl. Niederkrotenthaler, et. al. 2020: 1)

Der „Werther-Effekt“ ist keineswegs auf Suiziddarstellungen in Nachrichtenmedien beschränkt, sondern kann auch bei Darstellungen von Suizid in fiktionalen Filmen sowie Fernseh-Serien auftreten, wie im folgenden Kapitel „Werther-Effekt im fiktionalen Bereich“ aufgezeigt.

6.2. Werther-Effekt im fiktionalen Bereich

Im Vergleich zu den im vorherigen Kapitel dargestellten Studien, welche den „Werther-Effekt“ anhand von non fiktionalen Darstellungen aufzeigen, wird im Folgenden ein Beispiel für den „Werther-Effekt“ infolge fiktionaler Darstellung beschrieben.

Den beiden Wissenschaftlern Schmidke und Häfner (1988) gelang es, einen methodisch überzeugenden Beweis für die Existenz des „Werther-Effekts“ zu liefern. Die beiden untersuchten in einer ersten Studie die im Jahr 1981 begangenen Eisenbahnsuizide, welche sich nach der Ausstrahlung der sechsteiligen Fernsehserie „Tod eines Schülers“, welche im Zweiten Deutschen Fernsehen (ZDF) ausgestrahlt wurde, ereigneten. (Vgl. Schmidke & Häfner, 1988) Ursprünglich wollten die Macher der Serie junge Menschen vor Suizid bewahren, ihre Absicht schlug leider ins Gegenteil um und führte zu zahlreichen Nachahmungstaten. (Vgl. Ziegler & Hegerl, 2002: 44)

In jeder Folge wurde zu Beginn der Ausgang des Suizids eines 19-jährigen Schülers namens Claus Wagner gezeigt, welcher sich vor eine Eisenbahn warf und sich somit das Leben nahm. Im Zuge der Serie wurde der Suizid des Schülers von unterschiedlichen Aspekten beleuchtet. Jede Folge bezieht sich auf einen anderen Aspekt (Vgl. Schmidke & Häfner, 1988: 668), (Vgl. Ziegler & Hegerl, 2002: 44):

Folge 1: „Das fehlende Motiv“

Folge2: „Die Eltern“

Folge 3: „Die Lehrer“

- Folge 4: „Die Mitschüler“
- Folge 5: „Die Freundin“
- Folge 6: „Claus Wagner“

Ein Jahr später, im Jahr 1982, wurde die Serie im ZDF erneut ausgestrahlt, was Schmidtke und Häfner ein natürliches Experiment lieferte. Sie hatten somit die Möglichkeit, die Hypothese, dass durch mediale Vermittlung Personen dazu angeregt werden können, den gezeigten Suizid und auch die gezeigte Methode nachzuahmen, durch ein fiktives Modell insgesamt und darüber hinaus auf differentielle Imitationseffekte zu prüfen. (Vgl. Schmidtke & Häfner, 1988: 665ff.)

Schmidtke und Häfner (1988) stellten die Hypothese auf, dass Lernen durch Nachahmung von bestimmten Merkmalen des Modells, wie Alter und Geschlecht und den entsprechenden Merkmalen des Rezipierenden abhängt. (Vgl. Schmidtke & Häfner, 1988: 668) Um alternative Hypothesen, wie beispielsweise saisonale Einflüsse auszuschließen, war es zudem notwendig, genügend und ausreichend lange Kontrollzeiträume zu untersuchen. (Vgl. Schmidtke & Häfner, 1988: 668)

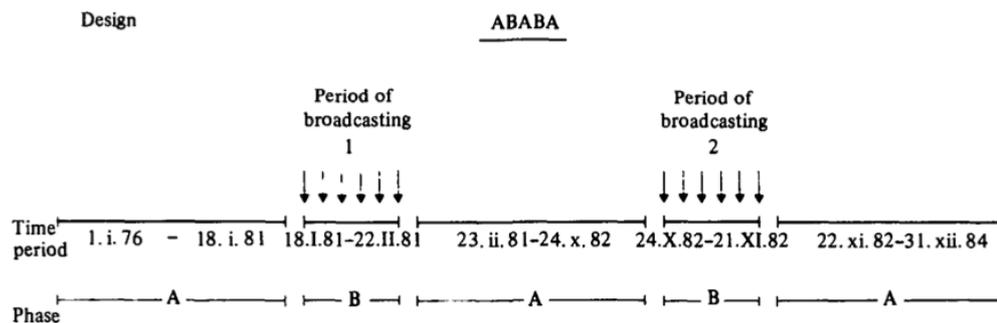


FIG. 1. Design of the study showing: A, baseline phase; B, period of broadcasting.

Abbildung 4_ABABA Design of the study showing (Schmidtke & Häfner, 1988: 669)

Abbildung 4 zeigt das quasi-experimentelle Untersuchungsdesign (ABABA), welches Schmidtke und Häfner verwendet haben, um einen Vergleich zwischen den Experimentalzeiträumen (B) und den Vergleichszeiträumen (A) zu zeigen. Zwischen den beiden Ausstrahlungen der Serie im ZDF lag eine A-Phase von etwa 1,5 Jahren. Zusätzlich wurden Kontrollzeitreihen-Designs einbezogen. Schmidtke & Häfner verwendeten verschiedene Gruppen, die sich in ihrer Nähe zum Modell hinsichtlich bestimmter Merkmale unterschieden, sowie ausgewählte Zeiträume vor dem eigentlichen Ausstrahlungszeitraum als auch zusätzliche Kontrollzeiträume. (Vgl. Schmidtke & Häfner, 1988: 669) Die Modellvariablen waren die Suizidmethode (von einem Zug überfahren werden), das Alter (19 Jahre) und das Geschlecht (männlich). (Vgl. Schmidtke & Häfner, 1988: 669)

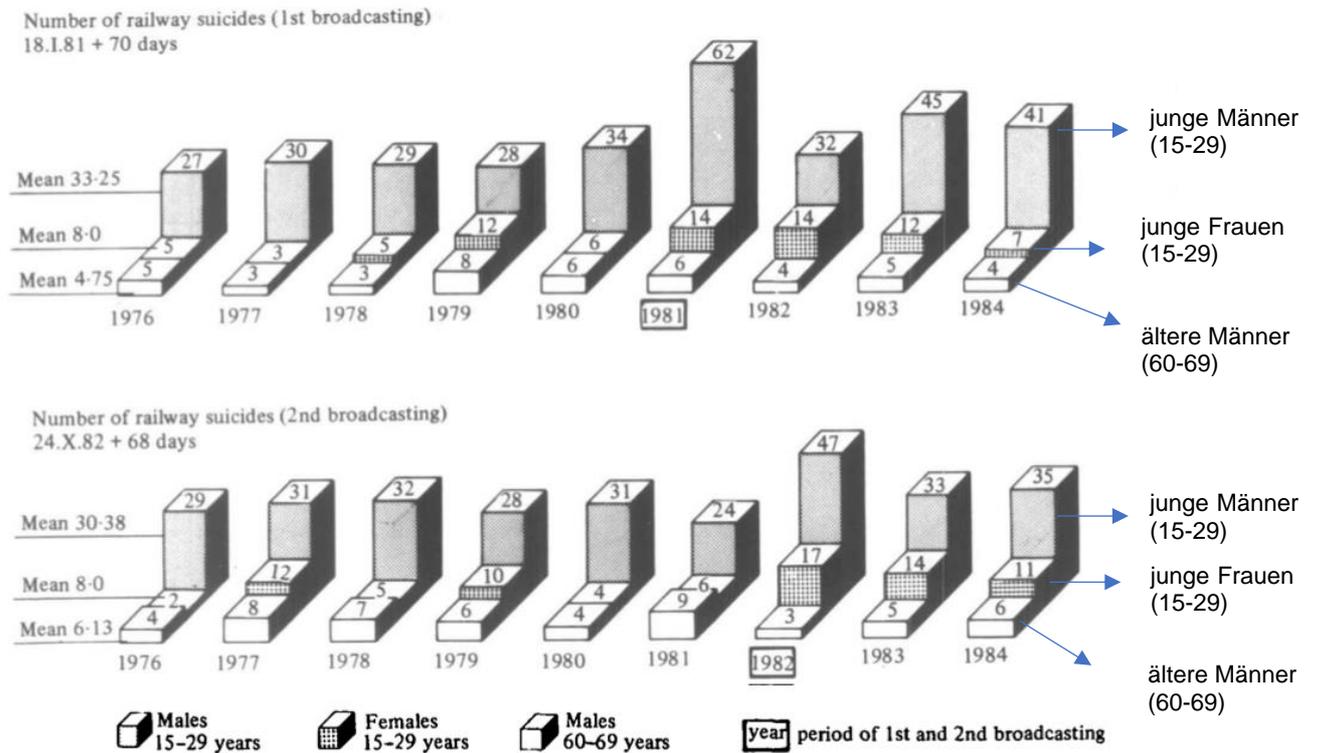


FIG. 2. Number of railway suicides among 15 to 29 year olds and 60 to 69 year olds during and after the first and second broadcasts.

Abbildung 5_the werther effect after television films (Schmidtke & Häfner, 1988: 671)

Abbildung 5 veranschaulicht den Unterschied des zahlmäßigen Anstiegs an Eisenbahnsuiziden nach der ersten und zweiten Ausstrahlung der Serie „Tod eines Schülers“. Nachahmungseffekte waren am deutlichsten in den Gruppen zu beobachten, deren Alter und Geschlecht denen des Modells am nächsten waren und somit das größte Identifikationspotential aufwiesen. (Vgl. Schmidtke & Häfner, 1988: 665) Über längere Zeiträume (bis zu 70 Tage nach der ersten Episode) stieg die Zahl der Eisenbahnsuizide bei den 15- bis 19-jährigen Männern am stärksten an (bis zu 175%). (Vgl. Schmidtke & Häfner, 1988: 665) In der Gruppe der älteren Männer (60-69 Jahre) nahm der Effekt stetig ab, sodass bei Männern über 40 Jahren und bei Frauen über 30 Jahren kein Effekt mehr beobachtet werden konnte. (Vgl. Schmidtke & Häfner, 1988: 665)

Zusammengefasst kann gesagt werden, dass, im Vergleich zu mehreren Kontrollzeiträumen, die Suizidzahlen im Zeitraum während und unmittelbar nach den beiden Sendungen für die Gruppe, deren Alter und Geschlecht denen des Modells am ähnlichsten waren, signifikant anstiegen. Bei den gleichaltrigen Frauen war der Anstieg geringer. Der Anstieg war weniger ausgeprägt, je weiter Alter und Geschlecht des/der Beobachters/BeobachterIn von diesen Merkmalen des Modells abwichen. (Vgl. Schmidtke & Häfner, 1988: 673)

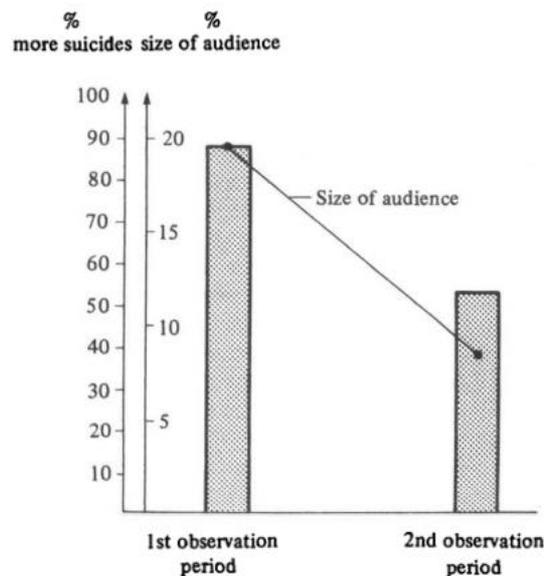


FIG. 3. Comparison of the ratios of the increases in railway suicides among 15- to 29-year-old males in the observation periods during and after the first and second broadcasts and the ratios of the number of viewers (14 to 29 year olds) for the two showings.

Abbildung 6_Comparison of the ratios of the increases in railway suicides (Schmidtke & Häfner, 1988: 672)

Abbildung 7 zeigt den Vergleich der Verhältnisse der Zunahmen der Eisenbahnsuizide bei den 19- bis 29-jährigen Männern in den Beobachtungszeiträumen während und nach der ersten und zweiten Ausstrahlung und der Verhältnisse der Zuschauerzahlen (14- bis 29-Jährige) für die beiden Ausstrahlungen.

Der Anstieg der Suizide nach der ersten Ausstrahlung war größer, als jener nach der zweiten Ausstrahlung. Die Grafik zeigt ebenfalls, dass die Reichweite bei der ersten Ausstrahlung größer war und somit auch mehr RezipientInnen hatte. (Vgl. Schmidtke & Häfner, 1988: 672)

Wie zuvor bei Phillips wurde auch Schmidtke und Häfner die Kritik entgegen gebracht, dass die Medienberichterstattung Suizide nur vorzeitig auslösen würde und sich die Personen ohnehin über einen längeren Zeitraum hinweg suizidiert hätten. (Vgl. Brosius & Ziegler, 2001: 14) „Der Werther-Effekt stelle sich somit kurzfristig bei hochvulnerablen Gruppen ein, würde aber langfristig zu keinem zusätzlichen Ansteigen der Suizidrate führen.“ (Brosius & Ziegler, 2001: 14) „Schmidke und Häfner fanden für den Zeitraum von eineinhalb Jahren nach dem Anstieg kein entsprechendes überproportionales Absinken der Suizidrate. Man muss also von der Möglichkeit ausgehen, dass durch Medienwirkungen Menschen zu Tode kommen, die sich normalerweise nicht das Leben nehmen würden.“ (Brosius & Ziegler, 2001: 14)

Hinweise auf einen „Werther-Effekt“ im non-fiktionalen Bereich zeigten sich auch nach der Ausstrahlung der ersten Staffel der Netflix-Serie „Tote Mädchen lügen nicht“, in englischer Originalfassung „13 reasons why“, welche mit dem Suizid der Protagonistin endete. (Vgl. Till

& Niederkrotenthaler, 2019: 121) Aufgrund der expliziten Darstellung des Suizids am Ende der ersten Staffel, wurden in mehreren Ländern, unmittelbar nach der Erstaussstrahlung der Serie, Empfehlungen zum Umgang mit der Serie an Schulen herausgebracht. (Arendt et al. 2017) Ressourcen zum Umgang mit der Serie, welche mittlerweile jeweils am Anfang und am Ende jeder Folge eingeblendet werden, können unter folgender Webadresse: <https://13reasonswhy.info> abgerufen werden. Kürzlich erschienene Studien, unter anderem von Cooper et. al (2018), konnten einen Anstieg an Suiziden und Suizidversuchen unter Jugendlichen in den USA nach der Ausstrahlung der Serie aufzeigen.

Ein Beispiel dafür, dass die Berichterstattung über Suizid nicht zwingend einen „Werther-Effekt“ nach sich zieht, wird deutlich, wenn man sich mit dem Suizid von Kurt Cobain beschäftigt. Der Gitarrist und Leadsänger der Rockband „Nirvana“ nahm sich am 05. April 1994 in Seattle das Leben. (Vgl. Ziegler & Hegerl, 2002: 45) Auf Grund der Tatsache, dass Kurt Cobain sehr bekannt war und über seinen Tod medial viel, auch auf Titelseiten, berichtet wurde, würde man davon ausgehen, dass die Berichte über seinen Tod einen „Werther-Effekt“ ausgelöst haben. Es wurden Untersuchungen in verschiedenen Ländern durchgeführt. Beispielsweise kam es in Australien zu keiner erhöhten Suizidrate nach der Berichterstattung über Cobains Tod. (Vgl. Ziegler & Hegerl, 2002: 45) Die Ergebnisse der Studie von Martin und Koo (1997) deuten darauf hin, dass Cobains Selbstmord in Australien die Selbstmordrate bei jungen Menschen in den 30 Tagen nach seinem Tod nicht erhöht hat. Insgesamt fiel die Rate der Todesfälle bei australischen 15- bis 24-Jährigen in den dreißig Tagen nach Cobains Tod von einem Höchststand im Jahr 1993 zurück auf das Niveau von 1990. (Vgl. Martin & Koo, 1997: 194) Es gab keinen Anstieg der Selbstmorde in den Tagen des dreißigtägigen Stichprobenzeitraums. (Vgl. Martin & Koo, 1997: 194)

Es wird davon ausgegangen, dass der Umgang der Medien mit Cobains Suizid sowie das Verweisen auf etliche Hilfsangebote einen schützenden Effekt gehabt hat. Bei einer Mahnwache mit mehreren hundert Menschen sprach der Leiter einer psychiatrischen Einrichtung vor und bot für alle eine Soforthilfe in der Klinik an. (Vgl. Ziegler & Hegerl, 2002: 45) Außerdem wurde eine Aufnahme von Cobains Frau, der ebenfalls bekannten Courtney Love, verbreitet, in welcher sie ihre Trauer und Wut äußert, in dem sie Cobain unter anderem auch für seine Tat beschimpft. (Vgl. Ziegler & Hegerl, 2002: 45) Ihre Worte verhindern eine Romantisierung der Tat und machen den Menschen klar, dass Cobains Tod etwas Schreckliches ist, dem man nicht nacheifern soll. (Vgl. Ziegler & Hegerl, 2002: 45), (Vgl. Gould, 2001: 215)

„In eigens veranstalteten Pressekonferenzen und bei Einzelanfragen wurden die Journalisten über den Werther Effekt aufgeklärt“ und zur Verbreitung von Hilfsangeboten angehalten.

(Ziegler & Hegerl, 2002: 45) Beim Fall Cobain gelang den Medien eine differenzierte Berichterstattung. „The general message was: great artist, great music ... stupid act, don't do it, here is where to call for help.“ (Jobes, et. al. 1996: 264)

Es kann aber trotzdem nicht gesagt werden, dass der Selbstmord von Kurt Cobain keinen Effekt gehabt hat, da zumindest ein Suizid eines jungen Mannes in Seattle als Nachahmungstat zu verzeichnen ist. (Vgl. Ziegler & Hegerl, 2002: 45), (Vgl. Jobes, et. al. 1996: 262)

Halten sich JournalistInnen nicht an die Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung kann dies, wie nun ersichtlich sein sollte, einen sogenannten „Werther-Effekt“ auslösen, was bedeutet, dass es einen Anstieg an Suiziden als Folge der Berichterstattung gibt. (Vgl. Brosius & Ziegler, 2001) Auf Grund dessen gibt es mit Medien die Vereinbarung, über Suizide zurückhaltend zu berichten. (Vgl. Phillips, 1947: 371)

Im Gegensatz zum „Werther-Effekt“, welcher davon ausgeht, dass Medienberichte über Suizide weitere Suizide begünstigen, geht der im nächsten Kapitel beschriebene „Papageno-Effekt“ vom Gegenteil aus, sprich einer Reduktion der Suizidrate nach Mediendarstellungen. (Vgl. Niederkrotenthaler et.al., 2010: 234)

7. Papageno-Effekt

Empirische Befunde zur Existenz des „Papageno-Effekts“ liefert die aus Österreich stammende epidemiologische Pionierstudie, in welcher Effekte anhand aggregierter Daten untersucht wurden von Niederkrotenthaler et. al., aus dem Jahr 2010. Niederkrotenthaler et. al. (2010) erforschten den „Papageno-Effekt“ anhand einer Inhaltsanalyse der 11 reichweitenstärksten Tageszeitungen in Österreich im Zeitraum Jänner bis Juni 2005 in Kombination mit einer Beobachtung der Veränderung der Suizidrate. (Vgl. Niederkrotenthaler, et. al., 2010: 234) Die Berichterstattung über individuelle Suizidvorstellungen, welche nicht begleitet von versuchten oder vollendeten Suizid waren, wurde mit einem Rückgang der Suizidraten in Verbindung gebracht. (Vgl. Niederkrotenthaler, et. al., 2010: 241) Die Berichterstattung über eine positive Bewältigung unter widrigen Umständen (Artikel über Personen, die andere Bewältigungsstrategien als suizidales Verhalten anwandten) in Medienbeiträgen über Suizidvorstellungen kann eine schützende Wirkung haben. (Vgl. Niederkrotenthaler, et. al., 2010: 241f.) Untersuchungen mit solchen Studiendesigns bergen allerdings Limitationen, da nicht sichergestellt werden kann, dass der beobachtete Effekt auch tatsächlich auf den jeweiligen Medieninput zurückzuführen ist. (Vgl. Till & Niederkrotenthaler, 2019: 123) Darüber hinaus konnte nach wie vor nicht vollständig geklärt werden, welche Eigenschaften ein Artikel haben muss, um einen Papageno-Effekt auszulösen, „welchen

psychologischen Mechanismen der Effekt zugrunde liegt und welche Gruppen an Rezipient_Innen hiervon profitieren.“ (Till & Niederkrotenthaler, 2019: 123)

Arendt et. al. (2018c) führten ebenfalls eine Studie in Anlehnung an den „Papageno-Effekt“ durch und testeten in dieser den Einfluss von aufklärenden Medienberichten auf die Absicht, suizidalen Personen Hilfe zu leisten und auf suizidbezogenes Wissen. Es wurde getestet, ob Material, das weit verbreitete Suizid-Mythen entlarvt, das Wissen und die Absicht, anderen zu helfen, beeinflusst und ob solche Informationen die Lesefreude reduzieren. (Vgl. Arendt, et. al. 2018c: 47) Es wurde eine randomisierte, kontrollierte Studie verwendet, bei welcher Teilnehmende, welche der Interventionsgruppe zugeordnet waren, mit Aufklärungsmaterial konfrontiert wurden, das sich explizit mit Suizid-Mythen befasste. (Vgl. Arendt, et. al. 2018c: 47) Arendt. et. al. (2018c) kommen zu dem Ergebnis, dass die Exposition mit gedrucktem Aufklärungsmaterial das Wissen erhöhte, was wiederum die Intentionen, Hilfe zu leisten, positiv beeinflusste. Die Einbeziehung von Informationen über Suizidmythen verringerte nicht den Lesegenuss der Teilnehmenden. (Vgl. Arendt, et. al. 2018c: 47) Informationen zur Aufklärung über Suizidmythen in suizidbezogene Medienberichten einfließen zu lassen sind, wenn man sich die Ergebnisse dieser Studie genauer ansieht, nicht nur möglich, sondern auch potentiell hilfreich.

Die protektive Wirkung von Medieninhalten, welche sich auf die Bewältigung von suizidalen Krisen fokussieren, ist, wie in der nächsten beschriebenen Studie von Till et.al. (2015) ersichtlich, nicht auf Print-Medien beschränkt. Till et. al. (2015) untersuchten in ihrer randomisierten, kontrollierten Studie die Wirkung von drei Drama-Filmen mit suizidalem Inhalt, die hinsichtlich des Endresultats (Suizidvollendung, Krisenbewältigung und natürlicher Tod) variierten und testeten den moderierenden Effekt der Baseline-Suizidalität der Teilnehmenden auf die Effekte. Till et. al. (2015) konnten feststellen dass sich die Lebenszufriedenheit der ProbandInnen verbesserte, wenn diese einen Hollywood-Film sahen, der mit der Bewältigung einer suizidalen Krise und somit einem „Happy-End“ endete. (Vgl. Till et. al., 2015: 72) Dieser Effekt war bei Personen mit erhöhter Suizidalität, sprich über dem Median der Stichprobe, besonders stark ausgeprägt. (Vgl. Till, et. al. 2015: 72)

Nicht nur für Print-Medien und Film ist der „Papageno-Effekt“ von Bedeutung, auch für Aufklärungsmaterial zur Suizidprävention im Internet ist dieser von großer Relevanz. Eine 2017 durchgeführte randomisierte, kontrollierte Studie mit 161 ProbandInnen von Till et.al. konnte die Wirksamkeit solcher edukativen Websites nachweisen. Till et al. (2017) fanden, im Vergleich zur Kontrollgruppe, eine Reduktion an Suizidgedanken mittlerer Effektstärke unter jenen Teilnehmenden der Interventionsgruppe, die eine höhere Suizidalität sowie einen

starken Anstieg an Wissen über Suizidprävention aufwiesen. Diese Studie deutet darauf hin, dass die aufklärenden Komponenten von Websites zur Suizidprävention, die von professionellen Organisationen unterstützt werden und sich an Jugendliche und junge Erwachsene richten, einen positiven Einfluss auf deren NutzerInnen haben. (Vgl. Till, et. al. 2017: 114)

In einer Studie von Niederkrotenthaler et. al. (2016) wurden sieben deutschsprachige Onlineforen über Suizid analysiert. Niederkrotenthaler et al. (2016) fanden heraus, dass es in nicht-professionellen Foren, sprich Foren, welche nicht von professionellen Hilfseinrichtungen stammen, fallweise auch dazu kommt, dass UserInnen, die eine Diskussion starten, am Ende der Diskussion äußern, dass es ihnen besser geht als vor der Unterhaltung, sich also ihre Suizidalität oder Hoffnungslosigkeit sowie Überforderung mit ihren Problemen verringert hat. „Solche Anzeichen einer psychischen Besserung traten in ca. 10% der Diskussionen in sogenannten „Pro-Suizid-Foren“ und in knapp 45% der Diskussionen in „Anti-Suizid-Foren“ auf.“ (Till & Niederkrotenthaler, 2019: 125) Als „Anti-Suizid-Foren“ werden in dieser Studie Websites bezeichnet, welche mit professionellen Hilfseinrichtungen zusammenarbeiten und in der Regel keine Diskussion über Suizidmethoden auf ihren Seiten erlauben. (Vgl. Niederkrotenthaler, 2016: 3429) Im Gegensatz dazu werden unter „Pro-Suizid-Foren“ in dieser Studie Websites verstanden, welche damit werben, dass in deren Foren über Suizidmethoden etc. gesprochen wird und auch gesprochen werden darf. (Vgl. Niederkrotenthaler, 2016: 3429) Wie zu erwarten zeigt sich, dass in „Pro-Suizid-Foren“ die Anzahl der UserInnen, welche angaben, dass es ihnen nach der Diskussion besser geht, gering ist. (Vgl. Niederkrotenthaler et al. 2016: 3429) Des Weiteren fanden Niederkrotenthaler et. al. (2016) heraus, dass in allen Foren, in welchen ein positiver Effekt beobachtet werden konnte, dieser mit bestimmten Reaktionen und Kommunikationsmustern der Personen, welche auf den Chat antworteten, assoziiert war. (Vgl. Niederkrotenthaler et al. 2016: 3429)

„Auch dieser empirische Befund ist konsistent mit dem Papagenoeffekt und zeigt, dass der Fokus auf Krisenbewältigung in medialer Kommunikation über Suizidalität einen protektiven Effekt haben kann.“ (Till & Niederkrotenthaler, 2019: 125) Auch Niederkrotenthaler et.al (2016) kommen zu dem Ergebnis, dass Strategien, die helfen können, positive Ergebnisse zu erzielen, die Bereitstellung konstruktiver Ratschläge, aktives Zuhören, Ausdruck von Sympathie, das Entlarven von Suizidmythen, das Anbieten von Alternativen zu suizidalem Verhalten und das Teilen positiver Geschichten über gelebte Erfahrungen, sind. In allen gefunden Studien zum „Papageno-Effekt“ wird die Stichprobe aus der allgemeinen Bevölkerung gezogen. Personen, welche ein erhöhtes Suizidrisiko aufweisen, wurden aus ethischen Gründen aus den Studien ausgeschlossen. Studien zum „Papageno-Effekt“ mit vulnerablen Populationen als Stichprobe gibt es bis jetzt nur vereinzelt. „Erste Ergebnisse

deuten allerdings darauf hin, dass auch vulnerable Gruppen von Berichten über erfolgreiche Krisenbewältigungen profitieren.“ (Till & Niederkrotenthaler, 2019: 125)

„Erkenntnisse zum Papageno-Effekt sind für die Suizidprävention von großem Wert, da sie Aufschluss darüber geben können, wie Medienkampagnen zur Aufklärung über Suizid gestaltet werden müssen, um einen möglichst positiven Effekt zu erzielen, ohne dabei etwaige Imitationseffekte auszulösen. Geschichten von Menschen, die sich in suizidalen Krisen befunden haben, sich aber Hilfe gesucht und dadurch die Krise bewältigt haben, können hier offenbar einen wichtigen Beitrag leisten.“ (Till & Niederkrotenthaler, 2019: 126)

8. Österreichischer Presserat

„Der Österreichische Presserat versteht sich als moderne Selbstregulierungseinrichtung im Pressebereich, die der redaktionellen Qualitätssicherung sowie der Gewährleistung der Pressefreiheit dient.“ (presserat.at) „Eine wesentliche Aufgabe des Presserates ist es, Missstände im Pressewesen aufzuzeigen und diesen entgegenzuwirken. Der Presserat ist ein Verein, dessen Träger die wichtigsten Journalisten- und Verlegerverbände Österreichs sind.“ (presserat.at)

Mitglieder sind:

- der Verband Österreichischer Zeitungen (VÖZ)
- der Österreichische Gewerkschaftsbund, vertreten durch die Journalistengewerkschaft in der GPA-DJP
- der Österreichische Zeitschriften- und Fachmedienverband (ÖZV)
- der Verband der Regionalmedien Österreichs (VRM)
- der Verein der Chefredakteure
- der Presseclub Concordia (PCC) (Kvicala, 2016: 2)

„Journalismus hat eine essentielle demokratiepolitische Funktion, bedeutet aber auch Verantwortung im Umgang mit Informationen und deren Verbreitung.“ (presserat.at) Aus diesem Grund hat der Presserat einen „Ehrenkodex für die österreichische Presse (Grundsätze für die publizistische Arbeit)“ geschaffen, welcher Regeln beinhaltet, die JournalistInnen dabei unterstützen sollen, ethisch, korrekt und verantwortungsvoll zu handeln. (Vgl. presserat.at) „Der österreichische Presserat ist Plattform für alle, die sich zu einem der Wahrheitsfindung und Korrektheit verpflichteten Gebrauch der Pressefreiheit bekennen und bereit sind, diesen vom Presserat in konkreten Anlassfällen prüfen zu lassen. Die ständige freiwillige Selbstkontrolle ist ein geeignetes Mittel, den Verpflichtungen der Presse gerecht zu werden.“ (Presserat.at) Jede/r hat die Möglichkeit, sich bei einem vermuteten Verstoß eines Mediums gegen die Medienethik an den Presserat zu wenden. (Vgl. Kvicala, 2016:2) „Hat der

Senat einen Verstoß festgestellt, muss das betroffene Medium die Entscheidung veröffentlichen.“ (Kvicala, 2016: 2)

Der vom Presserat geschaffene Pressekodex dient als Entscheidungsgrundlage für die Senate des Presserates. (Vgl. Presserat.at) Im folgenden Kapitel 8.1 wird der Inhalt der Fassung des Österreichischen Pressekodex vom 07.03.2019 wörtlich wiedergegeben.

8.1. Österreichischer Pressekodex

1. Freiheit

1.1. Die Freiheit in Berichterstattung und Kommentar, in Wort und Bild ist integrierender Bestandteil der Pressefreiheit. Das Sammeln und Verbreiten von Nachrichten und Kommentaren darf nicht behindert werden.

1.2. Die Grenzen dieser Freiheit liegen für die Tätigkeit des Presserates in der freiwilligen Selbstbeschränkung auf Grund der Bestimmungen in diesem Ehrenkodex.

2. Genauigkeit

2.1. Gewissenhaftigkeit und Korrektheit in Recherche und Wiedergabe von Nachrichten und Kommentaren sind oberste Verpflichtung von Journalisten.

2.2. Durch Anführungszeichen gekennzeichnete Zitate müssen so weit wie möglich den Wortlaut wiedergeben. Eine lediglich sinngemäße Wiedergabe darf nicht unter Anführungszeichen gesetzt werden. Anonyme Zitierungen sind zu vermeiden, sofern es nicht um die Sicherheit der zitierten Person oder die Abwehr eines anderen schweren Schadens von dieser geht.

2.3. Beschuldigungen dürfen nicht erhoben werden, ohne dass nachweislich wenigstens versucht worden ist, eine Stellungnahme der beschuldigten Person(en) oder Institution(en) einzuholen. Handelt es sich um die Wiedergabe einer öffentlich erhobenen Beschuldigung, ist dies deutlich kenntlich zu machen.

2.4. Sobald einer Redaktion zur Kenntnis gelangt, dass sie eine falsche Sachverhaltsdarstellung veröffentlicht hat, entspricht eine freiwillige Richtigstellung dem journalistischen Selbstverständnis und Anstand.

2.5. Wenn zu einem Bericht von Leserseite eine begründete Richtigstellung einlangt, soll diese so weitgehend und so rasch wie möglich veröffentlicht werden.

2.6. Wenn in einer von einem Medium behandelten Angelegenheit eine wichtige richterliche oder behördliche Entscheidung ergeht oder auf anderem Weg wesentliche neue Gesichtspunkte auftauchen, soll darüber angemessen berichtet werden.

3. Unterscheidbarkeit

3.1. Für die Leserinnen und Leser muss klar sein, ob es sich bei einer journalistischen Darstellung um einen Tatsachenbericht oder die Wiedergabe von Fremdmeinung(en) oder um einen Kommentar handelt.

3.2. Vor der Wiedergabe von Fremdmeinungen sollte deren Stichhaltigkeit überprüft werden, wenn gravierende Zweifel an der Richtigkeit eines Zitats bestehen.

3.3. Fotomontagen und Bildbearbeitungen, die von flüchtigen Lesern/innen als dokumentarische Abbildungen aufgefasst werden, müssen deutlich als Montagen oder Bearbeitungen kenntlich gemacht werden.

4. Einflussnahmen

4.1. Eine Einflussnahme Außenstehender auf Inhalt oder Form eines redaktionellen Beitrags ist unzulässig.

4.2. Unzulässige Beeinflussungsversuche sind nicht nur Interventionen und Pressionen, sondern auch die Zuwendung persönlicher Vorteile, die über den Bereich unmittelbarer beruflicher Tätigkeit hinausgehen.

4.3. Wer im Zusammenhang mit seiner Tätigkeit als Journalist/in Geschenke oder andere persönliche Vorteile entgegennimmt, die geeignet sein könnten, die journalistische Darstellung zu beeinflussen, verstößt gegen das journalistische Ethos.

4.4. Wirtschaftliche Interessen des Verlages dürfen redaktionelle Inhalte nicht in einer Weise beeinflussen, die Fehlinformationen oder Unterdrückung wesentlicher Informationen zur Folge haben könnte.

4.5. In Berichten über Reisen, die auf Einladung erfolgten, soll auf diese Tatsache in geeigneter Form hingewiesen werden.

5. Persönlichkeitsschutz

5.1. Jeder Mensch hat Anspruch auf Wahrung der Würde der Person und auf Persönlichkeitsschutz.

5.2. Persönliche Diffamierungen, Verunglimpfungen und Verspottungen verstoßen gegen das journalistische Ethos.

5.3. Personen, deren Leben gefährdet ist, dürfen in Medienberichten nicht identifiziert werden, wenn die Berichterstattung die Gefährdung vergrößern kann.

5.4 Auf die Anonymitätsinteressen von Unfall- und Verbrechenopfern ist besonders zu achten. Die Identität eines Opfers kann insbesondere dann preisgegeben werden, wenn dazu eine amtliche Veranlassung vorliegt, wenn das Opfer eine allgemein bekannte Person ist oder das Opfer bzw. nahe Angehörige in die Preisgabe eingewilligt haben.

6. Intimsphäre

6.1. Die Intimsphäre jedes Menschen ist grundsätzlich geschützt.

6.2 Bei Kindern ist dem Schutz der Intimsphäre Vorrang vor dem Nachrichtenwert einzuräumen.

6.3. Vor der Veröffentlichung von Bildern und Berichten über Jugendliche ist die Frage eines öffentlichen Interesses daran besonders kritisch zu prüfen.

6.4. Berichte über Verfehlungen Jugendlicher dürfen deren mögliche Wiedereingliederung in die Gesellschaft nicht erschweren oder gar verhindern. Volle Namensnennung ist in solchen Fällen zu unterlassen.

6.5. Bei der Befragung und beim Photographieren von Kindern und in der Berichterstattung über Fälle, die deren Existenz nachteilig beeinflussen kann, ist besondere Zurückhaltung geboten.

7. Schutz vor Pauschalverunglimpfungen und Diskriminierung

7.1. Pauschalverdächtigungen und Pauschalverunglimpfungen von Personen und Personengruppen sind unter allen Umständen zu vermeiden.

7.2. Jede Diskriminierung wegen des Alters, einer Behinderung, des Geschlechts sowie aus ethnischen, nationalen, religiösen, sexuellen, weltanschaulichen oder sonstigen Gründen ist unzulässig.

7.3. Eine Herabwürdigung oder Verspottung von religiösen Lehren oder anerkannten Kirchen und Religionsgemeinschaften, die geeignet ist, berechtigtes Ärgernis zu erregen, ist unzulässig.

8. Materialbeschaffung

8.1. Bei der Beschaffung mündlicher und schriftlicher Unterlagen sowie von Bildmaterial dürfen keine unlauteren Methoden angewendet werden.

8.2. Unlautere Methoden sind z.B. Irreführung, Druckausübung, Einschüchterung, brutale Ausnützung emotionaler Stress-Situationen und die Verwendung geheimer Abhörgeräte.

8.3. In Einzelfällen sind verdeckte Recherchen, einschließlich der zu ihrer Durchführung notwendigen angemessenen Methoden, gerechtfertigt, wenn Informationen von besonderem öffentlichen Interesse beschafft werden.

8.4. Bei der Verwendung von Privatfotos ist die Zustimmung der Betroffenen bzw. im Fall von Minderjährigen der Erziehungsberechtigten einzuholen, es sei denn, an der Wiedergabe des Bildes besteht ein berechtigtes öffentliches Interesse.

9. Redaktionelle Spezialbereiche

9.1. Reise- und Tourismusberichte sollen in geeigneter Weise auch auf soziale und politische Rahmenbedingungen und Hintergründe (z.B. gravierende Menschenrechtsverletzungen) verweisen.

9.2. Umwelt-, Verkehrs- und energiepolitischen Zusammenhängen soll auch im Autoteil Rechnung getragen werden.

9.3. Tourismus-, Auto- und Gastronomieberichte sollen wie alle Bewertungen von Konsumgütern und Dienstleistungen nachvollziehbaren Kriterien folgen sowie von journalistisch qualifizierten Personen verfasst werden.

10. Öffentliches Interesse

10.1. In konkreten Fällen, insbesondere bei Personen des öffentlichen Lebens, wird es notwendig sein, das schutzwürdige Interesse der Einzelperson an der Nichtveröffentlichung eines Berichts bzw. Bildes gegen ein Interesse der Öffentlichkeit an einer Veröffentlichung sorgfältig abzuwägen.

10.2. Öffentliches Interesse im Sinn des Ehrenkodex für die österreichische Presse ist besonders dann gegeben, wenn es um die Aufklärung schwerer Verbrechen, den Schutz der öffentlichen Sicherheit oder Gesundheit oder um die Verhinderung einer Irreführung der Öffentlichkeit geht.

10.3. Fotos, die unter Missachtung der Intimsphäre der (des) Abgebildeten entstanden sind (etwa durch Auflauern), dürfen nur dann veröffentlicht werden, wenn ein über das Voyeurhafte hinausgehendes öffentliches Interesse klar ersichtlich ist.

11. Interessen von Medienmitarbeitern

Die Presse wird ihrer besonderen Verantwortung gegenüber der Öffentlichkeit nur dann gerecht, wenn private und geschäftliche Interessen von Medienmitarbeitern keinen Einfluss auf redaktionelle Inhalte haben. Medienmitarbeiter verwenden Informationen, die sie im Rahmen ihrer beruflichen Tätigkeit erfahren und die nicht öffentlich zugänglich sind, nur für publizistische Zwecke und nicht zum eigenen Vorteil oder zum Vorteil Dritter.

Richtlinie des Österreichischen Presserates zur Finanz- und Wirtschaftsberichterstattung

12. Suizidberichterstattung

Berichterstattung über Suizide und Selbstverstümmelung sowie Suizidversuche und Selbstverstümmelungsversuche gebietet im Allgemeinen große Zurückhaltung. Verantwortungsvoller Journalismus wägt – auch wegen der Gefahr der Nachahmung – ab, ob ein überwiegendes öffentliches Interesse besteht und verzichtet auf überschießende Berichterstattung.(presserat.at)

In den meisten europäischen Ländern sind keine oder stark verbesserungswürdige offizielle Richtlinien für eine suizidpräventive Berichterstattung vorhanden. (Vgl. Ziegler & Hegerl, 2002: 47) Auch im Österreichischen Presssekodex ist der Punkt „Suizidberichterstattung“ sehr kurz gehalten. Die Hauptaussage darin – Zurückhaltung – es sind aber keine klaren Richtlinien, Vorschläge oder Verbote angeführt. Eine ähnliche Ausführung findet man im deutschen Presssekodex, in diesem heißt es zum Thema Suizidberichterstattung: „(...) die Berichterstattung über Selbsttötung gebietet Zurückhaltung. Dies gilt insbesondere für die Nennung von Namen und die Schilderung näherer Begleitumstände.“ (Deutscher Presssekodex: 2017)

Die Stellungnahme des Schweizer Presserates vom 23. Dezember 1992 zur Berichterstattung über Suizid ist spezifischer: „Wegen der Gefahr der Nachahmung sind detaillierte Berichte über Suizid und Suizidversuche zu vermeiden. Dies gilt nicht nur für reale Fälle, sondern auch

für fiktive in Kriminalfilmen, Beziehungsgeschichten, Milieufilmen, usw. Die Frage der Medienwirkung ist beim Entscheid über die Publikation oder die Ausstrahlung eines Berichtes über einen Suizidfall mit zu berücksichtigen“. (Schweizer Presserat 1992)

In den „Producer Guidelines der BBC“ (2000) wird sehr konkret vor möglichen Nachahmungseffekt aufgrund der Berichterstattung gewarnt. Übersetzt steht: Suizid ist ein legitimes Thema für die Nachrichtenberichterstattung, aber die sachliche Berichterstattung über Suizide kann andere ermutigen. Berichte sollten es vermeiden, die Geschichte zu verherrlichen, vereinfachende Erklärungen zu liefern oder die Trauer der Betroffenen aufzudrängen. Sie sollten auch in der Regel grafische oder technische Details einer Selbstmordmethode vermeiden, insbesondere wenn die Methode ungewöhnlich ist. Ein sensibler Umgang mit der Sprache ist ebenfalls wichtig. Suizid wurde 1961 entkriminalisiert und seitdem wird die Verwendung des Begriffs "Selbstmord begehen" von manchen Menschen als beleidigend empfunden. "Sich das Leben nehmen" oder "durch Selbstmord sterben" sind vorzuziehende Alternativen. Wenn Selbstmord als Thema in sachlichen Sendungen auftaucht, sollte es in einer informierenden und sensiblen Weise behandelt werden. Es kann sein, dass sowohl Tatsachen- als auch Dramasendungen, die Selbstmord thematisieren, eine tiefgreifende Wirkung auf das Publikum haben. In diesem Fall sollten die Programmacher darüber nachdenken, eine Hilfshotline oder eine andere Form von Unterstützungsmaterial anzubieten. (Vgl. BBC Producer Guidelines: 2000)

Generell wird nur über die wenigsten Suizide medial berichtet. Suizide spielen in der internationalen Medienberichterstattung in der Regel keine große Rolle, dennoch entfalten sie, wenn berichtet wird, zum Teil eine große gesellschaftliche Wirkung. (Vgl. Scherr, 2016: 24) In Österreich ist der Anteil berichteter Suizidfälle in der Tageszeitung niedrig. (Vgl. Scherr, 2016: 24) Niederkrotenthaler, et al. (2009) veröffentlichten, dass von insgesamt 1.392 Suiziden nur über 54 in Tageszeitungsberichten berichtet wurde. In ihrer Studie untersuchten Niederkrotenthaler, et.al. (2009) über welche Suizide am ehesten in den Medien berichtet wird. Binomialtests zeigten, dass Suizide mit Mord oder Mordversuch in den Medien überrepräsentiert waren (Vgl. Niederkrotenthaler, et.al. 2009: 361) Die Berichterstattung über psychische Störungen war hingegen unterrepräsentiert. (Vgl. Niederkrotenthaler, et.al. 2009: 361) Die ausländische Staatsbürgerschaft der involvierten Person war ein weiterer Prädiktor für eine Suizidmeldung. (Vgl. Niederkrotenthaler, et.al. 2009: 361) Die Methoden Ertrinken, Springen, Erschießen sowie seltene Methoden wurden häufiger gemeldet als das Erhängen, welches die häufigste Suizidmethode in Österreich ist. (Vgl. Niederkrotenthaler, et.al. 2009: 361) Niederkrotenthaler et. al. kommen zu dem Schluss, dass die Suizidmerkmale in den Medien nicht repräsentativ für die Bevölkerung sind. Die identifizierten Diskrepanzen bieten

eine Grundlage für eine maßgeschneiderte Ausbildung von Fachleuten der Massenmedien. (Vgl. Niederkrotenthaler et.al. 2009: 361)

Zum Thema Suizidberichterstattung gibt es seitens mehrerer Quellen, unter anderem der WHO, umfangreiche Empfehlungen, wie das Thema Suizid von den Medien aufbereitet werden sollte, um einem Nachahmungseffekt möglichst vorzubeugen. Im folgenden Kapitel werden Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung erläutert.

9. Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung

Die Medienrichtlinien für die Berichterstattung über Suizid im non-fiktionalen Bereich wurden in Österreich im Jahr 1987 eingeführt. (Vgl. Niederkrotenthaler & Sonnek, 2007: 420) In den Jahren 1984-87 kam es in Wien nach dem Bau der U-Bahn zu einer dramatischen Anzahl an Schienen-Suiziden, über welche die Medien intensiv berichteten. (Vgl. Etzersdorfer & Sonnek: 1999: 202) Daraufhin nahm die österreichische Gesellschaft für Suizidprävention mit einigen JournalistInnen und Redaktionen Kontakt auf, um ihnen Empfehlungen für eine suizidpräventive Berichterstattung zu vermitteln. Dadurch konnte die Suizidrate im Jahr 1987 um 75% gesenkt werden und stabilisierte sich in den fünf Jahr danach auf diesem niedrigeren Niveau. (Vgl. Ziegler & Hegerl, 2002: 47) Die Einhaltung der Medienempfehlungen wird beobachtet, bei nicht einhalten werden die entsprechenden Redaktionen oder JournalistInnen kontaktiert. (Vgl. Ziegler & Hegerl, 2002: 47) „Dieses Beispiel macht nicht nur deutlich, dass eine sensationsträchtige Berichterstattung über Suizid Imitationssuizide auslöst, sondern auch, dass dieser negative Effekt durch verantwortungsvolle Medienberichterstattung verhindert werden kann.“ (Till & Niederkrotenthaler, 2019: 122) Es ist ein Beispiel dafür, dass es einen großen Unterschied macht, wenn sich JournalistInnen an die Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung halten und wie wichtig es ist, dass diese Empfehlungen von jedem/r JournalistIn erlernt und verinnerlicht werden. Auch für den fiktionalen Bereich wurden mittlerweile Empfehlungen entwickelt und herausgegeben, zum Beispiel von den Samaritans (2020) in Großbritannien für das Genre Drama sowie ebenfalls von den Samaritans (2020) in Irland für Darstellungen in Drama und Film oder der National Action Alliance for Suicide Prevention (2019) in den USA. „Bisher gibt es aber noch keine Studien, in denen die Wirksamkeit solcher Empfehlungen evaluiert wurde.“ (Till & Niederkrotenthaler, 2019: 122)

Positive Erfahrungen im Hinblick auf eine verbesserte Qualität bei der Berichterstattung über Suizid sowie einer Senkung der Suizidrate konnten nicht nur in Österreich, sondern auch in der Schweiz, in Australien und in Hong Kong gemacht werden. (Vgl. Till & Niederkrotenthaler, 2019: 122) Unter Berücksichtigung der mittlerweile vielen Länder, welche Medienempfehlungen nutzen, ist die Anzahl an Studien über die Effektivität von Medienempfehlungen jedoch nach wie vor gering. (Vgl. Niederkrotenthaler et al., 2014).

In einem verantwortungsbewussten, journalistischen Bericht müsste im Sinne einer sorgfältigen, suizidpräventiven Berichterstattung auf die Nennung einiger Informationen verzichtet werden. Andere Informationen, wie das Verweisen auf Hilfsangebote, sind unbedingt einzubringen.

1. Angaben zur biologischen und sozialen Identität einer Person

Auf Angaben über das Alter, Geschlecht und Aussehen der betroffenen Person sollte verzichtet werden. Es sollten keine Fotos der Person veröffentlicht werden und vor allem keine Fotos vom Tatort oder Fotos, welche einen Hinweis auf die Methode geben. Ebenso sollten keine Angaben über soziale Beziehungen, die emotionale Verfassung sowie den Charakter und die Leistungsfähigkeit des/der Suizidenten/Suizidentin gemacht werden. Umso mehr Angaben gemacht werden, umso leichter ist es, sich mit der Person zu identifizieren. Durch die Nennung solcher Anknüpfungspunkte können Rezipierende eine emotionale Verbindung zu der Person aufbauen. (Vgl. Bohanna & Wang, 2012), (Vgl. WHO, 2008), (Vgl. Ziegler & Hegerl, 2002: 46)

2. Angaben zu Suizidmethode und Suizidort

Auf Angaben zu Suizidmethode und Suizidort sollte gänzlich verzichtet werden.

Es hat sich gezeigt, dass nach Angabe des Ortes und der Methode Suizide auf die gleiche Weise imitiert werden. (Vgl. Bohanna & Wang, 2012), (Vgl. WHO, 2008), (Vgl. Ziegler & Hegerl, 2002: 46) Beispielsweise kam es nach dem Selbstmord des deutschen Politikers Uwe Barschel im Jahr 1987 zu mehreren Nachahmungstaten. Es gab eine tagelange und intensive Berichterstattung, bei welcher auch Fotos des Suizidenten nach der Tat veröffentlicht wurden. (Vgl. magazin.spiegel.de: 1988) Die Suizidmethode (Ertrinken in der Badewannen) wurde bis ins Detail rekonstruiert und verbreitet. (Vgl. magazin.spiegel.de: 1988) Diese bis dahin wenig populäre Suizidmethode wurde vom Institut für Rechtsmedizin in Hamburg in den letzten 3 Monaten des Jahres 1987 allein im Stadtgebiet Hamburg drei bis viermal so oft verzeichnet, als in den Jahren zuvor. (Vgl. magazin.spiegel.de: 1988) „In Einzelfalluntersuchungen konnte in 6 Fällen über Aussagen von Angehörigen und Funde von Zeitungsausschnitten zum Thema „Tod in der Badewanne“ am Suizidort ein direkter Zusammenhang zu der Medienberichterstattung hergestellt werden“. (Ziegler & Hegerl, 2002: 44)

Wenn der Ort genannt wird, können so genannte Hot Spots entstehen, wie beispielsweise die Golden Gate Bridge in San Francisco. (Vgl. Brosius & Ziegler, 2001: 21f.), (Vgl. Tomandl et.al., 2014), (Vgl. Whitmer, et.al., 2013: 98) „In jeder Großstadt gibt es bestimmte, aus der Medienberichterstattung bekannte und präferierte Suizidorte. In München beispielsweise ist

es die immer wieder fotografierte und in TV- und Zeitungsberichten abgebildete Großhesseloher Brücke (...). Diese präferierten Lokalitäten sind den Suizidenten in den meisten Fällen vorher nicht aus eigener Anschauung bekannt gewesen, sondern wurden ihnen erst über die Medienberichterstattung als sichere, aufsehenerregende und bewährte Suizidorte vermittelt“ (Ziegler & Hegerl, 2002: 44)

3. Verzicht auf große Aufmerksamkeit und Spekulationen

Dem Suizid sollte nicht zu große Aufmerksamkeit gewidmet werden. Es sollte auf Spekulationen über Ursachen und Bewertungen des Suizids verzichtet werden. (Vgl. Brosius & Ziegler, 2001: 21f.) Es wird empfohlen, eher zurückhaltend über Suizid zu berichten und auf eine Aufmachung auf der Titelseite zu verzichten. (Vgl. Tomandl, 2014: 6), (Vgl. Schäfer, 2019: 596) Wichtig ist bei einer verantwortungsbewussten Berichterstattung, in Anlehnung an die Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung, dass eine neutrale Sprache verwendet wird. Zum Beispiel soll der neutrale Begriff Suizid verwendet werden, nicht Freitod, da bei diesem Begriff impliziert werden kann, dass dies durch eine "rationale" Entscheidung auf der Basis des "freien Willens" geleitet wird. (Vgl. Arendt et. al. 2018: 169) Ebenso sollte der Begriff Selbstmord vermieden werden. (Vgl. Bohanna & Wang, 2012), (Vgl. WHO, 2008: 7f.) Im Österreichischen Leitfadens zur Berichterstattung über Suizid wird empfohlen, Formulierungen wie „erfolgreicher, nicht erfolgreicher oder missglückter Selbstmord“ zu vermeiden und durch Formulierungen wie „starb durch Suizid“ oder „tötete sich“ zu ersetzen. (Vgl. Till & Niederkrotenthaler, 2019: 122) Eine Studie von Arendt, Scherr, Niederkrotenthaler und Till aus dem Jahr 2018 zeigt auf, dass der neutrale Begriff Suizid in der Berichterstattung verwendet werden sollte und warum dies wichtig ist. (Arendt, et. al. 2018b)

Arendt et. al haben in dieser webbasierten, randomisierten Studie die Auswirkung verschiedener Suizidbegrifflichkeiten an 451 ProbandInnen getestet. (Arendt, et. al. 2018b: 166) Drei Treatmentgruppen bekam Suizidartikel zu lesen, welche bis auf den verwendeten Begriff für Suizid (Suizid vs. Freitod vs. Selbstmord) ident waren. (Arendt, et. al. 2018b: 166) Es gab eine Kontrollgruppe, welche vergleichbare Artikel über Morde zu lesen bekam. (Arendt, et. al. 2018b: 166) Nach jedem Text bekamen die ProbandInnen die Aufgabe das Gelesene in einem Satz zusammenzufassen, um mittels einer Worterkennungssoftware zu überprüfen, ob die TeilnehmerInnen einen der drei Suizidbegriffe in der Zusammenfassung verwendeten. (Vgl. Arendt et. al. 2018b: 167) Anschließend sollten die Teilnehmenden einen Wortfragment-Vervollständigungstest lösen und einen Fragebogen, der auf suizidbezogene Einstellungen abzielt, ausfüllen. (Arendt, et. al. 2018b: 166) Der Wortfragment-Vervollständigungstest bestand aus acht Worträtseln, welche zwei Zielrätsel beinhalteten: "fre____" und "_rei____", die mit dem Zielbegriff Freitod, aber auch mit vielen anderen deutschen Wörtern

vervollständigt werden konnten. (Vgl. Arendt et. al. 2018b: 167) Eine wichtige Erkenntnis dieser Studie ist, dass Teilnehmende, welche den auf den freien Willen bezogenen Freitod-Frame lasen, eine größere einstellungsmäßige Unterstützung für den Suizid von Personen mit unheilbaren Krankheiten zeigten. (Vgl. Arendt et. al. 2018b: 167) Die Studie von Arendt. et al. (2018b) unterstreicht die Bedeutung der Art und Weise, wie die Nachrichtenmedien über Suizid schreiben und unterstützt die sprachlichen Empfehlungen, die von SuizidexpertInnen zu diesem Thema vorgelegt wurden. Arendt et. al (2018b) fanden ebenfalls heraus, dass die Verwendung eines bestimmten Suizidreferenten in den Nachrichtenmedien das entsprechende Konzept im Gedächtnis prägt und seine Verwendung (Wortwahl) in einer nachfolgenden Situation erhöht. (Vgl. Arend et. al. 2018b: 169) Dieses Ergebnis unterstützt die Ergebnisse einer weiteren Beobachtungsstudie von Arendt (2018), welche im Anschluss kurz dargestellt wird.

Arendt (2018a) führte eine Inhaltsanalyse der deutschsprachigen Suizidberichterstattung mit Daten aus dem Zeitraum 2004-2016 durch. Es sollte untersucht werden, welche Begriffe - der neutrale und empfohlene Suizid oder Freitod und Selbstmord - die Nachrichtenberichterstattung dominiert haben und welche Begriffe die Öffentlichkeit tatsächlich verwendet hat. (Vgl. Arendt, 2018a: 72) Die Studie untersuchte auch, wie oft die Öffentlichkeit die Begriffe für die Informationssuche über die Suchmaschine Google verwendete. (Vgl. Arendt, 2018a: 72) Letzteres wurde als Indikator für die Popularität eines bestimmten Suizid-Bezugs innerhalb eines bestimmten Zeitraums herangezogen, der als Indikator für die Verwendung der Begriffe durch die Öffentlichkeit dient. (Vgl. Arendt, 2018a: 72) Die Analysen ergaben, dass Selbstmord der am häufigsten verwendete Begriff in den Nachrichten und in der Öffentlichkeit war. (Vgl. Arendt, 2018a: 72) Die Verwendung des neutralen Begriffs Suizid hat sowohl in den Nachrichten als auch in der Öffentlichkeit in den letzten Jahren zugenommen und ist fast auf dem Niveau des Begriffes Selbstmord. (Vgl. Arendt, 2018a: 72) Als besorgniserregend zu bezeichnen ist, dass auch der hochproblematische Begriff Freitod regelmäßig verwendet wird, wobei darauf hinzuweisen ist, dass die Verwendung von Freitod auf einem niedrigen Niveau lag. (Vgl. Arendt, 2018a: 72)

4. Verzicht auf Heroisierung/Romantisierung

Ebenso sollte eine Heroisierung oder Romantisierung des/der Suizidenten/Suizidentin beziehungsweise des Suizids vermieden werden. (Vgl. Schäfer, 2019: 596) Zum Beispiel sollte auf Sätze wie: „Selbstmord aus Liebe“ verzichtet werden. (Vgl. Tomandl, 2014: 7) Aussagen wie diese haben einen positiven Beigeschmack - sie legitimieren Suizid. Ebenso sollten keine vereinfachten Gründe für den Suizid „aus Liebeskummer“, „aufgrund von Schulden“ als Ursache genannt werden. (Vgl. Schäfer, 2019: 596) Laut Bandura (1976) wird das heroisieren

einer suizidalen Handlung als heroisches und akzeptables Verhalten abgespeichert und erlernt. Laut Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung sind Aussagen wie diese absolut nicht empfehlenswert. „Der medizinische Imperativ an den Journalisten lautet demnach: Vermeide jede Bewertung von Suiziden als heroisch, romantisch oder tragisch, um möglichen Nachahmern keine postmortalen Gratifikationen in Form von Anerkennung, Verehrung oder Mitleid in Aussicht zu stellen. (...)“ (Ziegler & Hegerl, 2002: 46)

5. Auf Hilfsangebote verweisen

Des Weiteren sollte bei jeder Berichterstattung auf Hilfsangebote verwiesen werden, z.B. die Telefonnummer der Telefonseelsorge oder Internetseiten mit Hilfsangeboten. Die Berichterstattung über Suizid soll auch das Aufzeigen von Auswegen aus der Krise beinhalten. (Vgl. WHO, 2008: 3), (Vgl. Tomandl et.al., 2014: 6), (Vgl. Schäfer, 2019: 597) Jeder Artikel sollte die Botschaft enthalten, dass man mit einer Krise nicht alleine zurecht kommen muss, dass Suizid niemals die Lösung des Problems ist, sprich, dass es immer einen anderen Ausweg als Suizid gibt und es zahlreiche Möglichkeiten gibt Hilfe zu erhalten.

Diese Verbesserungen kann man beispielsweise in Österreich bereits beobachten, da die Medien aktiv in die Verbreitung von entsprechenden Leitlinien einbezogen werden. (Vgl. Ziegler & Hegerl, 2002: 48), (WHO: 2014, 36)

Eine Studie von Eisenwort et. al (2012), in welcher die Darstellung von Suizidalität in deutschsprachigen Jugendmedien in Österreich untersucht wurde, zeigt auf, wie oft fünf große deutschsprachige Jugendmagazine (Bravo, Bravo-Girl, Xpress, Topic und Chilli.cc.) zwischen 1996 und 2008 die oben genannten Punkte bei der Berichterstattung missachtet. (Vgl. Eisenwort, et.al., 2012: 253) Insgesamt konnten 59 Berichte zum Thema Suizid (Suizid, Suizidversuch, Amoksuizid, fraglicher Suizid, Suizid allgemein) analysiert werden, von welchen fünf Artikel generell das Thema Suizid, ohne Nennung eines individuellen suizidalen Verhaltens beinhalten. (Vgl. Eisenwort, et.al., 2012: 253) In 35 Berichten, das entspricht 74.5% aller Berichte (n=47) über Suizid, Suizidversuche und fraglichen Suizid, wurden Details zur Person anhand eines oder mehrerer Zitate aus einem Abschiedsbrief und/oder anhand eines Fotos genannt. (Vgl. Eisenwort, et.al., 2012: 253) In 44 Berichten, das entspricht 93.6% aller Berichte, wurden Details zur Suizidmethode beschrieben. (Vgl. Eisenwort, et.al., 2012: 256) Professionelle Hilfsangebote, wie beispielsweise die Telefonnummer einer Kriseninterventionsstelle, waren in nur 12 Berichten, das entspricht 25.5% aller Berichte, gegeben. (Vgl. Eisenwort, et.al., 2012: 256) Von 22 Artikel, in welchen über suizidales Verhalten von Mädchen berichtet wurde, wurde in 18 Artikeln auf die Nennung des Motivs verzichtet. (Vgl. Eisenwort, et.al., 2012: 253) Wenn ein Motiv genannt wurde, wurde über

Gewalt in der Familie, Liebeskummer und Gewalt außerhalb der Familie als Motiv geschrieben. (Vgl. Eisenwort, et.al., 2012: 254) Über die Suizidmethode wurde in zehn Artikeln über vollendeten, weiblichen Suizid berichtet. (Vgl. Eisenwort, et.al., 2012: 254) Von 32 Artikel, in welchen über suizidales Verhalten von Jungen berichtet wurde, wurde in 18 Artikeln auf die Nennung des Motivs verzichtet. (Vgl. Eisenwort, et.al., 2012: 254) Wenn ein Motiv genannt wurde, wurde über Gewalt außerhalb der Familie, psychische Erkrankungen, Liebeskummer und Schulsorgen als Motiv berichtet. Über die Suizidmethode wurde in 16 Artikeln über vollendeten, männlichen Suizid berichtet. (Vgl. Eisenwort, et.al., 2012: 255) Während Suizidentinnen in den Artikeln häufig positiv dargestellt wurden, wurden Suizidenten öfter negativ dargestellt. (Vgl. Eisenwort, et.al., 2012: 251) „Implizite Schuldzuweisungen wurden vorwiegend den Eltern zugeschrieben.“ (Eisenwort, et.al., 2012: 251)

Es zeigte sich bei dieser Studie zwar kein Hinweis auf einen „Werther-Effekt“ nach der Berichterstattung, doch aufgrund von Limitierungen können Imitationseffekte unter Jugendlichen auf Basis der vorliegenden Untersuchung trotzdem nicht ausgeschlossen werden. (Vgl. Eisenwort, et.al., 2012: 257)

Die Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung stehen eigentlich weitgehend im Gegensatz zu den journalistischen Grundregeln. JournalistInnen unterliegen einerseits einer Informations- und Sorgfaltspflicht, sie wollen ihre Berichte „verkaufen“ und eine möglichst hohe Reichweite sowie eine große Leserschaft generieren. Als JournalistIn lernt man, in einem Bericht die Beantwortung der W-Fragen: „Wer hat was wie wo und warum getan?“. (Ziegler & Hegerl, 2002: 46) JournalistInnen sollen unter Berücksichtigung eines investigativen Journalismus die LeserInnen über bisher unbekanntes informieren und durch anschauliche, detaillierte Berichte nicht langweilen. (Vgl. Ziegler & Hegerl, 2002: 46) Zudem weisen Berichte über Suizid einen hohen Nachrichtenwert auf. Für Journalisten kann das oftmals eine große Herausforderung sein. „Der Journalist kommt also hinsichtlich der Suizidberichterstattung in die paradoxe Situation im Interesse der Suizidprävention uninformativ, uninvestigativ und unattraktiv berichten zu müssen.“ (Ziegler & Hegerl, 2002: 46)

Es stellt sich im Anbetracht der vorliegenden Evidenzen die Frage, ob es nicht sinnvoller wäre, gänzlich auf Berichte über Suizid zu verzichten. In Frankreich gibt es beispielsweise ein Gesetz aus dem Jahr 1955, in welchem festgehalten ist, dass Suizide von Minderjährigen nicht publik (Bücher, Presse, Rundfunk, Kino, etc.) gemacht werden dürfen. (Vgl. Ziegler & Hegerl, 2002: 47) In einer Stellungnahme des Schweizer Presserates zur Suizidberichterstattung steht geschrieben: „Suizide und Suizidversuche sind eine soziale Realität. Sie können für die Massenmedien grundsätzlich kein Tabu sein.“ (Schweizer Presserat 1992) Ebenso wird die

Notwendigkeit der Suizidberichterstattung weder im Pressekodex des Deutschen Presserat (1997) noch in den BBC Producer Guidelines BBC (2000) angezweifelt. „Es wird und soll weiter über konkrete Suizide und Suizidversuche berichtet werden. Ein restriktives Total-Verbot ist aufgrund der Pressefreiheit und des Informationsrecht der Öffentlichkeit weder durchsetzbar noch wünschenswert.“ (Ziegler & Hegerl, 2002: 47) Nur weil man nicht über ein Thema spricht oder berichtet, ist das Thema trotzdem nicht einfach irrelevant oder verschwunden. Die Art und Weise, wie berichtet wird, spielt eine große Rolle. Die Berichterstattung über Suizid kann eventuell auch hilfreich sein, um Missstände aufzeigen, beispielsweise in Schulen oder im Gefängnis. (Vgl. Ziegler & Hegerl, 2002: 47)

Bestandteil der nationalen und internationalen Strategie zur generellen Suizidprävention ist die „Weiterführung umfassender Schulungsprogramme für ermittelte Gatekeeper (z.B. medizinische Fachkräfte, Pädagogen, Polizisten): Verbesserung der Kompetenzen von Psychiatern/Psychologen und Hausärzten bei der Erkennung und Behandlung vulnerabler Personen.“ (WHO, 2014: 59) Die explizite Einbeziehung dieses Themas, unter anderem in Verbindung mit Ausbildung, in diesem Fall Studium, ist eine wichtige Möglichkeit zur Erfüllung einer Strategie zur Suizidprävention. (Vgl. WHO, 2014: 58)

Um eine Verbesserung der Kompetenzen und eine Erkennung und Behandlung vulnerabler Gruppen zu erreichen ist es notwendig, suizidale Krisen erkennen zu können. Hierzu gibt es Theorien und Ansätze, welche beschreiben, welche Umstände, charakteristische und psychische Befindlichkeiten und Phasen in der Suizidalität der Betroffenen eine Rolle spielen. Im folgenden Kapitel werden dazu einige Theorien und Ansätze beschrieben.

10. Theorien und Ansätze

10.1. Verlauf Suizidaler Krisen

Suizidale Krisen können in unterschiedlichen Geschwindigkeiten ablaufen. Einerseits gibt es die plötzlich, innerhalb von Minuten oder Stunden, auftretende Lebensmüdigkeit, welche oft unmittelbar in einer suizidalen Handlung endet. (Vgl. Eink & Haltenhof, 2017: 70) Bei diesem Verlauf gibt es kaum Möglichkeit zur Prävention oder Intervention. (Vgl. Eink & Haltenhof, 2017: 70) Zum Andern kann sich Suizidalität über einen längeren Zeitraum, oftmals über Wochen oder Monate hinweg entwickeln, was auch die Möglichkeit für Vorbeugungen eröffnet. Ein Verlauf dieser Art tritt weitaus häufiger auf. (Vgl. Eink & Haltenhof, 2017: 70) Im Folgenden werden zwei Modelle beschrieben, welche den Vorgang am Modell erklären.

10.1.1. Präsuizidales Syndrom

Der österreichische Psychiater Erwin Ringel hat im Jahr 2002 eine „charakteristische psychische Befindlichkeit beschrieben, die bei vielen der lebensmüden Menschen vorhanden ist“. (Eink & Haltenhof, 2017: 70) Sein Modell „präsuizidales Syndrom“ setzt sich aus den drei Komponenten Einengung, Aggression und Suizidfantasie zusammen. Diese können sowohl gleichzeitig als auch nacheinander auftreten.

ABBILDUNG 11 Präsuizidales Syndrom (nach RINGEL 2002)



Abbildung 7_ präsuizidales Syndrom nach Ringel 2002 (Eink & Haltenhof, 2017: 71)

Es kommt zum Gefühl der Einengung des Erlebens einer Person. Die Person fühlt sich von bestimmten Personen und in bestimmten Situationen eingengt. Das kann dazu führen, dass sich die Person komplett bis hin zur Vereinsamung zurückzieht. Es entstehen aggressive Gefühle, welche vorrangig gegen die eigene Person gerichtet sind. Diese können sich über einen längeren Zeitraum aufgestaut haben. Es kommt zu Suizidphantasien, welche zuerst bewusst herbeigeführt werden, sprich, man denkt darüber nach wie es wäre, sich das Leben zu nehmen, welche sich dann aber auch unbewusst immer wieder ins Gedächtnis drängen können. (Eink & Haltenhof, 2017: 71) „Solche gegen den eigenen Willen auftretende Phantasien sind als besonders gefährlich einzuschätzen“. (Eink & Haltenhof, 2017: 71)

10.1.2. Phasen der Suizidalität

Der österreichische Psychiater Walter Pöldinger beschreibt Suizidalität als Prozess, welcher in drei Phasen abläuft.

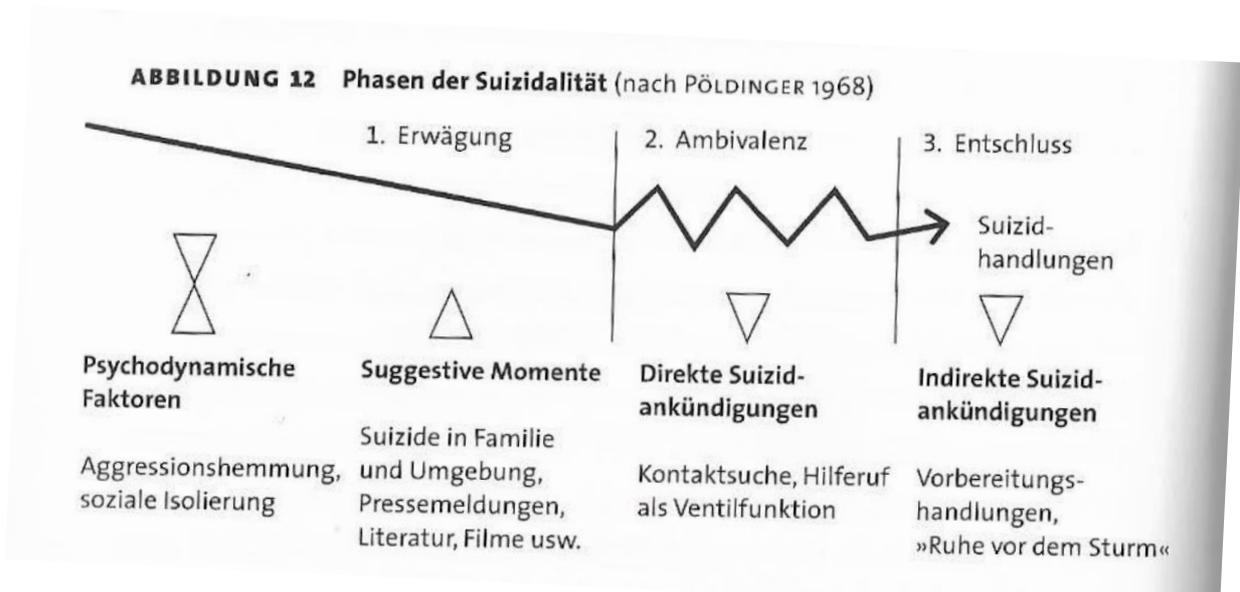


Abbildung 8_Phasen der Suizidalität nach Pöldinger 1968 (Eink & Haltenhof, 2017: 72)

In Phase 1, Erwägung, denkt die Person darüber nach wie es wäre, nicht mehr am Leben zu sein. Suizid wird als Problemlösung in Erwägung gezogen. (Vgl. Eink & Haltenhof, 2017: 71) „Hierbei können suizidale Handlungen im sozialen Umfeld und Berichte in den Medien durchaus bahrend wirken“. (Eink & Haltenhof, 2017: 71)

In Phase 2, Ambivalenz, ist die Person Zwiestalten. Diese Phase zeichnet sich dadurch aus, dass die Person unter anderem von Familie, Umwelt und Medien besonders beeinflussbar ist. In dieser Phase gehen von der Person oftmals Hilferufe aus und er/sie sucht Kontakt zu anderen Menschen. (Vgl. Eink & Haltenhof, 2017: 71)

Wenn sich eine Person in der dritten und letzten Phase, Entschluss, befindet, hat diese für sich entscheiden sich zu suizidieren. Oftmals wirkt eine sich in dieser Phase befindliche Person ruhig und ausgeglichen, Pöldinger beschreibt dies als „Ruhe vor dem Sturm“. Dieses Verhalten wird von der Umgebung der Person als Ende der suizidalen Phase interpretiert, doch gerade dieses Verhalten sollte als Alarmsignal wahrgenommen werden. (Vgl. Eink & Haltenhof, 2017: 71) In dieser Phase können Medien einen Einfluss auf die Suizidmethode und/oder den Ort an welchem dieser verübt wird haben.

Dieses Modell ist eine Hilfe, um den Einfluss der Medien einordnen zu können. Wann Medien genau ins Spiel kommen, kann man nicht sagen. Fakt ist, dass Medien einen Einfluss haben. Sie können während dieser drei Phasen eine unterschiedliche Rolle spielen und Wirkung

haben. Die Wirkung der Medien muss aber, wie bereits erwähnt, nicht immer eine Negative sein.

10.2. Stress-Vulnerabilitäts-Modell

Anhand des Stress-Vulnerabilitäts-Modell von Wassermann (2016) sieht man, dass es viele unterschiedliche Einflussfaktoren geben kann, welche eine Auswirkung darauf haben, ob sich eine Person suizidiert.

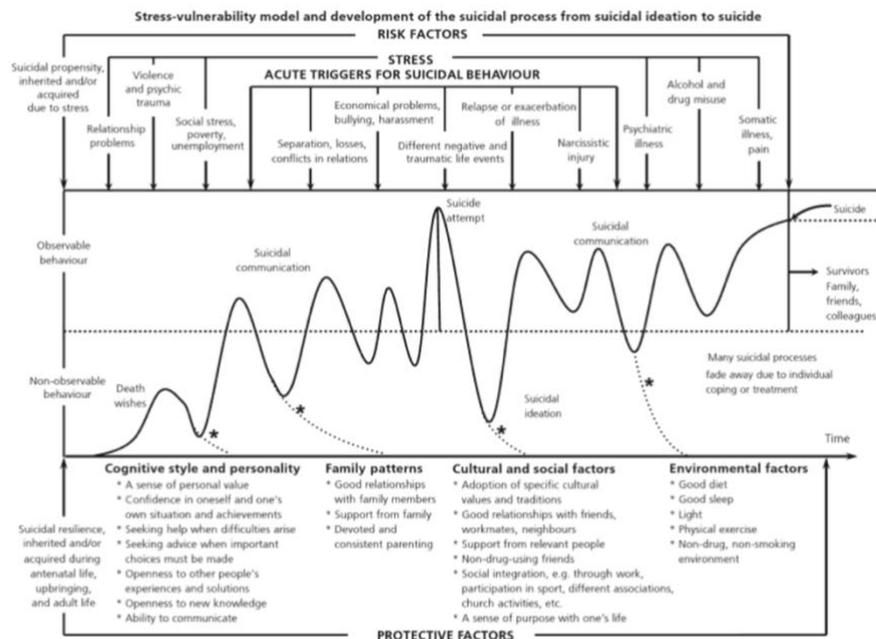


Fig. 3.1 Stress-vulnerability model and development of the suicidal process from suicidal ideation to suicide
Adapted from Wasserman D., Suicide: An unnecessary death, Figure 2.1, Copyright (2001), with permission from Martin Dunitz/Informa

Abbildung 9_Stress-Vulnerabilitäts Modell (Wassermann 2016: 29)

Medien sind nur ein Faktor neben vielen, sie können aber erwiesenermaßen einen Unterschied ausmachen. In diesem Modell werden Risikofaktoren wie Alkohol- und Drogenmissbrauch, chronische Schmerzen, Beziehungsprobleme, etc., welche eine beeinflussende Tendenz haben können, protektiven Faktoren wie beispielsweise gute Familienstrukturen oder positive Umwelteinflüsse (Schlafrythmus, Ernährungsgewohnheiten, etc.), welche die Tendenzen lindern können, gegenübergestellt. Dabei ist zu beachten, dass diese beiden Faktoren abwechselnd wirken können. (Vgl. Wassermann: 2016: 29) Risikofaktoren begünstigen quasi den „Werther-Effekt“, während protektive Faktoren dem „Papageno-Effekt“ zuzuordnen sind.

10.3. Modellernen Bandura

Die Theorie des Lernen am Modell von Albert Bandura geht davon aus, dass soziales Lernen durch Beobachtung und Imitation erfolgt, was bedeutet, dass man Verhaltensweisen anderer verinnerlicht und jederzeit abrufen kann. (vgl. Rettenwender, 2013: 77) Der Lernvorgang in der Kindheit und im späteren Erwachsenenleben entsteht somit auf dem Nachvollzug von vorher Gesehenem (Verhaltensweisen, Einstellungen, etc.). (Vgl. Bandura, 1976) Die Resultate dieses Lernvorgangs können das Erlernen neuer Verhaltensweisen sein sowie bereits erlernte Verhaltensmuster können enthemmt oder gehemmt werden. (Vgl. Bandura: 1976) Wenn Suizidhandlungen in den Medien dargestellt werden, sei dies nun fiktional oder non fiktional, wird dieses Verhalten von manchen Rezipierenden nachgeahmt, sprich übernommen. Bandura geht davon aus, dass, das Verhalten anderer vor allem nachgeahmt wird, wenn es erfolgreich zu sein scheint. (vgl. Rettenwender, 2013: 77) Ebenso wird das Verhalten eher nachgeahmt, wenn man der Person besonders ähnlich ist. (Vgl. Bandura, 1976) Wenn nun in den Medien über Suizid berichtet wird und die genaue Methode genannt wird, mit welcher sich die Person „erfolgreich“ suizidiert hat, wirkt diese auf den Rezipierenden besonders „erfolgreich“. Oft wird nach dem Erscheinen besagter Artikel bei Nachahmungstaten, die gleiche Methode verwendet. (Vgl. Tomandl et.al., 2014) Wenn in den Medien detaillierte Angaben über die Person gemacht werden, erhöht das die Möglichkeit, sich mit dieser Person zu identifizieren und die gesehene/gelernte Verhaltensweise nachzuahmen. „(...)der Werther Effekt ist somit nur eine mögliche Auswirkung eines Lernvorgangs am Modell“. (Ziegler & Hegerl, 2002: 44)

„Beim Modellernen befindet sich der/die Lernende in der Rolle des Beobachters bzw. der Beobachterin. Die beobachtete Person übernimmt die Funktion des Modells. Das Ergebnis ist eine Ähnlichkeit zwischen dem Verhalten des Modells und dem Verhalten des/der Beobachtenden, wobei das Verhalten des Modells als Reiz für eine Nachahmungsreaktion gewirkt hat.“ (Rettenwender, 2013:77) Laut Bandura beruht menschliches Verhalten aber nicht alleine auf Reiz-Reaktions-Verbindungen, dazwischen befindet sich ein noch höherer Prozess, die Informationsverarbeitung. Informationsverarbeitung bedeutet, dass der/die BeobachterIn erstmal einen Reiz verarbeitet, bevor er/sie darauf reagiert. Bandura unterteilt diesen „Lern-Verarbeitungs-Prozess“ in zwei Phasen mit 4 Schritten, wie in der folgenden Tabelle veranschaulicht wird.

Phase	Schritt	Erläuterung
Lernphase	Aufmerksamkeit	Wie aufmerksam ein Modell betrachtet wird hängt davon ab, wie sympathisch es für den Beobachter ist und wie nützlich ihr Verhalten ist.
	Gedächtnis	Ob das beobachtete Verhalten gelernt/gespeichert wird, hängt von der Anzahl der Rezeptionen/Wiederholungen des beobachteten Verhaltens ab.
Ausführungsphase	Verhalten	Die Imitation des Verhaltens hängt von der motorischen Fähigkeit des Beobachters ab.
	Motivation	Wie oft Verhalten imitiert wird, hängt von der externen Verstärkung/Bestrafung ab.

(Vgl. Rettenwender, 2013:77)

Das Fazit der Lerntheorie lässt die Annahme zu, dass jegliche Verhaltensweisen auf Nachahmung beruhen.

Die im theoretischen Teil dieser Arbeit behandelten Inhalte werden zum Teil von Lehrenden der Universität Wien, den StudentInnen der Studienrichtung Publizistik und Kommunikationswissenschaft vermittelt. Welche dieser Themen werden tatsächlich von Lehrenden in den Vorlesungen behandelt und in welchem Umfang? Wie gut sind beziehungsweise fühlen sich Publizistik-Studierende der Universität Wien über diese Themen informiert? Im folgenden Kapitel wird das Methodendesign beschrieben, mithilfe dessen unter anderem diese Fragen beantwortet werden sollen.

11. Methodendesign

Es werden mittels einer qualitativen (Online)-Befragung einerseits Studierende, andererseits Lehrende der Studienrichtung Publizistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien befragt. Als Instrument wird ein Fragebogen verwendet. „Online-Befragungen sind streng genommen computerunterstützte schriftliche Befragungen. Allerdings sind sie netzbasiert und finden im WWW statt. Die Fragebögen sind mit HTML oder anderen Techniken (wie Javascript oder Flash) programmiert; sie können interaktive und multimediale Elemente enthalten.“ (Scholl, 2018: 53) Der Online-Fragebogen, welcher die Daten der Studierenden erheben soll, wird in Gruppen auf Facebook, welche eigens für beziehungsweise von Publizistik und Kommunikationswissenschaft-StudentInnen erstellt wurden, hochgeladen, mit der Bitte, sich kurz Zeit zu nehmen um diesen auszufüllen. In der Regel ist dies ein guter Weg um eine bestimmte StudentInnen-Gruppe zu erreichen. Der Fragebogen, welcher die Daten

der Lehrenden erheben soll, wird mittels eines weiterführenden Hyperlinks per Mail verschickt, ebenfalls mit der Bitte, diesen auszufüllen und zu retournieren. Bei der Formulierung des Fragebogens und der anschließenden Durchführung der Befragung wird darauf geachtet, dass die Gütekriterien (Objektivität, Reliabilität und Validität) eingehalten werden.

„Die Online-Befragung bietet aufgrund ihrer technischen Möglichkeiten mehrere Vorteile in Bezug auf das Instrument (Fragebogen) und die Durchführung (Erhebung und Aufbereitung der Daten).“ (Scholl, 2018: 57) Ein weiterer Vorteil besteht darin, dass sie prinzipiell in allen Teilen der Bevölkerung zu den verschiedensten Themen durchgeführt werden kann. „Das Ziel der (sozial)wissenschaftlichen Befragung besteht zusammengefasst darin, durch regulierte (einseitig regelgeleitete) Kommunikation reliabel (zuverlässige, konsistente) und valide (akkurate, gültige) Informationen über den Forschungsgegenstand zu erfahren. Die Befragung ist eine Art Aufforderung zur Selbstbeschreibung des Befragten.“ (Scholl, 2018: 22) „Die Befragung beruht auf der Freiwilligkeit der Teilnahme und der Auskunftserteilung.“ (Scholl, 2018: 21) „Hier ist allerdings die Selbstselektion der Befragten hoch, sodass motivierte Personen deutlich überrepräsentiert sind.“ (Scholl, 2018: 55) Bei Befragungen muss generell immer berücksichtigt werden, dass bei der Beantwortung die soziale Erwünschtheit eine Rolle spielt. „Online-Befragungen führen tendenziell zu höherer Offenheit seitens der Befragten und erzeugen offenbar weniger häufig durch soziale Erwünschtheit verzerrte Antworten.“ (Scholl, 2018: 58) Des Weiteren wird der Grad der Anonymität von den Befragten höher als bei der schriftlichen Befragung empfunden. (Vgl. Taddicken 2007: 98f.).

Die Daten, welche dieser Befragung entspringen, sollen nach der Erhebung dieser mittels des Programms „SPSS“ ausgewertet und interpretiert werden. Bevor die Fragebögen online gestellt beziehungsweise versandt werden, wird ein Pre-Test an einigen wenigen Studentinnen anderer Studienrichtungen sowie Bekannten durchgeführt um zu überprüfen, ob technisch alles funktioniert und der Fragebogen verständlich aufgebaut ist. Die Grundgesamtheit der Studierenden beträgt 4396 Studierende. Diese setzt sich aus 3053 Bachelor,- und 1343 Master-Studierenden der Studienrichtung Publizistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien zusammen. Die Zahl der Studierenden wurde den Angaben zur Zahl der Studierenden auf der Website der Universität Wien entnommen. (Vgl. studieren.univie.ac.at) Die Grundgesamtheit der Lehrenden der Studienrichtung Publizistik und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien ergibt sich durch aufsummieren der 20 Professuren und Senior Lecturer sowie den 141 Lehrbeauftragten. Die Anzahl wurde der Website der Universität Wien für das Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft entnommen. (Vgl. publizistik.univie.ac.at)

12. Erhebung – Lehrende

Nach fertiger Erstellung des Fragebogens für Lehrende der Universität Wien musste dieser getestet werden, bevor er versandt werden konnte. In der Woche vom 28.06.2021 bis 03.07.2021 wurde ein Pre-Test mit insgesamt 10 TeilnehmerInnen durchgeführt um technische Probleme sowie Unklarheiten zu bereinigen. Am 04.07.2021 wurde der Fragebogen für Lehrende der Universität Wien über die Universitäts-Mail an diese verschickt. Die anfängliche Grundgesamtheit von 161 Lehrenden verringerte sich auf 160 Personen, da eine Person auf der Internetseite des Publizistikinstituts sowohl als Senior Lecturer als auch als Lehrbeauftragte/r geführt wird. Bei zwei Personen des Samples war keine gültige E-Mail Adresse angegeben, weshalb diese auch nicht kontaktiert werden konnten. Schlussendlich konnte die Umfrage an 158 Personen versandt werden und war insgesamt 36 Tage verfügbar bevor sie am 08.08.2021 geschlossen wurde.

Der Fragebogen bestand aus 19 Fragen, sechs davon waren Filterfragen. Die Befragten hatten somit mindestens 13 Fragen und maximal 19 Fragen zu beantworten.

Die Umfrage wurde von 49 Personen begonnen, 88% davon beendeten den Fragebogen auch, was einer Abbruchquote von 12% (\cong 6 Personen) entspricht. Im Durchschnitt hat der Fragebogen 2-3 Minuten in Anspruch genommen. Von den 43 Personen, welche den Fragebogen zur Gänze ausfüllten, wurde eine weitere Person ausgeschlossen, da die Antworten dieser unschlüssig waren.

Von den Befragten ($n=42$) halten 45,2% (\cong 19 Personen) praxisbezogene und 40,5% (\cong 17 Personen) theoriebezogene Seminare/Lehrveranstaltungen ab. Von den restlichen 14,3% (\cong 6 Personen), halten 5 Personen sowohl praxis-, als auch theoriebezogene Seminare/Lehrveranstaltungen ab. Eine Person gab an, derzeit keinerlei Lehrveranstaltungen abzuhalten.

Hypothese 1 von Forschungsfrage 1, *„Lehrende, die bei einem Medium tätig sind/waren, welches Mitglied im Presserat ist, behandeln das Thema Presskodex in Lehrveranstaltungen öfter als Lehrende, die bei einem Medium tätig sind/waren, welches nicht dem Presserat angehört“*, kann bestätigt werden und brachte folgende Ergebnisse:

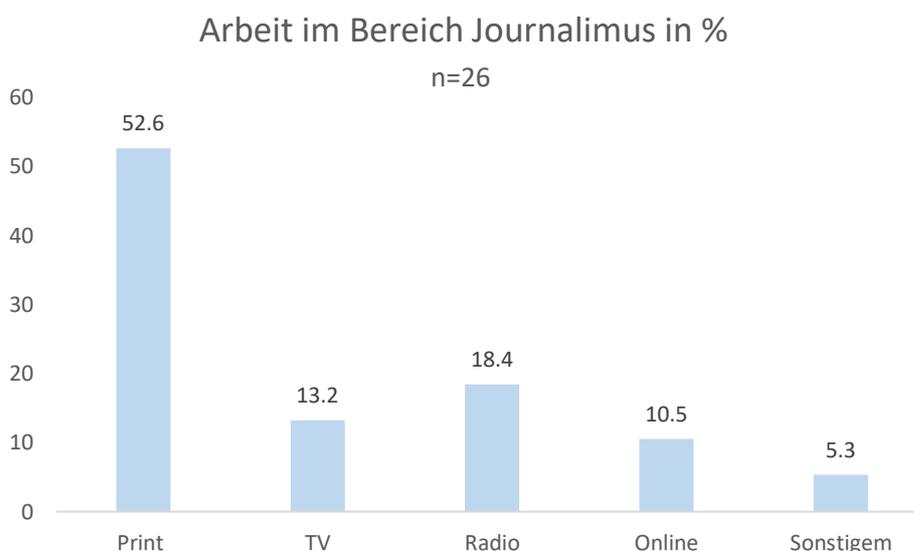
Das Thema Presskodex wird von 11 Befragten ($n=42$) generell in Lehrveranstaltungen behandelt. Insgesamt widmen davon 7 Lehrende dem Thema weniger als eine Einheit, 3 Lehrende besprechen das Thema in mindestens einer Einheit und ein/e Lehrende behandelt das Thema in 2-3 Einheiten.

Von den befragten Personen ($n=42$) sind/waren 26 bei einem Medium beschäftigt.

Von diesen 26 Personen sind/waren 16 Personen bei einem Medium angestellt (gewesen), welches ein Mitglied im Presserat ist. Davon beziehen vier Personen das Thema Pressekodex in ihren Seminaren/Vorlesungen mit ein. Die restlichen 12 Lehrenden, welche bei einem Medium arbeiten/arbeiteten, welches Mitglied im Presserat ist, kommen nicht auf das Thema Pressekodex in ihren Lehrveranstaltungen zu sprechen. Vier Personen arbeiten/arbeiteten bei einem Medium, welches nicht dem Presserat angehört. Die Erwähnung des Themas Pressekodex hält sich bei dieser Gruppe in der Waage. Das Thema Pressekodex wird von jeweils 2 Personen, welche bei einem Medium angestellt sind/waren, welches kein Mitglied im Presserat ist, behandelt beziehungsweise nicht behandelt. Somit kann die Hypothese bestätigt werden, da doppelt so viele Lehrende, welche bei einem Medium arbeiten/arbeiteten, welches dem Presserat angehört das Thema Pressekodex in einer Lehrveranstaltung miteinbeziehen, als jene, die bei einem Medium tätig sind/waren, welches kein Mitglied im Presserat ist.

Ein überraschendes Ergebnis war, dass 6 Teilnehmende nicht wussten, ob das Medium, bei welchem sie tätig sind/waren, zu den Mitgliedern des Presserats gehört. Von diesen 6 Personen wird das Thema Pressekodex in deren Lehrveranstaltungen nicht erwähnt.

Bei der Frage, in welchem journalistischen Bereich die Lehrenden derzeit arbeiten beziehungsweise in der Vergangenheit gearbeitet haben, war es möglich, mehrere Antwortmöglichkeiten auszuwählen. Die Ergebnisse sind in der folgenden Grafik dargestellt.



Es zeigt sich, dass über die Hälfte (52,6%) der Befragten angegeben haben, im Bereich Print tätig (gewesen) zu sein. Am seltensten (10,5%) sind Lehrende im Bereich Online-Journalismus tätig (gewesen). Die restlichen Bereiche teilen sich wie folgt auf: Beim Radio sind/waren 18,4% der Lehrenden angestellt (gewesen), 13,2% der Teilnehmenden haben angegeben, im

Bereich TV tätig (gewesen) zu sein und 5,3% sind/waren in keinem der genannten Bereiche beruflich aktiv.

Die zweite Hypothese von Forschungsfrage 1, *„Lehrende, die praxisbezogene Lehrveranstaltungen halten, behandeln das Thema Pressekodex in Lehrveranstaltungen öfter als Lehrende, die allgemeine Lehrveranstaltungen halten“*, kann im Vergleich zur vorherigen Hypothese nicht bestätigt werden.

Nur 3 von 19 Lehrenden, welche praxisbezogene Lehrveranstaltungen halten, beziehen das Thema Pressekodex in ihre Lehrveranstaltungen mit ein. Im Gegensatz dazu wird das Thema Pressekodex von 6 der 17 Lehrenden, welche theoriebezogene Lehrveranstaltungen abhalten, miteinbezogen. Somit kann die Hypothese nicht bestätigt werden. Die Ergebnisse zeigen, dass genau das Gegenteil zutrifft. Bei den 5 Lehrenden, welche Lehrveranstaltungen zu beiden Bereichen abhalten, wird das Thema Pressekodex von 2 Lehrenden vermittelt.

Hypothese 3 von Forschungsfrage 1, *„Lehrende, die zum Thema Pressekodex forschen/forschten, behandeln das Thema in Lehrveranstaltungen öfter als Lehrende, die nicht zu diesem Thema forschen/forschten“* kann, wie die Hypothese zuvor, ebenfalls nicht bestätigt werden.

Das Ergebnis war überaus überraschend, da kein/e Lehrende/r zu einem der genannten Bereiche (Presserat, Pressekodex, „Werther Effekt“, „Papageno Effekt“, Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung) Forschung betreibt. Insgesamt haben (n=42) 15 Lehrende ($\cong 35,7\%$) angegeben, derzeit aktiv an einer Universität oder Fachhochschule zu forschen.

Die vierte Hypothese von Forschungsfrage 1, *„Lehrende, die im Bereich Journalismus arbeiten/arbeiteten, behandeln das Thema Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung in Lehrveranstaltungen öfter als Lehrende, die in anderen Bereichen tätig sind/waren“*, kann knapp bestätigt werden.

Von den Befragten (n=42) gaben 6 Lehrende, welche im Bereich Journalismus tätig sind/waren an, das Thema Pressekodex in einer Lehrveranstaltung zu behandeln. Im Gegensatz dazu findet bei 5 Personen, welche nicht im Bereich Journalismus arbeiten/arbeiteten, das Thema Pressekodex in keiner Lehrveranstaltungseinheit Erwähnung. Da es sich hierbei um ein sehr knappes Ergebnis handelt, welches sich auf nur eine Person unterschied beläuft, kann die Hypothese zwar bestätigt werden, das Ergebnis ist aber wenig aussagekräftig. Um das Ergebnis auf Gültigkeit zu prüfen wird empfohlen, die Erhebung

erneut, im Idealfall mit allen Lehrenden des Fachbereichs Publizistik und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien, zu wiederholen.

Hypothese 5 von Forschungsfrage 1, *„Lehrende, die bei einem Printmedium arbeiten/arbeiteten, behandeln das Thema Pressekodex in Lehrveranstaltungen öfter als Lehrende, die in anderen Bereichen tätig sind“*, kann nicht bestätigt werden.

Bei der Frage, in welchem Bereich des Journalismus die befragten Lehrenden tätig sind/waren, war es wie bereits erwähnt möglich, mehrere Antwortmöglichkeiten auszuwählen. Von den Lehrenden (n=26), welche angegeben haben im Bereich Radio tätig (gewesen) zu sein, behandeln 5 das Thema Pressekodex in der Vorlesung. Dicht gefolgt von Lehrenden, welche in der Sparte Print tätig sind/waren. Von dieser Gruppe beziehen 4 Lehrende das Thema Pressekodex mit ein. Von den Lehrenden, welche das Thema Pressekodex in Seminaren/Vorlesungen behandeln, arbeiten/arbeiteten jeweils 2 der befragten Lehrenden in den Bereichen Online und TV. Aus diesen Ergebnissen ergibt sich, dass das Thema Pressekodex am häufigsten von Lehrenden behandelt wird, welche in der Sparte Radio tätig sind/waren und nicht, wie im Vorhinein angenommen, in der Sparte Print.

Die zweite Forschungsfrage bezieht sich auf das Thema Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung. Von den Befragten (n=42) gaben nur 3 Personen an, das Thema den Studierenden näher zu bringen. Dabei widmen diese dem Thema insgesamt nur weniger als eine Einheit. Das Thema fand bei 92,9% der befragten Lehrenden keine Erwähnung.

Die erste Hypothese von Forschungsfrage 2, *„Lehrende, die bei einem Medium tätig sind/waren, welches Mitglied im Presserat ist, behandeln das Thema Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung in Lehrveranstaltungen öfter als Lehrende, die bei einem Medium tätig sind/waren, welches nicht dem Presserat angehört.“*, kann nicht aussagekräftig bestätigt werden.

Wie bereits bei der Ergebnispräsentation von Forschungsfrage 1 erwähnt, sind/waren von den befragten Personen (n=42) 26 bei einem Medium beschäftigt. Von diesen 26 Personen waren/sind 16 Personen bei einem Medium angestellt (gewesen), welches Mitglied im Presserat ist. Davon bezieht nur ein/e Lehrende/r das Thema Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung im Vortrag mit ein. Von den restlichen 10 Befragten, welche entweder nicht wissen, ob das Medium bei welchem sie tätig sind/waren, Mitglied im Presserat ist beziehungsweise das Medium kein Mitglied im Presserat ist, behandeln auch das Thema Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung nicht. Da Medienempfehlungen zur

Suizidberichterstattung nur von einer Person behandelt werden, ist dieses Ergebnis wenig aussagekräftig. Es zeigt allerdings, dass diesem Thema wenig bis gar keine Aufmerksamkeit zukommt.

Hypothese 2 von Forschungsfrage 2, *„Lehrende, die praxisbezogene Lehrveranstaltungen halten, behandeln das Thema Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung in Lehrveranstaltungen öfter als Lehrende, die allgemeine Lehrveranstaltungen halten“*, kann nicht bestätigt werden.

Nur eine/r von 19 Lehrenden, welche praxisbezogene Lehrveranstaltungen halten, bezieht das Thema Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung in einer Lehrveranstaltung mit ein. Das gleiche gilt für Lehrende, welche theoriebezogene Lehrveranstaltungen halten. Nur eine/r von 17 Lehrenden spricht über Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung mit den Studierenden. Ebenfalls bei den Lehrenden, welche beide Arten von Lehrveranstaltungen unterrichten, erwähnt nur eine Person Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung. Daraus ergibt sich, dass von Lehrenden, unabhängig von der Art der Vorlesung die diese halten, sei dies nun eine theorie- oder praxisbezogene Vorlesung, das Thema gleichermaßen kaum vermittelt wird, womit die Hypothese widerlegt werden muss.

Die dritte Hypothese von Forschungsfrage 2, *„Lehrende, die zum Thema Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung forschen/forschten, behandeln das Thema in Lehrveranstaltungen öfter als Lehrende, die nicht zu diesem Thema forschen/forschten“*, kann ebenfalls nicht bestätigt werden.

Das Ergebnis war, wie bei Hypothese 3 von Forschungsfrage 1 bereits erwähnt, überaus überraschend, da kein/e Lehrende/r zu einem der genannten Bereiche (Presserat, Pressekodex, „Werther Effekt“, „Papageno Effekt“, Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung) Forschung betreibt. Insgesamt haben 15 Lehrende (n=42), angegeben, derzeit aktiv an einer Universität oder Fachhochschule zu forschen. Auch hier zeigt sich wieder, dass Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung bei Lehrenden scheinbar ein unbeliebtes Thema ist, sei es, dieses zu vermitteln oder zu diesem zu forschen.

Hypothese 4 von Forschungsfrage 2, *„Lehrende, die im Bereich Journalismus arbeiten/arbeiteten behandeln das Thema Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung in Lehrveranstaltungen öfter als Lehrende, die in anderen Bereichen tätig sind/waren“* kann, wie die beiden Hypothesen zuvor, ebenfalls nicht bestätigt werden.

Wie bereits erwähnt, behandeln insgesamt nur 3 Lehrende das Thema Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung. Von diesen 3 Personen ist eine/r im Bereich Journalismus tätig und behandelt das Thema Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung auch an der Universität. Die anderen beiden Lehrenden behandeln zwar Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung in ihren Vorträgen, arbeiten aber nicht im Bereich Journalismus. Die Annahme, dass Lehrende, die im Bereich Journalismus arbeiten/arbeiteten das Thema Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung öfter in Lehrveranstaltungen behandeln als jene, die in anderen Bereichen tätig sind/waren, trifft somit nicht zu. Laut diesem Ergebnis wäre das Gegenteil der Fall, nämlich dass Lehrende, welche nicht bei einem Medium arbeiten/arbeiteten, das Thema öfter behandeln als Lehrende, welche im Journalismus tätig sind/waren. Auch dieses Ergebnis ist aufgrund der sehr niedrigen TeilnehmerInnenzahl nicht aussagekräftig. Eine erneute Untersuchung mit einer höheren TeilnehmerInnenzahl wird empfohlen.

Das Ergebnis der fünften Hypothese von Forschungsfrage 2, *„Lehrende, die bei einem Printmedium arbeiten/arbeiteten, behandeln Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung in Lehrveranstaltungen öfter als Lehrende, die in anderen Bereichen tätig sind/waren“*, bestätigt die Hypothese.

Wie bereits erwähnt wird das Thema Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung von Lehrenden nur sehr selten behandelt. Von den Befragten (n=26) erwähnt eine Person das Thema Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung im Seminar und arbeitet/arbeitete ebenfalls im Bereich Print. Die restlichen beiden Lehrenden, welche das Thema Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung behandelten, sind/waren nicht im Journalismus tätig. Die TeilnehmerInnenzahl ist jedoch viel zu gering, um eine Aussage treffen zu können.

Ähnlich niedrig fällt die TeilnehmerInnenzahl der im Folgenden beschriebenen Umfrage für Studierende an der Universität Wien aus. Um zu prüfen, in wie weit Studierende der Universität Wien über die von den Lehrenden vermittelten Inhalte informiert sind, wurden diese zu den Themen Pressekodex, Presserat, „Werther Effekt“, „Papageno Effekt“ und Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung, befragt.

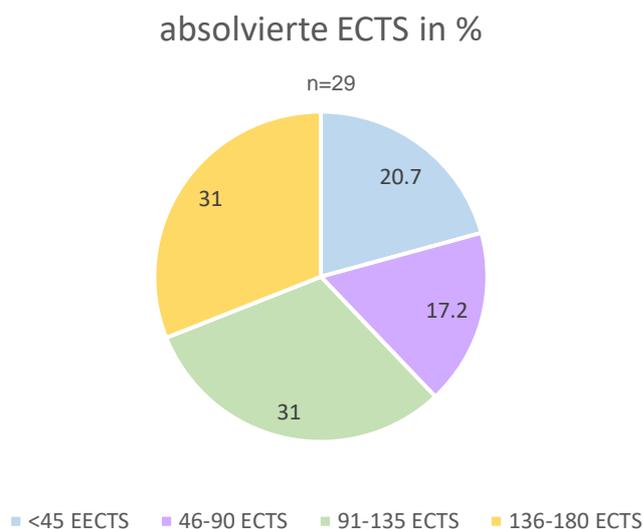
13. Erhebung Studierende

Ebenso wie bei der Umfrage für Lehrende der Universität Wien, musste der Fragebogen für Studierende ebenfalls im Vorfeld getestet werden. In der Woche von 28.06.2021 bis 04.07.2021 wurde ein Pre-Test des Fragebogens für Studierende mit insgesamt 10 TeilnehmerInnen durchgeführt, um technische Probleme sowie Unklarheiten zu bereinigen. Nach einigen Adaptionen wurde die Umfrage am 07.07.2021 geöffnet. Der Link zur Umfrage wurde anfangs in 13 Facebook-Gruppen (*Publizistik Masterstudien Univie, Publizistik Erfahrungsaustausch & Umfragen & Jobangebote Univie, Publizistik Studierende Univie, THEO Univie, MMF Univie, KOMET Univie, GESKO (exWERB) Univie, STEP6 VO Univie, STEP3 VO Univie, STEP4 VO Univie, Master Publizistik Univie, Publizistik- und Kommunikationswissenschaft WS 2015/16 Uni Wien, Publizistik for Beginners Univie 2013/..2018*), welche eigens für Studierende der Universität Wien sowie explizit für die Studienrichtung Publizistik und Kommunikationswissenschaft geschaffen wurden, veröffentlicht. Bis zum 08.08.2021 konnten nur 23 TeilnehmerInnen verzeichnet werden, weshalb weitere Schritte, um TeilnehmerInnen zu gewinnen, nötig waren. Der Fragebogen wurde erneut am 25.09.2021 in die oben genannten Facebook-Gruppen gestellt und um 10 weitere Facebook-Gruppen für Publizistik Studierende der Universität Wien (*Step5VO Univie, Publizistik Master Uni Wien WS18/19, Publizistik und Kommunikationswissenschaft Uni Wien, BA Publizistik Mitschriften Curriculum 2017, PuKw WS 2020/21 Uni Wien, BA & MA PuKw Universität Wien, Endspurt Masterarbeit PuKw, PuKw Uni Wien WS 2017/18, VERME Methodische Vertiefungen, VERTHE Theoretische Vertiefungen*), ergänzt.

Die Umfrage war bis zum 17.10.2021 zur Teilnahme freigegeben. Somit war der Fragebogen insgesamt 30 Tage geöffnet. Es haben 56 Studierende an der Umfrage teilgenommen. Von den 56 Personen, welche den Fragebogen begonnen haben, wurde dieser von nur 52% auch beendet, was eine Abbruchquote von knapp der Hälfte (\cong 48%) ergibt. Der Fragebogen bestand insgesamt aus 22 Fragen. Die erste Frage „Studierst du Publizistik und Kommunikationswissenschaft?“ war die Ausschlussfrage. Für Personen, welche diese Frage mit nein beantwortet haben, wurde die Umfrage automatisch beendet. In dem Fragebogen für Studierende waren außerdem 6 Filterfragen integriert. Somit hatten die Studierenden mindestens 14 und maximal 22 Fragen zu beantworten. Im Durchschnitt hat der Fragebogen 3 Minuten in Anspruch genommen. Zusätzlich zu den Abbrüchen mussten auch die Umfragedaten von jenen Personen bei der Datenaufbereitung entfernt werden, welche angaben, nicht Publizistik und Kommunikationswissenschaft zu studieren. Es konnten schlussendlich, lediglich 29 Personen in die Datenanalyse miteinbezogen werden.

Bei der Interpretation der Daten ist unbedingt die geringe TeilnehmerInnenzahl zu berücksichtigen. Dies sollte bei der Sichtung dieser Arbeit stets bedacht werden, da aufgrund dessen die Allgemeingültigkeit der Ergebnisse beeinträchtigt ist.

Von den 29 TeilnehmerInnen studieren 13 Personen im Bachelor und 16 Personen im Master Publizistik und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien. Von den 16 Master-Studierenden haben 11 Personen ($\approx 68,8\%$) ebenso ihren Bachelor im Fachbereich Publizistik und Kommunikationswissenschaft absolviert. Die befragten Studierenden ($n=29$) haben zum Zeitpunkt der Umfrage im Zuge ihres Studiums bis zu maximal 180 ECTS gesammelt. Die Studierenden wurden am Anfang der Umfrage gebeten, sich in eine der angeführten „ECTS-Gruppen“ einzuteilen. Es haben 6 der Befragten angegeben bisher weniger als 45 ECTS, 5 Befragte 46-90 ECTS, 9 Befragte 91-135 ECTS sowie 9 Befragte 136-180 ECTS absolviert zu haben. Folgende Grafik stellt dar, wie viel Prozent der Studierenden auf die jeweiligen ECTS Gruppen entfallen.



Die Befragten waren alle im Alter von 18-41 Jahren. Die größte Gruppe machen dabei die 24-29 jährigen aus (≈ 19 Befragten), 6 Befragte sind zwischen 18 und 23 Jahre, 3 Personen sind 30-35 Jahre und eine Person ist zwischen 36 und 41 Jahre alt.

Um herauszufinden, in wie weit Studierende das Thema Pressekodex verinnerlicht haben, wurde zuerst abgefragt, ob Studierende mit den Aufgaben des Presserats, von welchem der Pressekodex geschaffen wurde, vertraut sind. Der Pressekodex, bildet wie in Kapitel 8. „Österreichischer Presserat“ erwähnt, die Grundlage für die Entscheidungen der Senate des Presserates. (Vgl. Presserat.at)

Bei der Frage: „Welche der folgenden Aussagen zum Thema Presserat sind deiner Meinung nach zutreffend?“, gab es bei 9 Antwortmöglichkeiten, 5 richtige Antworten. Zwei der 9

Antwortmöglichkeiten waren „weiß ich nicht“ und „die angeführten Aussagen sind alle nicht korrekt“. Drei Studierende wählten die Antwortmöglichkeit „weiß ich nicht“. Von den Studierenden, welche angegeben haben, bisher weniger als 45 ECTS absolviert zu haben (6 Pers.), gaben 4 Personen 1-2 richtige Antworten. Zwei Personen haben 3-4 richtige Antworten ausgewählt und keine Person kreuzte alle 5 richtigen Antworten an. Ein/e Studierende/r, welche/r 46-90 ECTS absolviert hat, gab 2 richtige Antworten. Die restlichen 3 Personen mit gleicher ECTS Anzahl haben 3 richtige Antworten gewählt. Bei der Gruppe der Studierenden, welche 91-135 ECTS absolviert haben (8 Pers.), hatten 7 Personen 2-3 Antworten richtig und eine Person gab 4 korrekte Antworten. Auch aus dieser Gruppe konnte niemand alles richtig beantworten. In der Gruppe der Studierenden (8 Pers.), welche die höchstmögliche Anzahl an absolvierten ECTS aufweist (136-180 ECTS), wählten 3 Personen 1-2 richtige Antworten, 4 Personen hatten 3-4 Antworten korrekt gegeben und eine Person konnte alle Fragen richtig beantworten.

Das bedeutet, dass im Durchschnitt StudentInnen mit weniger als 45 ECTS 2,3 richtige Antworten geben konnten. In der Gruppe der Studierenden mit 46-90 ECTS wurden im Durchschnitt 2,8 richtige Antworten gewählt. Ebenfalls im Durchschnitt 2,8 richtige Antworten wurden jeweils in der Gruppe der Studierenden mit 91-135 absolvierten ECTS und 136-180 absolvierten ECTS ausgewählt.

Zur Beantwortung der beiden nachfolgenden Hypothesen müssen diese Daten auf Bachelor und Master Studierende aufgespalten werden.

Die erste Hypothese von Forschungsfrage 3, *„Je mehr ECTS-Punkte Bachelor-StudentInnen gesammelt haben, desto eher wissen diese, welche Aufgaben der österreichische Presserat hat“*, kann nicht bestätigt werden.

Zwei Personen, welche im Bachelor an der Universität Wien Publizistik und Kommunikationswissenschaft studieren, haben angegeben, auf diese Frage keine Antwort zu wissen. Eine der Personen hat bisher 46-90 ECTS absolviert, die andere Person kann 91-135 ECTS vorweisen. Die 3 Bachelor-Studierenden, welche weniger als 45 ECTS absolviert haben, gaben insgesamt 7 richtige Antworten, was einen Durchschnitt von 2,3 richtigen Antworten ergibt. Ein/e Studierende/r mit 46-90 absolvierten ECTS hat 2 richtige Antworten gegeben. In der Gruppe der Bachelor-Studierenden mit 91-135 ECTS, welche auf diese Frage geantwortet haben (3 Pers.), wählten jeweils 3 richtige Antworten. In der letzten Gruppe, in welcher sich 4 Bachelor-Studentinnen wiederfinden, wurden im Durchschnitt 2,3 richtige

Antworten gegeben. Insgesamt haben alle 11 Bachelor-Studentinnen zusammen 27 richtige Antworten angekreuzt.

Aufgeschlüsselt auf die jeweiligen ECTS-Gruppen wird das Ergebnis nochmals zusammengefasst dargestellt:

< 45 ECTS – 2,3 richtige Antworten,
46-90 ECTS – 2 richtige Antworten,
91-135 ECTS – 3 richtige Antworten,
136-180 ECTS – 2,3 richtige Antworten.

Das Ergebnis zeigt, dass es keinen stetigen Anstieg mit höher absolvierten ECTS gibt. Die Anzahl der richtigen Antworten schwankt von Gruppe zu Gruppe. Somit muss diese Hypothese widerlegt werden. An dieser Stelle ist anzumerken, dass auf Grund der geringen TeilnehmerInnenzahl eine neuerliche Umfrage mit mehr Studierenden als sinnvoll und empfehlenswert erachtet wird.

Hypothese 2 von Forschungsfrage 3, „Je mehr ECTS-Punkte Master-StudentInnen gesammelt haben, desto eher wissen diese, welche Aufgaben der österreichische Presserat hat“, kann ebenfalls nicht bestätigt werden.

Eine sich im Masterstudium mit 136-180 absolvierten ECTS befindende Person hat angegeben keine Antwort auf diese Frage zu wissen. An dieser Stelle ist anzumerken, dass es Personen gibt, welche nicht zwingend aus Unwissenheit sondern aus Faulheit „weiß ich nicht“ bei Fragen dieser Art auswählen, um den Fragebogen schneller beenden zu können. Die drei Studierenden mit weniger als 45 ECTS haben im Durchschnitt 2,3 richtige Antworten gegeben. Alle 3 Personen mit 46-90 absolvierten ECTS haben jeweils 3 richtige Antworten ausgewählt. Die Gruppe der Studierenden mit 91-135 ECTS (5 Pers.) wählten im Durchschnitt 2,6 richtige Antwortmöglichkeiten aus. Die Gruppe mit den meisten absolvierten ECTS (136-180 ECTS) hatte durchschnittlich auch die meisten richtigen Antworten (3,3) gegeben.

Insgesamt haben alle 15 Master-Studentinnen zusammen 32 richtige Antworten angekreuzt. Aufgeschlüsselt auf die jeweiligen ECTS-Gruppen wird das Ergebnis nochmals zusammengefasst dargestellt:

< 45 ECTS – 2,3 richtige Antworten,
46-90 ECTS – 3,0 richtige Antworten,
91-135 ECTS – 2,6 richtige Antworten,
136-180 ECTS – 3,3 richtige Antworten.

Auch aufgrund der Ergebnisse in der Gruppe der Master-Studierenden kann die Hypothese nicht bestätigt werden, da sich die Anzahl der richtigen Antworten nicht stetig erhöht, wenn Master-Studierende mehr ECTS Punkte haben. Die Anzahl der richtigen Antworten erhöht sich zuerst, fällt bei der Gruppe der Studierenden mit 91-135 ECTS wieder und ist bei der letzten Gruppe (136-180 absolvierte ECTS) wieder höher. Da die erhobenen Daten jedoch sehr gering sind, muss auch an dieser Stelle angemerkt werden, dass die Gültigkeit des Ergebnisses nicht sicher ist. Eine nochmalige Überprüfung mit einer größeren Anzahl an TeilnehmerInnen wird empfohlen.

Wenn man nun die Ergebnisse zwischen Bachelor- und Master-StudentInnen vergleicht, so überrascht dieses, da die Master-Studierenden nicht mehr zu diesem Thema zu wissen scheinen, als Bachelor-StudentInnen. Dies könnte daran liegen, dass das Thema Presserat unter anderem am Anfang des Bachelor Studiums vermittelt wird und den Bachelor-Studierenden aus diesem Grund noch präsenter ist. Entgegen der Erwartung, dass Master-Studierende bei dieser Frage viel besser abschneiden werden als Bachelor-Studierende, zeigt sich, dass es keine nennenswerten Unterschiede zwischen den beiden Gruppen gibt.

Damit das Wissen der Studierenden hinsichtlich der Inhalte des Pressekodex geprüft werden konnte, sollten diese so viele richtige Hauptpunkte des Pressekodex wie möglich auswählen. Die Frage, „Welche der angeführten Punkte sind im österreichischen Pressekodex enthalten?“, wurde von 13 Bachelor- und 14 Master-Studierenden beantwortet. Es gab 18 Antwortmöglichkeiten, wovon 12 richtig waren. Zwei Antworten waren „weiß ich nicht“ und „keiner der angeführten Punkte ist im Pressekodex enthalten“. Studierende (5 Pers.) mit weniger als 45 ECTS haben insgesamt 28 richtige Antworten angekreuzt. In der Gruppe der Personen mit 46-90 ECTS (5 Pers.) wurden 27 richtige Antworten gewählt. Insgesamt 49 richtige Antworten wählten die 8 Studierenden mit 91-135 absolvierten ECTS. In der Gruppe der Personen, welche die meisten ECTS (136-180 ECTS) vorweisen können, darauf entfallen 8 Befragte, wurden 49 richtige Antworten gegeben.

Das bedeutet, dass im Durchschnitt StudentInnen mit weniger als 45 ECTS 5,6 richtige Hauptpunkte des österreichischen Pressekodex ausgewählt haben. In der Gruppe Studierende mit 46-90 ECTS wurden durchschnittlich 5,4 richtige Hauptpunkte gewählt. Studierende mit 91-135 absolvierten ECTS gaben im Durchschnitt 5,4 richtige Antworten. Die Gruppe Studierender mit 136-180 absolvierten ECTS haben durchschnittlich 4,6 richtige Punkte ausgewählt.

Zur Beantwortung der beiden nachfolgenden Hypothesen müssen diese Daten in Bachelor- und Master-Studierende aufgesplittet werden.

Hypothese 3 der dritten Forschungsfrage, „*Je mehr ECTS-Punkte Bachelor-StudentInnen gesammelt haben, desto mehr Hauptpunkte des österreichischen Pressekodex können diese benennen*“, kann nicht verifiziert werden.

Die Gruppe der Bachelor-Studierenden mit weniger als 45 absolvierten ECTS (3 Pers.) hat im Durchschnitt 5,3 richtige Hauptpunkte des österreichischen Pressekodex ausgewählt. Die beiden Bachelor-StudentInnen mit 46-90 ECTS, haben jeweils 3 richtige Hauptpunkte genannt. Durchschnittlich gab die Gruppe der Studierenden mit 91-135 ECTS (5 Pers.) 6,5 richtige Antworten. In dieser Gruppe der Studierenden können die zahlenmäßig meisten richtigen Antworten von Studierenden verzeichnet werden. Die Anzahl der am meisten richtig genannten Hauptpunkte des österreichischen Pressekodex beläuft sich auf 8. Insgesamt haben 5 Studierende, davon 4 Bachelor-StudentInnen, 8 richtige Hauptpunkte angekreuzt. StudentInnen, welche zwischen 136 und 180 ECTS Punkte absolviert haben, gaben durchschnittlich 5 richtige Antworten.

Insgesamt haben alle 13 Bachelor-Studentinnen zusammen 68 richtige Hauptpunkte des österreichischen Pressekodex angekreuzt. Aufgeschlüsselt auf die jeweiligen ECTS-Gruppen wird das Ergebnis nochmals zusammengefasst dargestellt:

< 45 ECTS – 5,3 richtige Antworten,
46-90 ECTS – 3,0 richtige Antworten,
91-135 ECTS – 6,5 richtige Antworten,
136-180 ECTS – 5,0 richtige Antworten.

Die Ergebnisse widerlegen die Hypothese, da sich die Anzahl der richtigen Antworten nicht stetig erhöht, wenn Bachelor-Studierende mehr ECTS absolviert haben. Die Anzahl der richtigen Antworten, schwankt von Gruppe zu Gruppe. Da die erhobenen Daten jedoch sehr gering sind, muss auch an dieser Stelle angemerkt werden, dass die Gültigkeit des Ergebnisses nicht mit Sicherheit gegeben ist. Eine nochmalige Überprüfung mit einer größeren Anzahl an TeilnehmerInnen ist ratsam.

Die vierte Hypothese von Forschungsfrage 3, „*Je mehr ECTS-Punkte Master-StudentInnen gesammelt haben, desto mehr Hauptpunkte des österreichischen Pressekodex können diese benennen*“, kann ebenfalls, wie die Hypothesen zuvor, nicht bestätigt werden und brachte folgende Ergebnisse:

Zwei Master-Studierende, von denen eine Person weniger als 45 ECTS absolviert hat und die andere Person zwischen 136-180 ECTS vorweisen kann, haben mit „weiß ich nicht“ auf diese

Frage geantwortet. Wie bereits bei Hypothese 2 der ersten Forschungsfrage erwähnt, kann es unterschiedliche Gründe geben, warum eine Person „weiß ich nicht“ bei einer Umfrage auswählt. Studierende (2 Pers.) mit weniger als 45 absolvierten ECTS gaben im Durchschnitt 6 richtige Antworten. Die 3 Master-Studierenden mit 46-90 ECTS haben durchschnittlich 7 richtige Hauptpunkte des österreichischen Presserats ausgewählt. Mit durchschnittlich 4,6 richtigen Antworten liegt die Gruppe (5 Pers.) der Studierenden mit 91-135 absolvierten ECTS auf Platz 3 der im Durchschnitt richtig gegebenen Antworten. Die Gruppe der Studierenden mit den meisten absolvierten ECTS gab überraschenderweise durchschnittlich die wenigsten richtigen Antworten (4,3). Aufgeschlüsselt auf die jeweiligen ECTS-Gruppen wird das Ergebnis nochmals zusammengefasst dargestellt:

< 45 ECTS -- 6,0 richtige Antworten,
46-90 ECTS – 7,0 richtige Antworten,
91-135 ECTS – 4,6 richtige Antworten,
136-180 ECTS – 4,3 richtige Antworten.

Somit stützen die Ergebnisse die Hypothese nicht, was bedeutet, dass diese widerlegt werden muss. Die Anzahl der richtigen Antworten erhöht sich nicht stetig, umso mehr ECTS Master-Studierende haben. Die Anzahl der richtigen Antworten erhöht sich von Gruppe 1 (<45 ECTS) zu Gruppe 2 (46-90 ECTS) um eine richtige Antwort, fällt bei Gruppe 3 (91-135 ECTS) aber um 2,4 richtige Antworten und nimmt im Vergleich zur letzten Gruppe (136-180 ECTS) nochmal um 0,3 richtige Antworten ab. Da die erhobenen Daten jedoch sehr gering sind, muss auch an dieser Stelle angemerkt werden, dass die Gültigkeit des Ergebnisses nicht sicher gegeben ist. Eine nochmalige Überprüfung mit einer größeren Anzahl an TeilnehmerInnen wird angeraten.

Die vierte Forschungsfrage bezieht sich auf das Thema Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung.

Da der „Werther Effekt“ eine der theoretischen Grundlagen zum Verständnis der Wichtigkeit der Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung bildet, wurde erhoben, ob Studierende der Studienrichtung Publizistik und Kommunikationswissenschaft schon einmal von dem Begriff „Werther Effekt“ gehört oder gelesen haben. Danach wurden die Personen, welche angegeben haben, den Begriff „Werther Effekt“ zu kennen, gebeten, Aussagen, welche zum Begriff „Werther Effekt“ zutreffen, auszuwählen, wobei eine der Antwortmöglichkeiten die Definition des „Werther Effekts“ war. Von den befragten Studierenden (n=29) gaben 20 Personen an, den Begriff „Werther Effekt“ bereits gehört beziehungsweise gelesen zu haben.

Den restlichen 9 Personen war der Begriff nicht bekannt. Von den 20 Studierenden, welche den Begriff gekannt haben, studieren 8 im Bachelor und 12 im Master Publizistik und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien.

Hypothese 1 der vierten Forschungsfrage, „Je mehr ECTS-Punkte Bachelor-StudentInnen gesammelt haben, desto eher kennen diese den Begriff „Werther-Effekt““, kann bestätigt werden.

Wie bereits erwähnt wurde die Frage gestellt, ob Studierende der Studienrichtung Publizistik und Kommunikationswissenschaft den Begriff „Werther Effekt“ kennen. Darauf antworteten insgesamt 20 Studierende mit „Ja“. Um die Hypothese beantworten zu können, muss man die Studierenden auf Bachelor- und Master-Studierende aufteilen.

Von den 20 Studierenden, welche den Begriff „Werther Effekt“ schon einmal gehört oder gelesen haben, studieren 8 Personen im Bachelor Publizistik und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien. Nach ECTS aufgeteilt sieht dies folgendermaßen aus:

< 45 ECTS – 1 Person kennt den Begriff,
46-90 ECTS – 1 Person kennt den Begriff,
91-135 ECTS – 2 Personen kennen den Begriff,
136-180 ECTS – 4 Personen kennen den Begriff.

Auf Grund der vorliegenden Ergebnisse, welche die Hypothese stützen, kann diese verifiziert werden. Die Anzahl der richtigen Antworten erhöht sich ab der Gruppe der Studierenden mit 91-135 ECTS stetig, auch wenn sie bei den ersten beiden Gruppe gleichbleibt. Das bedeutet, umso mehr ECTS Master-Studierende haben, desto eher kennen diese den Begriff „Werther Effekt“. Da die erhobenen Daten jedoch sehr gering sind, muss auch an dieser Stelle angemerkt werden, dass die Gültigkeit des Ergebnisses nicht sicher gegeben ist und eine nochmalige Überprüfung mit einer größeren Anzahl an TeilnehmerInnen empfehlenswert ist.

Hypothese 2 der vierten Forschungsfrage, „Je mehr ECTS-Punkte Bachelor-StudentInnen gesammelt haben, desto eher sind diese mit den Inhalten der Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung vertraut“, kann nicht bestätigt werden

Um diese Hypothese beantworten zu können, muss vorab geklärt werden, ob die befragten Studierenden im Zuge des Publizistik und Kommunikationswissenschaft-Studiums bereits von den Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung gehört oder gelesen haben. Auf die

Frage: „Hast du im Zuge deines Publizistik und Kommunikationswissenschaft-Studiums von den Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung gehört/gelesen?“, antworteten 82,8% ($\hat{=}$ 24 Pers.) der befragten Studierenden (n=29) mit „Ja“. Von den 24 Studierenden die angegeben haben, bereits von den Medienempfehlungen gehört oder gelesen zu haben, studieren 10 im Bachelor und 14 im Master. Von den 5 Personen, welche mit diesem Begriff nicht vertraut waren, studieren 3 im Bachelor und 2 im Master. Die Bachelor-Studierenden, welche die Antwort nicht wussten, haben weniger als 45, 46-90 und 136-180 ECTS absolviert.

Um das Wissen der Studierenden zu diesem Thema aufzuzeigen, wird im Folgenden das Antwortverhalten der Studierenden auf die Frage: „Welche Aussagen zum Thema Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung sind deiner Meinung nach korrekt?“, dargestellt. Bei dieser Frage gab es 12 Antwortmöglichkeiten, von welchen 3 korrekt waren. Zwei der Antwortmöglichkeiten waren „die angeführten Aussagen sind alle nicht korrekt“ und „weiß ich nicht“. Eine Person hat mit „weiß ich nicht“ auf diese Frage geantwortet. Diese befindet sich im Master-Studium und hat bisher 91-135 ECTS absolviert. Es haben 13 Studierende (n=23) die Frage korrekt beantwortet. Sie haben alle korrekten Antworten ausgewählt, ohne eine falsche Antwort zusätzlich angekreuzt zu haben. Dieses Ergebnis muss in Bachelor- und Master-Studierende aufgeteilt werden. Von den 13 Studierenden, die diese Frage korrekt beantworten konnten, studieren 3 im Bachelor. Aufgeschlüsselt auf die jeweiligen ECTS-Gruppen wird das Ergebnis nochmals zusammengefasst dargestellt:

< 45 ECTS – 0 Person wählten die korrekte Antwort,
46-90 ECTS – 1 Person wählte die korrekte Antwort,
91-135 ECTS – 0 Personen wählten die korrekte Antwort,
136-180 ECTS – 2 Personen wählte die korrekte Antwort.

Die restlichen 10 Bachelor Studierenden, welche diese Frage beantworten haben, haben entweder genauso viele richtige wie falsche Punkte angekreuzt oder mehr falsche als richtige Antworten gegeben.

Die Hypothese kann daher nur widerlegt werden. Die angegebene Datenmenge ist aber zu gering um eine gültige Aussage tätigen zu können. Generell scheint es, als wären Bachelor-Studierende mit den Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung inhaltlich nur sehr wenig vertraut.

Die dritte Hypothese der vierten Forschungsfrage „Je mehr ECTS-Punkte Bachelor-StudentInnen gesammelt haben, desto eher können diese den Zusammenhang zwischen den

Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung und dem Begriff „Werther-Effekt“ herstellen“, kann auf Grund der Ergebnisse weder bestätigt noch verworfen werden.

Als erster Indikator, ob Bachelor-Studierende den Zusammenhang zwischen den Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung und dem Begriff „Werther-Effekt“ herstellen können ist, ob diese im Zuge des Studiums überhaupt über Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung und den Begriff „Werther Effekt“ gehört oder gelesen haben. Aus den vorherigen Hypothesen geht hervor, dass 10 Bachelor-StudentInnen im Zuge des Publizistik und Kommunikationswissenschaft-Studiums von den Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung gehört oder gelesen haben. Den Begriff „Werther Effekt“ kannten 8 Bachelor-Studierende. Beide Begriffe kannten insgesamt 7 Bachelor-Studierende. Nach ECTS aufgeteilt lässt sich eine Steigerung zwischen ECTS der Studierenden und Kenntnis beider Begriffe verzeichnen.

< 45 ECTS – 1 Person kannte beide Begriffe,
46-90 ECTS – 1 Person kannte beide Begriffe,
91-135 ECTS – 2 Personen kannten beide Begriffe,
136-180 ECTS – 3 Personen kannten beide Begriffe.

Umso mehr ECTS die Studierenden absolviert haben, desto eher kennen diese beide Begriffe. Dieses Ergebnis stützt zwar die Hypothese, doch aufgrund der geringen Datenmenge und der Tatsache, dass von 13 Bachelor-Studierenden nur 7, sprich nur knapp mehr als der Hälfte, überhaupt beide Begriffe kennen, ist dieses Ergebnis mit Vorsicht zu betrachten. Eine erneute Durchführung dieser oder einer ähnlichen Studie wird empfohlen, um das Ergebnis zu überprüfen.

Ebenfalls als Indikator wird das Antwortverhalten der Studierenden auf die Frage: „Welche Aussagen zum Begriff Werther Effekt sind deiner Meinung nach zutreffend?“, herangezogen. Bei dieser Frage war nur eine Antwortmöglichkeit richtig. Diese war die Definition des „Werther Effekts“: „der Begriff Werther Effekt drückt aus, dass Medienberichte über Suizid weitere Suizide (Nachahmungstaten) begünstigen“. Alleine diese Antwort wählten insgesamt 12 Studierende aus. Sechs Studierende wählten zwar diese Antwort, haben aber noch eine weitere, falsche Antwort angekreuzt, weshalb sie zu den Studierenden gezählt werden, welche die Frage nicht korrekt beantworten konnten. Die 12 Personen, welche die korrekte Antwort auf diese Frage wussten, teilen sich wie folgt auf:

< 45 ECTS – 2 Personen wählten die richtige Antwort,
46-90 ECTS – 2 Personen wählten die richtige Antwort,
91-135 ECTS – 3 Personen wählten die richtige Antwort,
136-180 ECTS – 5 wählten die richtige Antwort.

Zur Beantwortung der Hypothese müssen diese Daten auf Bachelor und Master Studierende aufgespalten werden.

Insgesamt haben nur 4 Bachelor-StudentInnen ($\cong 1/3$ der Befragten) die Frage nach den zutreffenden Antworten zum Begriff „Werther Effekt“ korrekt beantwortet. Die restlichen Personen, welche die Frage richtig beantwortet haben, sind Master-StudentInnen.

Eine Person, welche die richtige Antwort wusste, hat angegeben bisher weniger als 45 ECTS absolviert zu haben. Eine Person mit 91-135 ECTS hat die richtige Antwort gewählt. Die beiden Personen, welche mit ihrer Antwort richtig lagen, haben angegeben, jeweils 136-180 ECTS absolviert zu haben.

< 45 ECTS – 1 Person wählten die richtige Antwort,
46-90 ECTS – 0 Personen wählten die richtige Antwort,
91-135 ECTS – 1 Personen wählten die richtige Antwort,
136-180 ECTS – 2 wählten die richtige Antwort.

Somit stützen die Ergebnisse die Hypothese nicht aussagekräftig genug, da das Sample zu klein ist, um sie verifizieren zu können. Die Anzahl der richtigen Antworten erhöht sich nicht stetig, umso mehr ECTS Bachelor-Studierende haben. Bei der ersten und dritten Gruppe hat jeweils eine Person die richtige Antwort angegeben, was keine Erhöhung, sondern quasi einen Gleichstand darstellt. Es gab keine Daten zu Personen mit 46-90 absolvierten ECTS. In der letzten Gruppe haben zwar 2 Personen die richtige Antwort gewusst, trotzdem kann die Hypothese auf Grund des gleichen Ergebnisses der beiden anderen Gruppen und des nicht vorhandenen Ergebnisses der Studierenden mit 46-90 absolvierten ECTS durch dieses Ergebnis nicht aussagekräftig bestätigt werden.

Als letzter Indikator zur Beantwortung dieser Hypothese wird das Antwortverhalten der Studierenden auf die Frage: „Welcher Begriff sollte laut Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung verwendet werden, wenn über das Thema Suizid berichtet wird?“, herangezogen. Als Antwortmöglichkeiten standen den Studierenden die Begriffe „Suizid“, „Selbstmord“, „Freitod“ und „Selbsttötung“ sowie „keiner der Begriffe sollte verwendet werden“ und „weiß ich nicht“ zur Auswahl. Suizid ist der Begriff, welcher von ExpertInnen und in Bezug auf die Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung empfohlen wird. Von den

Studierenden (n=22) haben 62,1% (\cong 18 Pers.) den Begriff „Suizid“ gewählt. Die restlichen Studierenden teilen sich wie folgt auf: 6,9% (\cong 2 Pers.) haben mit „weiß ich nicht“ auf diese Frage geantwortet, jeweils 3,4% (\cong 1 Pers.) haben mit „Selbstmord“ und „keiner der Begriffe sollte verwendet werden“ geantwortet. Dieses Ergebnis muss nun in Bachelor- und Master-Studierende aufgeteilt werden. Insgesamt haben 7 Bachelor-Studierende den richtigen Begriff ausgewählt. Nach ECTS aufgeteilt erhält man folgendes Ergebnis:

< 45 ECTS – 1 Person wählte die richtige Antwort,
46-90 ECTS – 1 Person wählte die richtige Antwort,
91-135 ECTS – 3 Personen wählten die richtige Antwort,
136-180 ECTS – 2 wählten die richtige Antwort.

Das Ergebnis stützt die Hypothese nicht, da die Anzahl der richtigen Antworten nicht kontinuierlich steigt. In der letzten Gruppe der Studierenden mit 136-180 ECTS, fällt das Ergebnis um eine richtige Antwort.

Generell lässt sich sagen, dass sich zwar eine Tendenz abzeichnet, welche auf eine mögliche Bestätigung der Hypothese hindeutet, doch da die erhobenen Daten sehr gering sind, muss auch an dieser Stelle angemerkt werden, dass eine nochmalige Durchführung einer solchen Studie mit einer größeren Anzahl an TeilnehmerInnen empfehlenswert ist und die Hypothese weder verifiziert noch falsifiziert werden kann. Wie bereits erwähnt zeigt sich aber eine Tendenz, welche eher auf die Bestätigung der Hypothese schließen lässt.

Die vierte Hypothese der vierten Forschungsfrage, *„Je mehr ECTS-Punkte Master-StudentInnen gesammelt haben, desto eher kennen diese den Begriffs „Werther-Effekt““*, kann nicht bestätigt werden.

Es wurde die Frage gestellt, ob Studierende der Studienrichtung Publizistik und Kommunikationswissenschaft den Begriff „Werther Effekt“ kennen. Darauf antworteten insgesamt 20 Studierende mit „Ja“. Um die Hypothese beantworten zu können, werden die Ergebnisse für Bachelor- und Master-Studierende gesondert dargestellt.

Von den 20 Studierenden, welche den Begriff „Werther Effekt“ schon einmal gehört oder gelesen haben, studieren 12 Personen im Master Publizistik und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien. Aufgeschlüsselt auf die jeweiligen ECTS-Gruppen erhält man folgendes Ergebnis:

< 45 ECTS – 3 Person kennen den Begriff,
46-90 ECTS – 3 Person kennen den Begriff,
91-135 ECTS – 2 Personen kennen den Begriff,
136-180 ECTS – 4 Personen kennen den Begriff.

Somit stützen die Ergebnisse die Hypothese nicht, was bedeutet, dass diese widerlegt werden muss. Die Anzahl der richtigen Antworten erhöht sich nicht stetig, umso mehr ECTS Master-Studierenden vorweisen können. Die Anzahl der richtigen Antworten, bleibt bei den ersten beiden Gruppen (<45 ECTS und 46-90 ECTS) gleich und verringert sich um eine richtige Antwort, im Vergleich zur Gruppe der Studierenden mit 91-135 absolvierten ECTS. Zwar steigt die Anzahl an Studierenden, welche den Begriff Werther Effekt schon einmal gehört oder gelesen haben, in der letzten Gruppe der Studierenden mit 136-180 ECTS wieder an und ist sogar im Vergleich zu den ersten beiden Gruppen höher, doch der Abfall bei Gruppe 3 verhindert, dass das Ergebnis versifiziert werden kann. Da die erhobenen Daten jedoch sehr gering sind, muss auch an dieser Stelle angemerkt werden, dass die Gültigkeit des Ergebnisses nicht sicher gegeben ist. Eine weitere Überprüfung mit einer größeren Anzahl an TeilnehmerInnen wird angeraten.

Hypothese 5 von Forschungsfrage 4, „Je mehr ECTS-Punkte Master-StudentInnen gesammelt haben, desto eher sind diese mit den Inhalten der Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung vertraut“, kann bestätigt werden.

Um diese Hypothese beantworten zu können, muss wie bei selbiger Hypothese, welche Bachelor-Studierende betroffen hat, vorab geklärt werden, ob diese im Zuge des Publizistik und Kommunikationswissenschaft-Studiums bereits von den Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung gehört oder gelesen haben. Auf die Frage: „Hast du im Zuge deines Publizistik und Kommunikationswissenschaft Studiums von den Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung gehört/gelesen?“ antworteten 82,8% ($\hat{=}$ 24 Pers.) der befragten Studierenden (n=29) mit „Ja“. Von den 5 Personen, welche mit diesem Begriff nicht vertraut waren, studieren 3 im Bachelor und 2 im Master. Die Master-Studierenden, welche die Antwort nicht wussten, haben 91-135 und 136-180 ECTS absolviert. Eine sich im Master-Studium befindende Person hat angegeben die Antwort auf diese Frage nicht zu wissen.

Um das Wissen der Studierenden zum Thema Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung aufzuzeigen, wird im Folgenden das Antwortverhalten der Studierenden auf die Frage: „Welche Aussagen zum Thema Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung sind deiner Meinung nach korrekt?“, dargestellt. Bei dieser Frage gab

es 12 Antwortmöglichkeit, von welchen 3 korrekt waren. Zwei der Antwortmöglichkeiten waren „die angeführten Aussagen sind alle nicht korrekt“ und „weiß ich nicht“. Es haben 13 Studierende (n=23) die Frage korrekt beantwortet. Sie haben alle korrekten Antworten ausgewählt, ohne eine falsche Antwort zusätzlich angekreuzt zu haben. Von den 13 Studierenden, die diese Frage korrekt beantworten konnten, studieren 10 im Master. Nach ECTS aufgeteilt erhält man folgendes Ergebnis:

< 45 ECTS – 2 Personen wählten die richtige Antwort,
46-90 ECTS – 2 Person wählten die richtige Antwort,
91-135 ECTS – 3 Personen wählten die richtige Antwort,
136-180 ECTS – 3 Personen wählten die richtige Antwort.

Die Hypothese kann bestätigt werden. Zwar ist die Anzahl der richtigen Antworten in den beiden ersten Gruppen der Studierenden mit <45 und 46-90 ECTS und in den beiden letzten Gruppen mit 91-135 und 136-180 ECTS gleich, die Anzahl der richtigen Antworten steigt aber. So haben Studierende mit weniger als 45 bis maximal 90 absolvierten ECTS weniger Antworten richtig als Studierende, welche 91-180 ECTS vorweisen können. Es gibt keinen Abfall zwischen den Gruppen, nur einen Gleichstand mit darauffolgender Erhöhung. Da die Datenmenge sehr gering ist wird empfohlen, das Ergebnis mit einer größeren TeilnehmerInnenzahl zu überprüfen.

Hypothese 6 der vierten Forschungsfrage, „Je mehr ECTS-Punkte Master-StudentInnen gesammelt haben, desto eher können diese den Zusammenhang zwischen den Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung und dem Begriff „Werther-Effekt“ herstellen“, lässt sich weder aussagekräftig bestätigen noch verwerfen.

Der erste Indikator, ob Master-Studierende den Zusammenhang zwischen den Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung und dem Begriff „Werther-Effekt“ herstellen können, ist, ob diese im Zuge des Studiums über Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung und den Begriff „Werther Effekt“ gehört oder gelesen haben. Aus den vorherigen Hypothesen geht hervor, dass 14 Master-StudentInnen im Zuge des Publizistik und Kommunikationswissenschaft-Studiums von den Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung gehört oder gelesen haben. Den Begriff „Werther Effekt“ kannten 12 Master-Studierende. Beide Begriffe kannten insgesamt 12 Master-Studierende.

Nach ECTS aufgeteilt erhält man folgendes Ergebnis:

< 45 ECTS – 3 Personen kannten beide Begriffe,
46-90 ECTS – 3 Personen kannten beide Begriffe,
91-135 ECTS – 2 Personen kannten beide Begriffe,
136-180 ECTS – 4 Personen kannten beide Begriffe.

Als weiterer Indikator, um zu analysieren, ob Bachelor-Studierende den Zusammenhang zwischen den Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung und dem Begriff „Werther Effekt“ herstellen können, wird hier ebenfalls das Antwortverhalten der Studierenden auf die Frage: „Welche Aussagen zum Begriff Werther Effekt sind deiner Meinung nach zutreffend?“, herangezogen. Ob die StudentInnen diese Frage richtig beantworten, ist, wie bereits erwähnt, ein Indikator dafür, ob sie den Zusammenhang, dass Medienberichterstattung über Suizid einen „Werther Effekt“ auslösen kann, herstellen können. Ausschließlich die richtige Antwort wählten insgesamt 12 Studierende, auf welche 8 Master-Studierende entfielen.

Die Hälfte der an der Umfrage teilgenommenen Master-Studierenden (8 Pers.), welche den Begriff „Werther Effekt“ schon einmal gehört beziehungsweise gelesen haben, konnten diese Frage richtig beantworten. Aufgeschlüsselt auf die jeweiligen ECTS-Gruppen erhält man folgendes Ergebnis:

< 45 ECTS – 1 Person wählte die richtige Antwort,
46-90 ECTS – 2 Personen wählten die richtige Antwort,
91-135 ECTS – 2 Personen wählten die richtige Antwort,
136-180 ECTS – 3 Personen wählten die richtige Antwort.

Das Ergebnis stützt die Hypothese. Auch wenn sich die Anzahl der richtigen Antworten erst bei Gruppe 3 erhöht, tut sie dies stetig und zeigt, dass umso mehr ECTS Master-Studierende absolviert haben, desto eher kennen diese die Definition des „Werther Effekts“. Da die erhobenen Daten jedoch sehr gering sind, muss auch an dieser Stelle angemerkt werden, dass die Gültigkeit des Ergebnisses nicht sicher gegeben ist. Eine nochmalige Überprüfung mit einer größeren Anzahl an TeilnehmerInnen ist ratsam.

Als letzter Indikator zur Beantwortung dieser Hypothese wird das Antwortverhalten der Studierenden auf die Frage: „Welcher Begriff sollte laut Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung verwendet werden, wenn über das Thema Suizid berichtet wird?“, herangezogen. Als Antwortmöglichkeiten standen den Studierenden die Begriffe „Suizid“,

„Selbstmord“, „Freitod“ und „Selbsttötung“ sowie „keiner der Begriffe sollte verwendet werden“ und „weiß ich nicht“ zur Auswahl. Zwei Master-Studierende haben angegeben auf diese Frage keine Antwort zu wissen. Insgesamt haben 11 Master-Studierende den richtigen Begriff ausgewählt. Nach ECTS aufgeteilt erhält man folgendes Ergebnis:

< 45 ECTS – 3 Personen wählten die richtige Antwort,
46-90 ECTS – 3 Personen wählten die richtige Antwort,
91-135 ECTS – 2 Personen wählten die richtige Antwort,
136-180 ECTS – 3 Personen wählten die richtige Antwort.

Das Ergebnis stützt die Hypothese nicht, da die Anzahl der richtigen Antworten nicht kontinuierlich steigt. In der dritten Gruppe der Studierenden mit 91-135 ECTS fällt das Ergebnis um eine richtige Antwort. In den restlichen 3 Gruppen kann man die gleiche richtige Anzahl an gegebenen Antworten beobachten.

Generell lässt sich sagen, dass die erhobenen Daten sehr gering sind und auch an dieser Stelle angemerkt werden muss, dass eine nochmalige Durchführung einer solchen Studie mit einer größeren Anzahl an TeilnehmerInnen empfehlenswert ist und die Hypothese weder verifiziert noch falsifiziert werden kann.

Wie schon im Theorieteil beschrieben, ist der Begriff „Papageno Effekt“ das Gegenstück zum Begriff „Werther Effekt“. Dass Medienberichte einen negativen Effekt in Form von Nachahmungstaten auf deren RezipientInnen haben können, dürfte laut den Ergebnissen dieser Erhebung (hier sei wieder angemerkt, dass die Datenmenge sehr gering ist) weniger als der Hälfte der Studierenden (welche an dieser Studie teilgenommen haben) bekannt sein. Nun stellt sich die Frage, ob Studierende wissen, dass die „richtige“ beziehungsweise ethische Aufbereitung der Inhalte zum Thema Suizid, angelehnt an die Inhalte der Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung, auch einen positiven Effekt haben können und somit Nachahmungstaten entgegenwirken oder diese sogar verhindern können. Da der „Papageno Effekt“ ebenfalls eine der theoretischen Grundlagen zum Verständnis der Wichtigkeit der Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung bildet, wurde erhoben, ob Studierende der Studienrichtung Publizistik und Kommunikationswissenschaft schon einmal von dem Begriff „Papageno Effekt“ gehört oder gelesen haben. Von den befragten Studierenden (n=29) gaben 19 Personen an, den Begriff „Papageno Effekt“ bereits gehört oder gelesen zu haben. Die restlichen 10 Personen kannten den Begriff nicht. Von den 19 Studierenden die den Begriff kennen, studieren 8 im Bachelor und 11 im Master Publizistik und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien.

Hypothese 7 der vierten Forschungsfrage, *„Je mehr ECTS-Punkte Bachelor-StudentInnen gesammelt haben, desto eher kennen diese den Begriff „Papageno-Effekt“*, kann bestätigt werden, da nach Unterteilung in die vorgegebenen ECTS-Gruppen ein stetiger Anstieg von Personen, welche den Begriff kannten, bei steigender Anzahl der von diesen Personen absolvierten ECTS verzeichnet werden kann.

< 45 ECTS – 0 Personen kannten den Begriff,
46-90 ECTS – 1 Person kannte den Begriff,
91-135 ECTS – 3 Personen kannten den Begriff,
136-180 ECTS – 4 Personen kannten den Begriff.

Es gab keine/n Bachelor-Studierende/n mit weniger als 45 ECTS der/die den Begriff „Papageno Effekt kannte. Eine Person mit 46-90 ECTS kannte den Begriff. In der Gruppe der Studierenden mit 91-135 Personen kann ein Anstieg von 2 Studierenden verzeichnet werden. Einen nochmaligen Anstieg um eine Person konnte in der letzten Gruppe mit den Studierenden, welche 136-180 ECTS absolviert haben, dargestellt werden.

Personen, welche angegeben haben, schon einmal von dem Begriff „Papageno Effekt“ gehört oder gelesen zu haben, wurde die Frage gestellt: „Welche Aussagen zum „Papageno Effekt“ sind deiner Meinung nach zutreffend?“. Bei dieser Frage gab es nur eine richtige Antwortmöglichkeit. Diese war die Definition des „Papageno Effekts“: „der Begriff Papageno Effekt drückt aus, dass Medienberichte über Suizid weitere Suizide (Nachahmungstaten) reduzieren“. Das Antwortverhalten der Studierenden auf diese Frage wird unter anderem als Indikator verwendet, um zu analysieren, ob Publizistik-Studierende der Universität Wien den Zusammenhang zwischen den Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung und dem Begriff „Papageno-Effekt“ herstellen können.

Die achte Hypothese der vierten Forschungsfrage *„Je mehr ECTS-Punkte Bachelor-StudentInnen gesammelt haben, desto eher können diese den Zusammenhang zwischen den Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung und dem Begriff „Papageno-Effekt“ herstellen“*, kann nicht aussagekräftig verifiziert oder falsifiziert werden.

Der erste Indikator zur Beantwortung dieser Hypothese ist, ob Bachelor-Studierende im Zuge des Studiums bereits über Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung und den Begriff „Papageno Effekt“ gehört oder gelesen haben. Aus den vorherigen Hypothesen geht hervor, dass 10 Bachelor-StudentInnen im Zuge des Publizistik und Kommunikationswissenschaft-Studiums von den Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung gehört oder gelesen

haben. Den Begriff „Papageno Effekt“ kannten 8 Bachelor-Studierende. Beide Begriffe kannten insgesamt 7 Bachelor-Studierende. Nach ECTS aufgeteilt, lässt sich eine Steigerung zwischen ECTS der Studierenden und Kenntnis der beiden Begriffe verzeichnen.

< 45 ECTS – 0 Personen kannte beide Begriffe,
46-90 ECTS – 1 Person kannte beide Begriffe,
91-135 ECTS – 3 Personen kannten beide Begriffe,
136-180 ECTS – 3 Personen kannten beide Begriffe.

Je mehr ECTS die Studierenden absolviert haben, desto eher kennen diese beide Begriffe. Dieses Ergebnis stützt die Hypothese, doch aufgrund der geringen Datenmenge und der Tatsache, dass von 16 Master-Studierenden nur 7, sprich weniger als die Hälfte, überhaupt beide Begriffe kennen, ist dieses Ergebnis mit Vorsicht zu betrachten. Eine erneute Durchführung dieser oder einer ähnlichen Studie wird empfohlen, um das Ergebnis zu überprüfen.

Ebenfalls als Indikator wird das Antwortverhalten der Studierenden auf die Frage: „Welche Aussagen zum Begriff Papageno Effekt sind deiner Meinung nach zutreffend?“ herangezogen. Bei dieser Frage war nur eine Antwortmöglichkeit richtig. Diese war die Definition des „Papageno Effekts“: „der Begriff Papageno Effekt drückt aus, dass Medienberichte über Suizid weitere Suizide (Nachahmungstaten) reduzieren“. Von den befragten Studierenden haben 8 StudentInnen die Frage korrekt beantwortet. Nur eine Person der befragten Studierenden, welche die Frage richtig beantwortet hat, studiert im Bachelor.

< 45 ECTS – 0 Personen wählten die richtige Antwort,
46-90 ECTS – 0 Personen wählten die richtige Antwort,
91-135 ECTS – 0 Personen wählten die richtige Antwort,
136-180 ECTS – 1 Person wählte die richtige Antwort.

Somit stützen die Ergebnisse die Hypothese nicht aussagekräftig genug, da das Sample zu klein ist, um sie verifizieren zu können. Die Anzahl der richtigen Antworten erhöht sich nicht stetig, umso mehr ECTS Master-Studierenden haben. Da auch nur eine Person der Bachelor-StudentInnen die richtige Antwort wusste, kann kein gültiges Ergebnis dargestellt werden. Die Person hat die zur Auswahl höchst mögliche Anzahl an absolvierten ECTS gewählt.

Als letzter Indikator zur Beantwortung dieser Hypothese wird das Antwortverhalten der Studierenden auf die Frage: „Welcher Begriff sollte laut Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung verwendet werden, wenn über das Thema Suizid berichtet wird?“, herangezogen. Als Antwortmöglichkeiten standen den Studierenden die Begriffe „Suizid“, „Selbstmord“, „Freitod“ und „Selbsttötung“ sowie „keiner der Begriffe sollte verwendet werden“ und „weiß ich nicht“ zur Auswahl. Von den Studierenden (n=22) haben 62,1% (≙18Pers.) den Begriff „Suizid“ gewählt. Insgesamt haben 7 Bachelor Studierende den richtigen Begriff ausgewählt. Nach ECTS aufgeteilt erhält man folgendes Ergebnis:

< 45 ECTS – 1 Person wählte die richtige Antwort,
46-90 ECTS – 1 Person wählte die richtige Antwort,
91-135 ECTS – 3 Personen wählten die richtige Antwort,
136-180 ECTS – 2 wählten die richtige Antwort.

Das Ergebnis stützt die Hypothese nicht aussagekräftig, wenn man die ECTS Gruppen getrennt voneinander betrachtet, da die Anzahl der richtigen Antworten nicht kontinuierlich steigt. In der letzten Gruppe der Studierenden mit 136-180 ECTS, fällt das Ergebnis um eine richtige Antwort.

Generell lässt sich sagen, dass sich zwar eine Tendenz abzeichnet, welche auf eine mögliche Bestätigung der Hypothese hindeutet, doch da die erhobenen Daten zu gering sind, muss auch an dieser Stelle angemerkt werden, dass eine nochmalige Durchführung einer solchen Studie mit einer größeren Anzahl an TeilnehmerInnen empfehlenswert ist und die Hypothese weder verifiziert noch falsifiziert werden kann. Wie bereits erwähnt, zeigt sich aber eine Tendenz, welche eher auf die Bestätigung der Hypothese schließen lässt.

Hypothese 9 der vierten Forschungsfrage, *„Je mehr ECTS-Punkte Master-StudentInnen gesammelt haben, desto eher kennen diese den Begriff „Papageno-Effekt““*, kann im Gegensatz zur Hypothese, welche sich auf Bachelor-Studierende bezieht, nicht bestätigt werden. Nach der Unterteilung in die vorgegebenen ECTS-Gruppen kann kein stetiger Anstieg an Personen, welche den Begriff kennen und der Anzahl an bisher absolvierten ECTS verzeichnet werden, was beutet, dass die Hypothese widerlegt werden muss.

< 45 ECTS – 2 Personen kannten den Begriff,
46-90 ECTS – 3 Person kannten den Begriff,
91-135 ECTS – 2 Personen kannten den Begriff,
136-180 ECTS – 4 Personen kannten den Begriff.

Die Anzahl der richtigen Antworten erhöht sich, wie angeführt, nicht stetig, umso mehr ECTS Master-Studierende vorweisen können. Die Anzahl der richtigen Antworten steigt von der ersten Gruppen mit weniger als 45 ECTS zur zweiten Gruppe der Studierenden mit 46-90 ECTS um eine Person. Bei der Gruppe der Studierenden mit 91-135 ECTS verringert sich die Anzahl wieder. In der letzten Gruppe der Studierenden mit 136-180 ECTS steigt die Anzahl an Personen, welche den Begriff „Papageno Effekt“ bereits gehört oder gelesen haben, wieder an und ist sogar im Vergleich zu den anderen Gruppen höher. Der Abfall bei Gruppe 3 verhindert jedoch, dass das Ergebnis verifiziert werden kann. Da die erhobenen Daten sehr gering sind, muss auch an dieser Stelle angemerkt werden, dass eine weitere Überprüfung mit einer größeren Anzahl an TeilnehmerInnen empfehlenswert ist.

Die zehnte Hypothese der vierten Forschungsfrage, *„Je mehr ECTS-Punkte Master-StudentInnen gesammelt haben, desto eher können diese den Zusammenhang zwischen den Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung und dem Begriff „Papageno-Effekt“ herstellen“*, kann weder verifiziert noch falsifiziert werden.

Der erste Indikator zur Beantwortung der Hypothese ist, ob Master-Studierende von den Begriffen Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung und „Papageno Effekt“ bereits gehört oder gelesen haben. Aus den vorherigen Hypothesen geht hervor, dass 14 Master-StudentInnen im Zuge des Publizistik und Kommunikationswissenschaft-Studiums von den Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung gehört oder gelesen haben. Den Begriff „Papageno Effekt“ kannten 11 Master-Studierende. Beide Begriffe kannten insgesamt 7 Master-Studierende. Nach ECTS aufgeteilt lässt sich folgendes Ergebnis verzeichnen.

< 45 ECTS – 2 Personen kannten beide Begriffe,

46-90 ECTS – 1 Person kannte beide Begriffe,

91-135 ECTS – 1 Person kannte beide Begriffe,

136-180 ECTS – 3 Personen kannten beide Begriffe

Dieses Ergebnis stützt die Hypothese nicht, da die Studierenden mit einer höheren ECTS Anzahl den Begriff nicht stetig eher kennen, als Studierende mit einer niedrigen ECTS Anzahl. Die Datenmenge ist aber zu gering, um ein aussagekräftiges Ergebnis aufzuzeigen. Des Weiteren muss erwähnt werden, dass weniger als die Hälfte der befragten Master-Studierenden beide Begriffe kennen.

Als weiterer Indikator, um zu analysieren, ob Master-Studierende den Zusammenhang zwischen den Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung und dem Begriff „Papageno Effekt“ herstellen können, wird das Antwortverhalten der Studierenden auf die Frage: „Welche Aussagen zum Begriff Papageno Effekt sind deiner Meinung nach zutreffend?“, herangezogen. Bei dieser Frage war nur eine Antwortmöglichkeit richtig. Diese war die Definition des „Papageno Effekts“: „der Begriff Papageno Effekt drückt aus, dass Medienberichte über Suizid weitere Suizide (Nachahmungstaten) begünstigen“. Ob die StudentInnen diese Frage richtig beantworten, liefert, wie bereits erwähnt, einen Indikator dafür, ob diese den Zusammenhang, dass Medienberichterstattung über Suizid Nachahmungstaten reduzieren können, wenn man sich an die Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung hält, herstellen können. Ausschließlich die richtige Antwort wählten insgesamt 8 Studierende aus, auf welche 7 Master-Studierende entfallen. Aufgeschlüsselt auf die jeweiligen ECTS-Gruppen erhält man folgendes Ergebnis:

< 45 ECTS – 2 Personen wussten die richtige Antwort,

46-90 ECTS – 1 Person wusste die richtige Antwort,

91-135 ECTS – 1 Person wusste die richtige Antwort,

136-180 ECTS – 3 Personen wussten die richtige Antwort.

Das Ergebnis stützt die Hypothese nicht, da die Anzahl der Personen, welche die richtige Definition des „Papageno Effekts“ ausgewählt haben, mit höherer Anzahl an ECTS nicht stetig steigt. Dieses Ergebnis ist allerdings nicht besonders aussagekräftig, da sich die Anzahl um nur eine Person unterscheidet. Die erhobenen Daten sind jedoch sehr gering, weshalb auch an dieser Stelle angemerkt werden muss, dass die Gültigkeit des Ergebnisses nicht sicher gegeben ist. Eine nochmalige Überprüfung mit einer größeren Anzahl an TeilnehmerInnen ist ratsam.

Als letzter Indikator zur Beantwortung dieser Hypothese wird das Antwortverhalten der Studierenden auf die Frage: „Welcher Begriff sollte laut Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung verwendet werden, wenn über das Thema Suizid berichtet wird?“, herangezogen. Als Antwortmöglichkeiten standen den Studierenden die Begriffe „Suizid“, „Selbstmord“, „Freitod“ und „Selbsttötung“ sowie „keiner der Begriffe sollte verwendet werden“ und „weiß ich nicht“ zur Auswahl. Zwei Master-Studierende haben angegeben, auf diese Frage keine Antwort zu wissen. Insgesamt haben 11 Master-Studierende den richtigen Begriff (Suizid) ausgewählt. Aufgeschlüsselt auf die jeweiligen ECTS-Gruppen wird das Ergebnis nochmals zusammengefasst dargestellt:

< 45 ECTS – 3 Personen wählten die richtige Antwort,
46-90 ECTS – 3 Personen wählten die richtige Antwort,
91-135 ECTS – 2 Personen wählten die richtige Antwort,
136-180 ECTS – 3 Personen wählten die richtige Antwort.

Das Ergebnis stützt die Hypothese nicht, da die Anzahl der richtigen Antworten nicht kontinuierlich steigt. In der dritten Gruppe der Studierenden mit 91-135 ECTS, fällt das Ergebnis um eine richtige Antwort. In den restlichen 3 Gruppen kann man die gleiche richtige Anzahl an gegebenen Antworten beobachten.

Generell lässt sich sagen, dass die erhobenen Daten sehr gering sind und auch an dieser Stelle angemerkt werden muss, dass eine nochmalige Durchführung einer solchen Studie mit einer größeren Anzahl an TeilnehmerInnen empfehlenswert ist und die Hypothese weder verifiziert noch falsifiziert werden kann.

Es gab bei beiden Umfragen Limitierungen sowie Fehlerquellen, welche im nächsten Kapitel aufgezeigt werden.

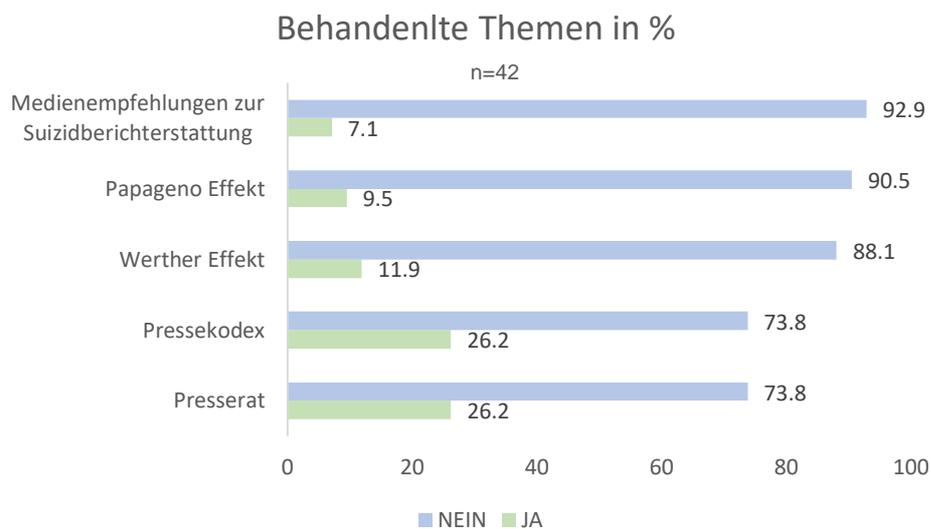
14. Diskussion der Ergebnisse und Kritik

Die größte Limitierung dieser Arbeit war die extrem geringe Teilnahmebereitschaft an den beiden Umfragen. Deshalb lassen die Ergebnisse beider Studien, auf Grund der geringen Datenmenge keine verallgemeinerbaren Aussagen zu.

Beim Fragebogen, welcher für die Lehrenden der Studienrichtung Publizistik und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien konzipiert ist, wurde bei der Bereinigung der Daten eine Person im Vorfeld nicht ausgeschlossen, obwohl diese nicht die notwendigen Anforderung erfüllt hat, um in die Datenanalyse miteinbezogen zu werden. Der/Die Lehrende, welche/r derzeit keine Vorlesungen an der Universität Wien hält, hätte aus der Befragung ausgeschlossen werden müssen. Im Nachhinein erscheint der Ausschluss mehr als logisch, da diese Person keine Angaben zu vermittelten Inhalten machen kann, wenn diese derzeit keine Vorlesung an der Universität Wien hält.

Die Ergebnisse des Fragebogens für Lehrende geben zwar teilweise Aufschluss darüber, welche Themen von Lehrenden der Fachrichtung Publizistik und Kommunikationswissenschaft vermittelt werden und in welchem Umfang. Um verallgemeinerbare, validere Ergebnisse präsentieren zu können, hätten alle Lehrenden der Grundgesamtheit an der Umfrage teilnehmen müssen.

Das Thema Pressekodex findet bei den Lehrenden zwar mehr Zuwendung als das Thema Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung, doch im Generellen wird beiden Themen wenig Aufmerksamkeit geschenkt. Nur knapp jede/r vierte (11 Pers.) Lehrende erwähnt das Thema Pressekodex und nur jede/r vierzehnte Lehrende (3 Pers.) bezieht das Thema Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung mit ein. Die Studierenden wurden neben den Themen Pressekodex und Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung auch zu den Themen Presserat, „Werther Effekt“ und „Papageno Effekt“ befragt. Aus diesem Grund wurden die Lehrenden gefragt, ob sie diese Inhalte vermitteln. Nur 5 Lehrende gaben an, das Thema „Werther Effekt“ den Studierenden näher zu bringen. Das Pendant zum „Werther Effekt“, der „Papageno Effekt“, wird von nur 4 Lehrenden erwähnt. Die größte Beachtung erfährt das Thema Presserat gemeinsam mit dem Thema Pressekodex. Diese werden von 11 Lehrenden in die Vorlesung miteinbezogen. Die folgende Grafik zeigt noch einmal, in welchem Verhältnis die Themen von den Lehrenden erwähnt werden.



Die Themen hängen, theoretisch betrachtet, alle zusammen. Der Pressekodex wird vom Presserat erstellt und enthält einen Punkt namens Suizidberichterstattung, in welchem angeraten wird, über Suizide und Selbstverstümmelung sowie Suizidversuche und Selbstverstümmelungsversuche zurückhaltend zu berichten. (Vgl. presserat.at) „Verantwortungsvoller Journalismus wägt – auch wegen der Gefahr der Nachahmung – ab, ob ein überwiegendes öffentliches Interesse besteht und verzichtet auf überschießende Berichterstattung.“ (presserat.at) Diese Gefahr der Nachahmung wird durch die Definition des „Werther Effekts“, die Berichterstattung über Suizid kann weitere Nachahmungstaten begünstigen, ausgedrückt. (Vgl. Brosius & Ziegler, 2001) Das Gegenstück zum „Werther Effekt“ bildet der „Papageno Effekt“, welcher ausdrückt, dass die Berichterstattung über Suizid Nachahmungstaten reduzieren kann. (Vgl. Niederkrotenthaler, et. al., 2010: 241) Reduziert

können Nachahmungstaten werden, wenn bei den Berichten die Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung beachtet werden. Wie im Falle einer geplanten Berichterstattung über das Thema Suizid berichtet werden soll, liefern die Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung. Ein kurzer Teil beziehungsweise Ausschnitt dieser, findet sich, wie anfangs erwähnt, im Pressekodex wieder, womit sich der Kreis schließt.

Im Vorfeld wurde angenommen, dass zu einem oder mehreren dieser Themen von Lehrenden der Universität Wien Forschung betrieben wird. Aus diesem Grund überrascht das Ergebnis, dass keine/r der Befragten derzeit zu den Themen Presserat, Pressekodex, „Werther Effekt“, „Papageno Effekt“ oder Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung forscht.

Eine Annahme, die allerdings bestätigt werden konnte, wenn auch nur knapp, ist, dass Lehrende, welche im Bereich Journalismus tätig sind/waren die Themen Pressekodex und Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung eher in Vorträgen behandeln. Ein trotz der geringen TeilnehmerInnenzahl interessantes Ergebnis ist, dass von den insgesamt 26 Lehrenden, welche angegeben haben, bei einem Medium beschäftigt (gewesen) zu sein, 6 Personen nicht wussten, ob das Medium bei dem sie tätig sind/waren ein Mitglied im Presserat ist.

Ebenso wie bei den Lehrenden fiel auch die Anzahl der Teilnehmenden bei der Umfrage der Studierenden unerwartet gering aus. Die tatsächliche TeilnehmerInnenzahl liegt weit unter dem im Vorfeld erwarteten Wert, vor allem wenn man die Größe der potentiellen TeilnehmerInnenzahl (Grundgesamtheit=4396) bedenkt. Die geringe Bereitschaft, an dieser Umfrage teilzunehmen beziehungsweise die hohe Abbruchquote, könnte dadurch erklärt werden, dass im Fragebogen Wissen abgefragt wurde. Dies hat die StudentInnen möglicherweise in eine Prüfungssituation versetzt, welche diese als unangenehm empfunden haben könnten. Um die Gründe ermitteln zu können, warum die Umfrage von fast der Hälfte der Teilnehmenden abgebrochen wurde, müssten die „AbbrecherInnen“ erneut zu deren Abbruchgründen befragt werden. Dies ist allein auf Grund der Anonymität, welche den Teilnehmenden dieser Umfrage zukommt, nicht möglich. Beim Fragebogen für Studierende hätte im Einstiegstext erwähnt werden können, dass sich der Fragebogen mit sensiblen Inhalten beschäftigt. Da ausschließlich die Theorie zu dem Thema Suizid abgefragt wurde, ist auf eine Triggerwarnung am Anfang des Fragebogens verzichtet worden. Möglicherweise könnte aber auch die triggernde Wirkung, die dieses Thema haben kann, einen Einfluss darauf gehabt haben, dass Studierende den Fragebogen abgebrochen haben.

Das Hauptaugenmerk der Umfrage für Studierende lag in der Annahme, dass diese über Themen und Inhalte eher beziehungsweise besser Bescheid wissen, je mehr ECTS diese im Zuge des Studiums bereits absolviert haben. Es gab die Wahl zwischen <45 bis maximal 180 ECTS. Von den insgesamt 180 ECTS, welche Bachelor-Studierende zum Erreichen des Studienabschlusses absolvieren müssen, entfallen 60 ECTS auf relativ frei wählbare Wahlfächer und 120 ECTS auf die „Hauptinhalte“ des Publizistik und Kommunikationswissenschaft-Studium. Auch innerhalb der „Hauptinhalte“ können die Studierenden teilweise zwischen den angebotenen Lehrveranstaltungen wählen. Es kann also nicht gesagt werden, ob die Bachelor-Studierenden die angegebene Anzahl an ECTS in Form von Wahlfächern oder den Vorlesungen, welche fixer Bestandteil des Studienplans für Publizistik und Kommunikationswissenschaft sind, absolviert haben. Im Hypothesenteil werden Erweiterungscurricula, in welchen die Studierenden wie erwähnt insgesamt 60 ECTS absolvieren müssen, explizit ausgeschlossen. An dieser Stelle kann argumentiert werden, dass die Bachelor-Studierenden bei ihrer Angabe, die in Form von Erweiterungscurricula absolvierten ECTS hätten abziehen sollen. Dies erschien allerdings als zu kompliziert, weshalb die Studierenden trotzdem die ECTS, welche diese insgesamt im Zuge des Studiums erreicht haben, angeben sollten. Generell wird an dieser Stelle daran gezweifelt, dass Studierende zu jeder Zeit einen Überblick darüber haben, wie viele ECTS diese bereits absolviert haben. Besonders gut zeigt sich dies bei 5 Master-StudentInnen, welche an dieser Umfrage teilgenommen haben. Diese haben angegeben, zwischen 136 und 180 ECTS absolviert zu haben. Für den Abschluss des Masterstudiums braucht man allerdings nur 120 absolvierte ECTS. Es stellte sich die Frage, in welche „ECTS-Gruppe“ diese eingeteilt werden oder ob diese generell von der Umfrage ausgeschlossen werden sollen. Es kann nicht mit Sicherheit gesagt werden woran es liegt, dass diese Studierende angegeben haben, mehr ECTS als notwendig absolviert zu haben. Entweder haben die Studierenden nicht gewusst, dass sich die Anzahl an ECTS, welche zum Abschluss des Master-Studiums erforderlich sind, von der Anzahl an ECTS, die es zum Abschluss des Bachelor-Studiums braucht, unterscheiden. Möglicherweise haben sich diese, wenn sie sich am Ende des Masterstudiums befunden haben, automatisch in die Gruppe mit den höchstmöglichen ECTS eingeteilt. Wäre dies der Fall, müssten die Studierenden zu der Gruppe der Studierenden mit 91 bis 135 absolvierten ECTS gezählt werden. Es kann aber auch sein, dass diese Studierenden die Anmerkung zu dieser Frage „Bitte gib die jeweiligen ECTS Punkte des Studiengangs an, in dem du dich befindest (Bachelor oder Master, nicht insgesamt)“, überlesen oder missinterpretiert haben und somit die bisher insgesamt im ganzen Studium (Bachelor und Master) absolvierten ECTS angegeben haben. Ebenfalls möglich ist, dass die Studierenden tatsächlich mehr ECTS als notwendig absolviert haben, in dem diese freie Wahlfächer oder Sprachkurse absolviert haben, welche ebenfalls ECTS bringen. Da nicht festgestellt werden kann, warum diese 5

Studierenden angegeben haben, 135 bis 180 ECTS absolviert zu haben und aufgrund der sehr geringen Datenmenge wurde entschieden, dass die Daten dieser Studierenden trotzdem in die Datenanalyse einfließen sollen. Somit gibt es bei der Auswertung der Master-Studierenden ebenfalls die Gruppe Studierende mit 135-180 ECTS. Für künftige Studien wird empfohlen, bei Fragen nach absolvierten ECTS, wenn sich diese bei den Studiengängen unterscheiden, anzumerken, wie viele ECTS maximal erreicht werden müssen, um Verwirrungen dieser Art entgegenzuwirken.

Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass die Anzahl der absolvierten ECTS einen Einfluss darauf haben kann, dass Studierende von gewissen Themen eher gehört oder gelesen haben beziehungsweise deren Inhalte kennen, aber nicht zwingend einen Einfluss haben muss. Die Hypothesen, bei welchen angenommen wurde, dass Bachelor-Studierende gewisse Themen eher bekannt sind beziehungsweise sie deren Inhalte eher wissen, wenn diese mehr ECTS haben, mussten häufiger widerlegt werden, als dass diese bestätigt werden konnten. Bei den Themen Presserat und Pressekodex, bei welchen Fragen zum Inhalt gestellt wurden und beim Thema Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung, bei welchem die Kenntnis des Begriffs abgefragt wurde, können die Hypothesen, dass diese die Themen eher kennen beziehungsweise deren Inhalte eher wissen, wenn sie eine höhere Anzahl an ECTS absolviert haben, nicht bestätigt werden. Lediglich bei den Themen „Werther Effekt“ und „Papageno Effekt“, bei welchen die Kenntnis des Begriffs abgefragt wurde, konnte die Hypothese bestätigt werden. Bei den Master-Studierenden konnte nur eine Hypothese, welche sich darauf bezogen hat, dass diese den Begriff Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung mit höherer Anzahl an absolvierten ECTS eher kennen, bestätigt werden. Die restlichen Themen Presserat und Pressekodex, bei welchen die Inhalte abgefragt wurden und den Themen „Werther Effekt“ und „Papageno Effekt“, bei welchen die Kenntnis des Begriffs ermittelt wurde, waren den Studierenden nicht eher bekannt, umso mehr ECTS diese vorweisen konnten. Somit musste auch die Annahme, dass Master-Studierenden gewisse Themen eher bekannt sind beziehungsweise sie dessen Inhalte besser wissen, wenn diese mehr ECTS haben, häufiger widerlegt werden, als dass diese bestätigt werden konnten.

Ein interessantes Ergebnis erhält man, wenn man einen Vergleich des Antwortverhaltens bei den Themen Presserat, Pressekodex, „Werther Effekt“, „Papageno Effekt“ und Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung zwischen Bachelor- und Master-Studierenden aufstellt. Das Antwortverhalten der Studierenden wird in den nachfolgenden Tabellen dargestellt. Bei den Tabellen zum Pressekodex und Presserat wird die Anzahl an durchschnittlich richtig gegebene Antworten der Studierenden aufgezeigt. Bei den Tabellen zum „Werther Effekt“, „Papageno Effekt“ und Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung wird

dargestellt, wie viele Studierende die Frage nach den Inhalten zu diesen Themen richtig beantwortet haben. Studierende, welche angegeben haben, von den Themen „Werther Effekt“, „Papageno Effekt“ und Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung bisher nicht gehört oder gelesen zu haben, haben die inhaltlichen Frage zu diesen Themen übersprungen. Bei den Themen Pressekodex und Presserat sind jene Personen, welche mit „weiß ich nicht“ geantwortet haben, nicht in der Tabelle dargestellt.

Presserat (n=26)		
ECTS	Bachelor	Master
< 45 ETCS	2,3	2,3
41-90 ECTS	2,0	3
91-135 ECTS	3,0	2,6
136-180 ECTS	2,3	3,3

Pressekodex (n=27)		
ECTS	Bachelor	Master
< 45 ETCS	5,3	6,0
41-90 ECTS	3,0	7,0
91-135 ECTS	6,5	4,6
136-180 ECTS	5,0	4,3

Werther Effekt (n=20)		
ECTS	Bachelor	Master
< 45 ETCS	1	1
41-90 ECTS	0	2
91-135 ECTS	1	2
136-180 ECTS	2	3

Papageno Effekt (n=19)		
ECTS	Bachelor	Master
< 45 ETCS	0	2
41-90 ECTS	0	1
91-135 ECTS	0	1
136-180 ECTS	1	3

Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung (n=23)		
ECTS	Bachelor	Master
< 45 ETCS	0	2
41-90 ECTS	1	2
91-135 ECTS	0	3
136-180 ECTS	2	3

Was das Thema Pressekodex betrifft, ist das Antwortverhalten der Bachelor- und Master-Studierenden, bis auf eine deutliche Ausnahme, ähnlich. In der Gruppe der Studierenden mit 46-90 ECTS war die Anzahl an richtig gegeben Antworten bei den Master-Studierenden mehr als doppelt so hoch als bei den Bachelor-Studierenden. Beim Thema Presserat stehen sich Bachelor- und Master Studierende, was deren Wissen zu den Inhalten betrifft, kaum nach. Bei den Themen „Werther Effekt“, „Papageno Effekt“ und Medienempfehlungen zur

Suizidberichterstattung wussten Master-Studierende besser über deren Inhalte Bescheid als Bachelor-Studierende.

Eine Anmerkung, die eine Publizistik und Kommunikationswissenschaft-Studentin nach Ausfüllen des Fragebogen gegeben hat, ist, dass eine Antwort für sie unklar beziehungsweise zweideutig formuliert war. Bei der Frage, welche Aussagen zum Presserat zutreffend sind, war eine der Antwortmöglichkeiten, „der Presserat überwacht alle Zeitungen in Österreich“. Die Studentin hat angemerkt, dass das Wort überwacht für sie nicht klar interpretierbar war. Sie hat „überwacht“ als negativ behafteten Begriff „wie bei einer Diktatur“ interpretiert. Gemeint war mit der Antwort aber nicht die Überwachung in dem von ihr interpretierten Sinn. Der Presserat rügt ein Medium beispielsweise auch, wenn dieses kein Mitglied im Presserat ist. Somit war mit Überwachung gemeint, dass der Presserat „ein Auge auf die Medienlandschaft“ hat und rügt, wenn ein Medium sich Verfehlungen schuldig macht. Ein Beispiel dafür ist die Berichterstattung des Mediums „Oe24“ bezüglich des Terroranschlags vom 02. November 2021 in Wien. Das Medium „Oe24“ wurde für deren ethiklose Berichterstattung vom Presserat gerügt, obwohl dieses Medium nicht dem Presserat angehört. Auf Grund dieser Anmerkung stellt sich die Frage, ob auch andere Studierende diese Antwortmöglichkeit missinterpretierten und diese auf Grund dessen nicht ausgewählt. Dies zeigt wie wichtig es ist, dass vorgegebene Antwortmöglichkeiten so wenig Interpretationsspielraum wie möglich bieten.

Es wurde nicht nur das theoretische Wissen der Studierenden analysiert, sondern auch, ob diese die Themen miteinander verknüpfen können. Um zu erheben, ob Bachelor- und Master-Studierende einen Zusammenhang zwischen dem „Werther Effekt“ beziehungsweise dem „Papageno Effekt“ und den Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung herstellen können, wurden drei Indikatoren festgelegt. Zuerst wurde geprüft, ob die Studierenden die Begrifflichkeiten „Werther Effekt“, „Papageno Effekt“ und Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung gehört oder gelesen haben. Als zweiter Indikator wurde herangezogen, ob die Studierenden die Definition des „Werther Effekts“ beziehungsweise des „Papageno Effekts“ kennen und im letzten Schritt wurde eine inhaltliche Frage miteinbezogen. Es wurde abgefragt, welcher Begriff laut Medienempfehlungen für Suizid bei der Berichterstattung verwendet werden soll, wenn von Suizid beichtet wird. Ob die Studierenden wussten, dass der Begriff Suizid von ExpertInnen empfohlen wird, liefert somit den dritten und letzten Indikator zur Überprüfung der Hypothesen. Die Studie von Arendt. et al. (2018b) unterstreicht die Bedeutung der Art und Weise, wie die Nachrichtenmedien über Suizid schreiben und unterstützt die sprachlichen Empfehlungen, die von SuizidexpertInnen zu diesem Thema vorgelegt wurden. Auf Basis dieser Studie schien es Interessant, ob Studierende wissen, welcher Begriff empfohlen wird. Die Antwort auf diese Frage liefern, wie

erwähnt, Daten, welche herangezogen werden, um festzustellen, ob Studierende eine Verknüpfung des „Werther Effekts“ beziehungsweise des „Papageno Effekts“ und den Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung herstellen können. Bei den Bachelor-Studierenden deuten die Ergebnisse darauf hin, dass sowohl bei der Verknüpfung des Begriffs „Werther Effekt“ als auch bei dem Begriff „Papageno Effekt“ mit den Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung eine positive Tendenz gegeben ist, dass Studierende, umso mehr ECTS diese absolviert haben, eher eine Verbindung herstellen können. Bei den Master-Studierenden kann weder zur Verknüpfung des „Werther Effekts“ noch zum „Papageno Effekt“ mit den Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung eine Aussage getätigt werden. Auf Grund der geringen Datenmenge konnte die vorherige Annahme, dass Masterstudierende die Themen eher miteinander verknüpfen können, je mehr ECTS diese vorweisen können, nicht bestätigt werden.

Auch wenn die Datenmenge beider Umfragen geringer ausfiel als wünschenswert ist und die Ergebnisse nicht immer mit Sicherheit dazu beigetragen haben, dass die Hypothesen verifiziert oder falsifiziert werden konnten, brachte die Studie sowohl bei den Lehrenden als auch bei den Studierenden das ein oder andere interessante Ergebnis.

15. Conclusio und Empfehlung

Da es viele verschiedene Arten gibt, die Lehrinhalte, welche im Zuge des Studiums vermittelt werden sowie den Wissensstand der Studierenden abzufragen, wird empfohlen dies beispielsweise durch ein Experiment nochmals beziehungsweise weiter zu erforschen. Man könnte in Bezug auf das Thema Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung Studierende in verschiedene Forschungsgruppen einteilen und den RezipientInnen Texte zu lesen geben, welche sich sehr gut bis gar nicht an die Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung halten und danach in einem Fragebogen deren Meinung zum jeweiligen Artikel abfragen. Möglicherweise ist die Bereitschaft, bei einem Experiment direkt an der Universität mitzumachen, höher, als bei einem Fragebogen, bei welchem fast ausschließlich Wissen abgefragt wird. Eine weitere sehr interessante Forschungsmöglichkeit wäre, Länder und oder Universitäten/FH übergreifend zu vergleichen und prüfen, wie gut die Studierenden mit den Themen Pressekodex und Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung vertraut sind. Einen Länder- beziehungsweise Universitäten/FH-Vergleich könnte man ebenso auf die Studie der Lehrenden umlegen und erforschen, in wie weit diese die beiden Themen vermitteln.

Ziel dieser Arbeit war es, herauszufinden, wie gut StudentInnen der Studienrichtung Publizistik und Kommunikationswissenschaft mit dem österreichischen Pressekodex und den Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung vertraut sind und in wie weit Lehrende der Universität Wien dieses Fachbereichs die beiden Themen den Studierenden vermitteln. Auch wenn die Datenmenge bei den Studien nicht sonderlich groß und dadurch leider auch wenig aussagekräftig war, so brachte diese Arbeit doch das ein oder andere interessante Ergebnis. Das Hauptaugenmerk bei der Umfrage für Lehrende waren die von ihnen vermittelten Inhalte. Dass die Themen Presserat, Pressekodex, „Werther Effekt“, „Papageno Effekt“ und Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung von nur wenigen Lehrenden vermittelt werden, war überraschend. Es erwähnen 11 Lehrende das Thema Presserat, 11 Lehrende das Thema Pressekodex, 5 Lehrende das Thema „Werther Effekt“, 4 Lehrende das Thema „Papageno Effekt“ und nur 3 Lehrende das Thema Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung. Wenn die Lehrenden angegeben haben, die Inhalte zu vermitteln, widmeten diese den Themen auch nur wenige Vorlesungseinheiten.

Das überraschendste Ergebnis in Bezug auf Lehrende war, dass 6 der 26 Personen, welche angeben, bei einem Medium tätig (gewesen) zu sein, nicht wussten, ob das Medium, bei welchem sie tätig sind/waren, ein Mitglied im Presserat ist. Das Ergebnis war aus dem Grund überraschend, da angenommen wurde, dass Lehrenden der Fachrichtung Publizistik sicherlich bekannt ist, welche Medien Mitglieder im Presserat sind und dies vor allem von jenen wissen, bei welchen diese selbst tätig sind/waren.

Der Fokus bei der Umfrage der Studierenden lag darauf, herauszufinden, ob Studierende über Themen und Inhalte eher/besser Bescheid wissen, je mehr ECTS diese im Zuge des Studiums gesammelt haben. Diese Annahmen konnten überraschender Weise bei den wenigsten Hypothesen bestätigt werden. Bei den Bachelor-Studierenden konnten nur zwei Hypothesen dieser Art, Hypothese 1 von Forschungsfrage 4, „Je mehr ECTS-Punkte Bachelor-StudentInnen gesammelt haben, desto eher kennen diese den Begriff „Werther Effekt““ und Hypothese 7 von Forschungsfrage 4, „Je mehr ECTS-Punkte Bachelor-StudentInnen gesammelt haben, desto eher kennen diese den Begriff „Papageno Effekt““, bestätigt werden. Bei den Master-Studierenden konnte nur Hypothese 5 von Forschungsfrage 4, „Je mehr ECTS-Punkte Master-StudentInnen gesammelt haben, desto eher sind diese mit den Inhalten der Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung vertraut“, verifiziert werden.

Wie im Voraus erwartet, hatten Master-Studierende, bis auf zwei Ausnahmen, mehr inhaltliches Wissen als Bachelor-Studierende. Master-Studierende waren mit den Themen „Werther Effekt“, „Papageno Effekt“ und Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung inhaltlich besser vertraut als Bachelor-Studierende. Bei den beiden Ausnahmen konnte ein sehr ähnlicher Wissenstand festgestellt werden.

Dieser bezog sich auf die Themen Presserat und Pressekodex. Zusammengefasst waren dies die wichtigsten beziehungsweise überraschendsten Ergebnisse der beiden Studien.

Generell ist zu sagen, dass die Themen laut den Ergebnissen dieser Studie sowohl zu wenig vermittelt, als auch verinnerlicht werden. Die Ergebnisse der Erhebung ähneln zwar der Selbsteinschätzung der Studierende, wie sich diese über die in dieser Arbeit behandelten Themen informiert fühlen, stimmen aber nicht immer überein. Vor allem bei der Selbsteinschätzung zum Thema „Papageno Effekt“ haben sich die Studierenden überschätzt. Im Folgenden wird das Antwortverhalten der Studierenden auf die Frage: „Wie gut fühlst du dich über folgende Themen Informiert?“, dargestellt. Bei dieser konnten sich die Studierenden zwischen 4 Antwortmöglichkeiten (sehr gut, gut, etwas, gar nicht) entscheiden. 2 Studierende gaben an, keines der Themen im Zuge des Studiums gehört/gelernt zu haben. Daher haben diese beiden die Frage im Fragebogen übersprungen.

Presserat (n=27)	
Selbsteinschätzung	Anzahl Studierende
Sehr gut	2
gut	14
etwas	10
Gar nicht	1

Pressekodex (n=27)	
Selbsteinschätzung	Anzahl Studierende
Sehr gut	1
gut	9
etwas	17
Gar nicht	0

Werther Effekt (n=27)	
Selbsteinschätzung	Anzahl Studierende
Sehr gut	12
gut	4
etwas	4
Gar nicht	7

Papageno Effekt (n=27)	
Selbsteinschätzung	Anzahl Studierende
Sehr gut	9
gut	7
etwas	3
Gar nicht	8

Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung (n=27)	
Selbsteinschätzung	Anzahl Studierende
Sehr gut	9
gut	8
etwas	9
Gar nicht	1

Beim Thema Presserat haben 16 Studierende angegeben, „sehr gut“ bis „gut“ und 11 Studierende „etwas“ bis „gar nicht“ über das Thema informiert zu sein. Beim Thema Pressekodex gaben 10 Studierende an sich „sehr gut“ bis „gut“ und 17 Studierende sich „etwas“ auszukennen. Bei diesen beiden Themen haben sich die Studierenden relativ gut eingeschätzt. Beim Thema Presserat lag die höchste durchschnittliche Antwort bei 3,3 von 5 richtigen Antworten. Beim Pressekodex lag die höchste durchschnittliche Antwort bei 7 von 12 möglich richtigen Antworten.

Zu dem Thema „Werther Effekt“ fühlten sich 16 Studierende „sehr gut“ bis „gut“ und 11 Studierende „etwas“ bis „gar nicht“ informiert. Beim Thema „Papageno Effekt“ gaben 16 Studierende an, sich „sehr gut“ bis „gut“ und 11 sich „etwas“ bis „gar nicht“ informiert zu fühlen. Bei der Selbsteinschätzung zum Thema „Werther Effekt“ lagen die Studierenden mit ihrer Selbsteinschätzung nahe am Ergebnis im Vergleich zu den Personen, die diese Frage richtig beantwortet haben. Beim Thema „Papageno Effekt“ haben sich die Studierenden im Vergleich zu den Ergebnissen selbst überschätzt. Die richtige Definition des „Werther Effekts“ konnten insgesamt 12 Studierende nennen. Beim „Papageno Effekt“ lagen nur 8 Studierende bei der Antwort, wie die korrekte Definition dieses Begriffs lautet, richtig.

Bei dem Thema Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung fühlen sich 17 Studierende „sehr gut“ bis „gut“ und 10 Studierende „etwas“ bis „gar nicht“ informiert. Bei den Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung ist die Selbsteinschätzung relativ zutreffend, da 13 Studierende richtig auf die Wissensfrage zu den Medienempfehlungen geantwortet haben.

Für künftige Studien wird empfohlen, diese mit einer größeren TeilnehmerInnenanzahl (wenn möglich) durchzuführen. Des Weiteren ist es, wie bereits erwähnt, wichtig, die Fragen und Antworten im Fragebogen so zu formulieren, dass den Beantwortenden so wenig Spielraum für eigene Interpretationen (es sein denn, dies ist von dem/der Forschenden so gewünscht) wie möglich bleibt.

Die Studien zeigen, dass es noch Luft nach oben gibt, was die Wissensvermittlung der Lehrenden und die inhaltlichen Kenntnisse bei den Studierenden zu den Themen Presserat, Pressekodex, „Werther Effekt“, „Papageno Effekt“ und Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung gibt. Vor allem, dass die Berichterstattung über Suizid auch positive Auswirkungen haben kann, war weniger Studierenden bekannt, als erwartet. Die Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung finden bei den Lehrenden zu wenig Bedeutung. Um die Studierenden, welche zum Teil „die JournalistInnen von Morgen“ sind

darauf vorzubereiten, dass und vor allem welche Auswirkung ihre Artikel oder Beiträge im speziellen zu dem Thema Suizid haben können, müssen mehr Lehrende diese in ihre Vorträge miteinbeziehen.

„Das Elend dieser Welt abzubilden ist nicht genug. Man muss sich auch bemühen, einen Ausweg zu finden“. Ich möchte mit diesem Zitat von Friedrich Gulda diese Masterarbeit abschließen und noch einmal verdeutlichen, wie wichtig es ist, sich mit den in dieser Arbeit behandelten Themen zu befassen und bei der Berichterstattung, vor allem zum Thema Suizid, immer die Auswege aus einer Krise aufzuzeigen.

16. Literaturverzeichnis

Arendt, F., Scherr, S., Till, B., Prinzellner, Y., Hines, K., Niederkrotenthaler, T. (2017). Suicide on TV: minimising the risk to vulnerable viewers. *BMJ*, 358. doi: 10.1136/bmj.j3876.

Arendt, F. (2018a). Framing Suicide: Investigating the News Media and Public's Use of the Problematic Suicide Referents *Freitod* and *Selbstmord* in German-Speaking countries. *Crisis*, 39(1), 70-73. Doi: <https://doi.org/10.1027/0227-5910/a000467>.

Arendt, F., Scherr, S., Niederkrotenthaler, T., & Till, B. (2018b). The role of language in suicide reporting: Investigating the influence of problematic suicide referents. *Social Science & Medicine*, 208, 165-171. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2018.02.008>

Arendt, F., Scherr, S., Niederkrotenthaler, T., Krallmann, S., & Till, B. (2018c). Effects of Awareness Material on Suicide-Related Knowledge and the Intention to Provide Adequate Help to Suicidal Individuals. *Crisis*, 39(1), 47–54. Doi: <https://doi.org/10.1027/0227-5910/a000474>.

Bandura, A. (1976). *Lernen am Modell*. [Ansätze zu einer sozial-kognitiven Lerntheorie]. Stuttgart, Germany: Klett Verlag.

Bohanna, I., Wang, X. (2012). Media guidelines for the responsible reporting of suicide. *Crisis*, 33(4), 190-198. doi: 10.1027/0227-5910/a000137.

Bronisch, T. (2007⁵). *Der Suizid* [Ursachen, Warnsignale, Prävention]. München, Germany: Verlag C.H. Beck.

Brosius, H.B., Ziegler, W. (2001). Massenmedien und Suizid: Praktische Konsequenzen aus dem Werther-Effekt. *Communicatio Socialis*, 34(1), 9-29. Doi: doi.org/10.5771/0010-3497-2001-1-9

Cooper, M. T., Bard, D., Wallace, R., Gillapsy, S., Deleon, S. (2018). Suicide Attempt Admissions From a Single Children's Hospital Before and After the Introduction of Netflix Series *13 Reasons Why*. *Journal of Adolescent Health*, 63, 688–693. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2018.08.028>.

Eink, M., Haltenhof, H. (2017). *BASISWISSEN: Umgang mit Suizidgefährdeten Menschen*. Germany, Köln: Psychatrie Verlag.

Eisenwort, B., Hermann, A., Till, B., Niederkrotenthaler, T. (2012). Darstellung von Suizidalität in deutschsprachigen Jugendmedien in Oesterreich und ihr Einfluss auf die Suizidprävalenz. *Zeitschrift für Kinder- und Jugendpsychiatrie und Psychotherapie*, 40(4), 251-261. Doi: <https://econtent.hogrefe.com/doi/pdf/10.1024/1422-4917/a000178>.

Etzersdorfer, E., Sonneck, G. (1999). Suizidprävention durch Beeinflussung von Medienberichten. *Psychotherapie*, 4(2), 199-205.

Gould, M. (2001). Suicide and the media. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 932(1), 200-224.

Jobes D.A., Berman A.L., O'Carroll P.W., Eastgard S. (1996). The Kurt Cobain Suicide Crisis: Perspectives from Research, Public Health, and the News Media. *Suicide and Life-Threatening Behavior*, 26(3), 260-271.

Kvicala, T. (2016). Österreichischer Presserat: 2015 deutlich mehr Verstöße gegen Ehrenkodex Politischer Vorstoß: Öffentliche Inserate nur bei Einhaltung des Medien-Ehrenkodex. *Medienimpulse*, 54(1), 1-5.

Martin G. (1998). Media influence to suicide: The search for solutions. *Archives of Suicide Research*, 4, 51–66.

Martin, G., Koo, L., (1997). Celebrity suicide: Did the death of Kurt Cobain influence young suicides in Australia? *Archives of Suicide Research*, 3, 187-198.

Marzuk, P.M., Tardiff K., Hirsch C.S., et al. (1993). Increase in suicide by asphyxiation in New York City after the Publication of Final Exit. *The New England Journal of Medicine*, 1508–1510.

Mascha, M. (2019). *Suizid in den Medien*. [Eine Analyse der Suizidberichterstattung in der österreichischen Tagespresse]. Magisterarbeit. Publizistik und Kommunikationswissenschaft. Universität Wien.

Motto, J.A. (1970). Newspaper Influence on Suicide. *Arch Gen Psychiatry*, 23(2), 143–148. doi:10.1001/archpsyc.1970.01750020047006.

Niederkrotenthaler, T., & Sonneck, G. (2007). Assessing the impact of media guidelines for reporting on suicides in Austria: interrupted time series analysis. *Australian and New Zealand Journal of Psychiatry*, 41, 419-428.

Niederkrotenthaler, T., Till, B., Herberth, A., Voracek, M., Kapusta, N. D., Etzersdorfer, E. et al. (2009). The gap between suicide characteristics in the print media and in the population. *The European Journal of Public Health*, 19(4), 361–364. Doi: 10.1093/eurpub/ckp034.

Niederkrotenthaler, T., Voracek, M., Herberth, A., Till, B., Strauss, M., Etzersdorfer, E., et al. (2010). Role of media reports in completed and prevented suicide: Werther v. Papageno effects. *The British Journal of Psychiatry*, 197, 234–243. Doi: 10.1192/bjp.bp.109.074633.

Niederkrotenthaler, T., Reidenberg, D. J., Till, B., Gould, M. S. (2014). Increasing Help-Seeking and Referrals for Individuals at Risk for Suicide by Decreasing Stigma: The Role of Mass Media. *American Journal of Preventive Medicine*, 47, 235–243. doi: <https://doi.org/10.1016/j.amepre.2014.06.010>.

Niederkrotenthaler, T., Gould, M., Sonneck, G., Stack, S., & Till, B. (2016). Predictors of psychological improvement on non-professional suicide message boards: content analysis. *Psychological Medicine*, 46, 3429–3442. Doi: 10.1017/S003329171600221X.

Niederkrotenthaler, T., Braun, M., Pirkis, J., Till, B., Stack, S., et.al. (2020). Association between suicide reporting in the media and suicide: systematic review and meta-analysis. *BMJ*, 368(575). 1-17. Doi: 10.1136/bmj.m575.

Phillips, D.P., (1974). The influence of Suggestion on Suicide: Substantive and Theoretical Implications of the Werther effect. *American Sociological Review*, 39(3), 340-354.

Rettenwender, E. (2013³). *PSYCHOlogie*. Austria, Linz: Veritas Verlag.

Pirkis, J., Blood, W. (2001). Suicide and the Media. Part I: Reportage in Nonfictional Media. *Crisis*, 22(4), 146-154. Doi: <https://doi.org/10.1027//0227-5910.22.4.146>

Schäfer, M. (2019). Kommunikation über Suizide. In: Rossman C., Hastall, M.R. (Hrsg.), *Handbuch der Gesundheitskommunikation*. [Kommunikationswissenschaftliche Perspektiven]. Wiesbaden, Austria: Springer Verlag. 591-601. doi: <https://doi.org/10.1007/978-3-658-10727-7>.

Schäfer, M., Quiring, O., (2013). Gibt es Hinweise auf einen „Enke-Effekt“? Die Presseberichterstattung über den Suizid von Robert Enke und die Entwicklung der Suizidzahlen in Deutschland. *Publizistik*, 58, 141-160. Doi: 10.1007/s11616-013-0172-2.

Scherr, S. (2016). *Depression – Medien – Suizid* [Zur empirischen Relevanz von Depressionen und Medien für die Suizidalität]. Wiesbaden, Germany: Springer Verlag. Doi: 10.1007/978-3-658-11162-5.

Schmidtke, A., Häfner, H. (1988). The Werther effect after television films: new evidence for an old hypothesis. *Psychological Medicine*, 18(3), 665-676. Doi: <https://doi.org/10.1017/S0033291700008345>.

Schmidtke A. & Schaller S. (2000). The Role of Mass Media in Suicide Prevention. In: Hawton, K., van Heeringen, K., *The International Handbook of Suicide and Attempted Suicide*, 675-697. UK, Chichester, John Wiley & Sons Verlag. doi: <https://doi-org.uaccess.univie.ac.at/10.1002/9780470698976.ch39>.

Scholl, A. (2018⁴). *Die Befragung*. Germany, Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH.

Taddicken, M. (2007): Methodeneffekte von Web-Befragungen – Freund oder Feind des Forschers?, In: Welker, M., Wenzel, O. (Hrsg.). *Online-Forschung*. [Grundlagen und Fallstudien], Germany, Köln: Herbert von Halem Verlag. 85-102.

Till, B., Strauss, M., Sonneck, G., & Niederkrotenthaler, T. (2015). Determining the effects of films with suicidal content: a laboratory experiment. *The British Journal of Psychiatry*, 207, 72–78. Doi: 10.1192/bjp.bp.114.152827.

Till, B., Tran, U. S., Voracek, M., & Niederkrotenthaler, T. (2017). Beneficial and harmful effects of educative suicide prevention websites: randomized controlled trial exploring Papageno v. Werther effects. *The British Journal of Psychiatry*, 211, 109–115. Doi: 10.1192/bjp.bp.115.177394.

Till, B., Niederkrotenthaler, T. (2019) Medien und Suizid: der aktuelle Forschungsstand zum Werther- und Papageno-Effekt – eine Übersichtsarbeit. *Psychotherapie Forum* (2019) 23, 120-128. <https://doi.org/10.1007/s00729-019-00125-1>.

Tromandl, G., Sonnek, G., Stein, C., Niederkrotenthaler, T. (2014). *Leitfaden zur Berichterstattung über Suizid.*, Wien, Austria: Kriseninterventionszentrum, 3-23.

Wasserman, D. (2016). *Suicide: An unnecessary death*. Oxford, England: University Press.

Whitmer, D. A., Woods, D. L. (2013). Analysis of the Cost Effectiveness of a Suicide Barrier on the Golden Gate Bridge. *Crisis*, 34(2), 98-106. doi: 10.1027/0227-5910/a000179.

WHO (2008), Preventing Suicide. A Resource for Media Professionals. 1-16.

Ziegler, W., Hegerl, U. (2002). Der Werther-Effekt Bedeutung, Mechanismen, Konsequenzen. *Der Nervenarzt*, 73, 41-49.

17. Internetquellen

Anzahl der Studierende Universität Wien Bachelor:

<https://studieren.univie.ac.at/studienangebot/bachelor-und-diplomstudien/publizistik-und-kommunikationswissenschaft-bachelor-mit-aufnahmeverfahren/> abgerufen am 11.01.2021

Anzahl Studierende Universität Wien Master:

<https://studieren.univie.ac.at/studienangebot/masterstudien/publizistik-und-kommunikationswissenschaft-master/> abgerufen am 11.01.2012

BBC Producer Guidelines (2000):

http://downloads.bbc.co.uk/guidelines/editorialguidelines/Legacy_Guidelines/2000-producers-guidelines.pdf abgerufen am 10.01.2021

Curriculum BA. Publizistik und Kommunikationswissenschaft (2017):

https://senat.univie.ac.at/fileadmin/user_upload/s_senat/konsolidierte_Bachelorcurricula/BA_Publizistik_und_Kommunikationswissenschaft.pdf abgerufen am 19.11.2020

Curriculum MA. Publizistik und Kommunikationswissenschaft (2017):

https://senat.univie.ac.at/fileadmin/user_upload/s_senat/konsolidierte_Masterstudien/MA_Publizistik_und_Kommunikationswissenschaft.pdf abgerufen am 19.11.2020

Der Spiegel: Unter die Haut: Der Tod Uwe Barschels vor Jahresfrist hatte Folgen: mehr Selbstmorde in der Badewanne. (03.10.1988):

<https://www.spiegel.de/spiegel/print/d-13529778.html> abgerufen am 10.11.2021

Deutscher Presserat (2017):

https://www.presserat.de/files/presserat/dokumente/download/Pressekodex2017light_web.pdf abgerufen am 10.01.2021

Lehrbeauftragte Universität Wien Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft:

<https://publizistik.univie.ac.at/institut/mitarbeiterinnen-mitarbeiter/lehrbeauftragte/> abgerufen am 11.01.2021

National Action Alliance for Suicide Prevention (2019). National recommendations for depicting suicide:

<https://theactionalliance.org/messaging/entertainment-messaging/national-recommendations>

abgerufen am 25.04.2021

Österreichischer Presserat (2019). Grundsätze für die publizistische Arbeit (Ehrenkodex für die österreichische Presse):

<https://www.presserat.at>, abgerufen am 20.10.2020

Professuren & Senior Lecturer Universität Wien Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft:

<https://publizistik.univie.ac.at/institut/mitarbeiterinnen-mitarbeiter/professuren-senior-lecturer/>

abgerufen am 11.01.2021

Ressource für Hilfsangebote im Umgang mit der Netflix-serie 13 reasons why:

<http://13reasonswhy.info> abgerufen am 25.04.2021

Samaritans (2020). Guidance for covering suicide and self-harm in drama (UK):

https://media.samaritans.org/documents/Guidance_on_depictions_of_suicide_and_self-harm_in_drama_and_film_FINAL.pdf abgerufen am 25.04.2021

Samaritans (2020). Guidance for covering suicide and self-harm in drama and film (Ireland):

https://media.samaritans.org/documents/ROI_Guidance_on_depictions_of_suicide_and_self-harm_in_drama_and_film_FINAL.pdf abgerufen am 25.10.2021

Schweizer Presserat (1992). Stellungnahme des Presserates vom 23. Dezember 1992 zur Berichterstattung über Suizide:

<https://presserat.ch/complaints/stellungnahme-des-presserates-vom-23-dezember-1992-zur-berichterstattung-ber-suizide/> abgerufen am 25.10.2021

WHO (2014). *Preventing suicide: A global imperative*:

<https://www.who.int/publications-detail/preventing-suicide-a-global-imperative>

abgerufen am 10.01.2021

18. Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1_American sociological review (Phillips, 1974: 344)	30
Abbildung 2_Influence of suggestion on suicide (Phillips, 1974: 345)	31
Abbildung 3_Fluctuation in the number of suicides, before, during and after the month of the suicide story (Phillips, 1974: 343)	32
Abbildung 4_ABABA Design of the study showing (Schmidtke & Häfner, 1988: 669)	39
Abbildung 5_the werther effect after television films (Schmidtke & Häfner, 1988: 671).....	40
Abbildung 6_Comparison of the ratios of the increases in railway suicides (Schmidtke & Häfner, 1988: 672)	41
Abbildung 7_präsuizidales Syndrom nach Ringel 2002 (Eink & Haltenhof, 2017: 71).....	60
Abbildung 8_Phasen der Suizidalität nach Pöldinger 1968 (Eink & Haltenhof, 2017: 72)	61
Abbildung 9_Stress-Vulnerabilitäts Modell (Wassermann 2016: 29).....	62

Eink, M., Haltenhof, H. (2017). *BASISWISSEN: Umgang mit Suizidgefährdeten Menschen*. Germany, Köln: Psychatrie Verlag.

Phillips, D.P., (1974). The influence of Suggestion on Suicide: Substantive and Theoretical Implications of the Werther effect. *American Sociological Review*, 39(3), 340-354.

Schmidtke, A., Häfner, H. (1988). The Werther effect after television films: new evidence for an old hypothesis. *Psychological Medicine*, 18(3), 665-676. Doi: <https://doi.org/10.1017/S0033291700008345>.

Wasserman, D. (2016). *Suicide: An unnecessary death*. Oxford, England: University Press.

19. Anhang

19.1. Fragebögen

19.1.1. Fragebogen Lehrende

Sehr geehrte Teilnehmerin, Sehr geehrter Teilnehmer,
im Rahmen meiner Masterarbeit an der Universität Wien führe ich eine Befragung durch, welche sich mit den Lehrinhalten des Publizistik und Kommunikationswissenschaft Studiums der Universität Wien befasst.

Bitte nehmen Sie sich 5 Minuten Zeit und beantworten Sie diesen Fragebogen.

Der Schutz Ihrer persönlichen Daten ist mir bei dieser Befragung ein besonderes Anliegen. Ihre Daten werden daher ausschließlich auf Grundlage der gesetzlichen Bestimmungen (§ 2f Abs. 5 FOG) erhoben und verarbeitet.

Diese Befragung wird im Zuge der Abfassung einer wissenschaftlichen Masterarbeit an der Universität Wien erstellt. Die Daten können von der Lehrveranstaltungs-Leitung bzw. von dem/der Betreuer/in bzw. Begutachter/in der wissenschaftlichen Arbeit für Zwecke der Leistungsbeurteilung eingesehen werden. Die erhobenen Daten dürfen gemäß Art 89 Abs. 1 DSGVO grundsätzlich unbeschränkt gespeichert werden.

Es besteht das Recht auf Auskunft durch die Verantwortlichen an dieser Studie über die erhobenen personenbezogenen Daten sowie das Recht auf Berichtigung, Löschung, Einschränkung der Verarbeitung der Daten sowie ein Widerspruchsrecht gegen die Verarbeitung sowie des Rechts auf Datenübertragbarkeit.

Wenn Sie Fragen zu dieser Erhebung haben, wenden Sie sich bitte gern an die Verantwortliche dieser Untersuchung: Lisa Ambrosi (a01509097@unet.univie.ac.at) Studentin der Publizistik und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien.

Für grundsätzliche juristische Fragen im Zusammenhang mit der DSGVO/FOG und studentischer Forschung wenden Sie sich an den Datenschutzbeauftragten der Universität Wien, Dr. Daniel Stanonik, LL.M. (verarbeitungsverzeichnis@univie.ac.at). Zudem besteht das Recht der Beschwerde bei der Datenschutzbehörde (bspw. über dsb@dsb.gv.at).

Vielen Dank, dass Sie mich durch die Teilnahme an diesem Fragebogen beim Erreichen meines Studienabschlusses unterstützen.

1.	Welche Lehrveranstaltungen/Seminare der Studienrichtung PuKw halten Sie? <hr style="width: 30%; margin: 0 auto;"/>	Weiter ▶ 2.
----	---	----------------

2.	<p>Wie viele Jahre halten Sie bereits Vorträge/Seminare in der Studienrichtung PuKw? Ordnen Sie sich bitte einer Kategorie zu.</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> weniger als 1 Jahr <input type="radio"/> 1-3 Jahre <input type="radio"/> 4-6 Jahre <input type="radio"/> 7-9 Jahre <input type="radio"/> 10 und mehr Jahre 	<p>Weiter ▶ 3.</p>
3.	<p>Behandeln Sie in Ihren Vorlesungen/Seminaren das Thema Pressekodex?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein 	<p>Weiter ja ▶ 4. Wenn nein ▶ 5.</p>
4.	<p>Sie haben angegeben, dass Sie in Ihren Vorlesungen/Seminaren das Thema Pressekodex behandeln. Wie ausführlich widmen Sie sich diesem Thema? Bitte ordnen Sie sich einer Kategorie zu.</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> insgesamt weniger als 1 Einheit <input type="radio"/> mindestens 1 Einheit <input type="radio"/> 2-3 Einheiten <input type="radio"/> 4-5 Einheiten <input type="radio"/> 6-7 Einheiten <input type="radio"/> mehr als 7 Einheiten 	<p>Weiter ▶ 5.</p>
5.	<p>Behandeln Sie in Ihren Vorlesungen/Seminaren das Thema Presserat?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein 	<p>Weiter ja ▶ 6. Wenn nein ▶ 7.</p>
6.	<p>Sie haben angegeben, dass Sie in Ihren Vorlesungen/Seminaren das Thema Presserat behandeln. Wie ausführlich widmen Sie sich diesem Thema? Bitte ordnen Sie sich einer Kategorie zu.</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> insgesamt weniger als 1 Einheit <input type="radio"/> mindestens 1 Einheit <input type="radio"/> 2-3 Einheiten <input type="radio"/> 4-5 Einheiten <input type="radio"/> 6-7 Einheiten 	<p>Weiter ▶ 7.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ○ mehr als 7 Einheiten 	
7.	<p>Behandeln Sie in Ihren Vorlesungen/Seminaren das Thema Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung?</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Ja ○ Nein 	<p>Weiter ja ▶ 8. Wenn nein ▶ 9.</p>
8.	<p>Sie haben angegeben, dass Sie in Ihren Vorlesungen/Seminaren das Thema Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung behandeln. Wie ausführlich widmen Sie sich diesem Thema? Bitte ordnen Sie sich einer Kategorie zu.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ insgesamt weniger als 1 Einheit ○ mindestens 1 Einheit ○ 2-3 Einheiten ○ 4-5 Einheiten ○ 6-7 Einheiten ○ mehr als 7 Einheiten 	<p>Weiter ▶ 9.</p>
9.	<p>Behandeln Sie in Ihren Vorlesungen/Seminaren das Thema Werther Effekt?</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Ja ○ Nein 	<p>Weiter ja ▶ 10. Wenn nein ▶ 11.</p>
10.	<p>Sie haben angegeben, dass Sie in Ihren Vorlesungen/Seminaren das Thema Werther Effekt behandeln. Wie ausführlich widmen Sie sich diesem Thema? Bitte ordnen Sie sich einer Kategorie zu.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ insgesamt weniger als 1 Einheit ○ mindestens 1 Einheit ○ 2-3 Einheiten ○ 4-5 Einheiten ○ 6-7 Einheiten ○ mehr als 7 Einheiten 	<p>Weiter ▶ 11.</p>
11.	<p>Behandeln Sie in Ihren Vorlesungen/Seminaren das Thema Papageno Effekt?</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Ja ○ Nein 	<p>Weiter ja ▶ 12. Wenn nein ▶ 13.</p>

12.	<p>Sie haben angegeben, dass Sie in Ihren Vorlesungen/Seminaren das Thema Papageno Effekt behandeln. Wie ausführlich widmen Sie sich diesem Thema? Bitte ordnen Sie sich einer Kategorie zu.</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> insgesamt weniger als 1 Einheit <input type="radio"/> mindestens 1 Einheit <input type="radio"/> 2-3 Einheiten <input type="radio"/> 4-5 Einheiten <input type="radio"/> 6-7 Einheiten <input type="radio"/> mehr als 7 Einheiten 	<p>Weiter ▶13.</p>
13.	<p>Betreiben Sie derzeit aktiv Forschung an einer Universität/Fachhochschule?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein 	<p>Wenn ja, Weiter ▶14. Wenn nein, Weiter ▶15.</p>
14.	<p>Sie haben angegeben, dass Sie momentan aktiv an einer Universität/Fachhochschule forschen. Zu welchem/n der angeführten Themen forschen Sie? (Mehrfachnennung möglich)</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Pressekodex <input type="radio"/> Presserat <input type="radio"/> Suizid <input type="radio"/> Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung <input type="radio"/> ich forsche zu keinem der angeführten Themen 	<p>Weiter ▶15.</p>
15.	<p>Sind Sie derzeit oder waren Sie jemals im Bereich Journalismus tätig?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein 	<p>Wenn ja, Weiter ▶16. Wenn nein, Weiter ▶18.</p>
16.	<p>Sie haben angegeben im Bereich Journalismus tätig zu sein bzw. tätig gewesen zu sein. In welchem der folgenden Bereiche sind/waren Sie tätig? (Mehrfachnennung möglich)</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Print <input type="radio"/> TV <input type="radio"/> Radio 	<p>Weiter ▶17.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Online ○ Keinem der genannten Bereiche 	
17.	Ist das Medium bei dem Sie tätig sind/waren Mitglied im Presserat? <ul style="list-style-type: none"> ○ Ja ○ Nein ○ weiß ich nicht 	Weiter ▶ 18.
18.	Welchem Geschlecht fühlen Sie sich zugehörig? Ordnen Sie sich bitte einer Kategorie zu. <ul style="list-style-type: none"> ○ männlich ○ weiblich ○ divers 	Weiter ▶ 19.
19.	Wie alt sind Sie? Ordnen Sie sich bitte einer Alterskategorie zu. <ul style="list-style-type: none"> ○ 25-35 Jahre ○ 36-45 Jahre ○ 46-55 Jahre ○ 56-65 Jahre ○ älter als 65 Jahre 	ENDE

19.1.2. Fragebogen Studierende

Liebe Teilnehmerin, lieber Teilnehmer,
im Rahmen meiner Masterarbeit an der Universität Wien führe ich eine Befragung durch, welche sich mit den vermittelten Inhalten des Publizistik und Kommunikationswissenschaft Studiums an der Universität Wien befasst. Bitte nimm dir 10 Minuten Zeit und beantworte diesen Fragebogen.

Der Schutz deiner persönlichen Daten ist mir bei dieser Befragung ein besonderes Anliegen. Deine Daten werden daher ausschließlich auf Grundlage der gesetzlichen Bestimmungen (§ 2f Abs. 5 FOG) erhoben und verarbeitet.

Diese Befragung wird im Zuge der Abfassung einer wissenschaftlichen Masterarbeit an der Universität Wien erstellt. Die Daten können von der Lehrveranstaltungs-Leitung bzw. von dem/der Betreuer/in bzw. Begutachter/in der wissenschaftlichen Arbeit für Zwecke der Leistungsbeurteilung eingesehen werden. Die erhobenen Daten dürfen gemäß Art 89 Abs. 1 DSGVO grundsätzlich unbeschränkt gespeichert werden.

Es besteht das Recht auf Auskunft durch die Verantwortlichen an dieser Studie über die erhobenen personenbezogenen Daten sowie das Recht auf Berichtigung, Löschung, Einschränkung der Verarbeitung der Daten sowie ein Widerspruchsrecht gegen die Verarbeitung sowie des Rechts auf Datenübertragbarkeit.

Wenn du Fragen zu dieser Erhebung hast, wende dich bitte gern an die Verantwortliche dieser Untersuchung: Lisa Ambrosi (a01509097@unet.univie.ac.at) Studentin der Publizistik und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien.

Für grundsätzliche juristische Fragen im Zusammenhang mit der DSGVO/FOG und studentischer Forschung wende dich an den Datenschutzbeauftragten der Universität Wien, Dr. Daniel Stanonik, LL.M. (verarbeitungsverzeichnis@univie.ac.at). Zudem besteht das Recht der Beschwerde bei der Datenschutzbehörde (bspw. über dsb@dsb.gv.at).

Vielen Dank, dass du mich durch die Teilnahme an diesem Fragebogen beim Erreichen meines Studienabschlusses unterstützen.

1.	Studierst du PuKw an der Universität Wien? <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein 	Wenn ja, Weiter ▶ 2. Wenn nein, Ende Befragung
2.	Du hast angegeben, PuKw an der Universität Wien zu studieren. Bitte ordne dich einer der nachfolgende Kategorien zu. <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> ich studiere PuKw im Bachelor <input type="radio"/> ich studiere PuKw im Master 	Wenn Master, Weiter ▶ 3. Wenn Bachelor, Weiter ▶ 5.
3.	Du hast angegeben, im Master PuKw zu studieren. Hast du deinen Bachelor ebenfalls <u>an der Universität Wien</u> absolviert? <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein 	Weiter ▶ 4.
4.	Du hast angegeben, im Master PuKw zu studieren. Hast du deinen Bachelor ebenfalls <u>in Pukw</u> absolviert? <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein 	Weiter ▶ 5.
5.	Wie viele ECTS Punkte hast du bisher (ungefähr) im Zuge deines PuKw Studiums gesammelt? Bitte gib die jeweiligen ECTS Punkte des Studiengangs	Weiter ▶ 6.

	<p>an, in dem du dich gerade befindest (Bachelor oder Master, nicht insgesamt)</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> weniger als 45 ECTS <input type="radio"/> 46-90 ECTS <input type="radio"/> 91-135 ECTS <input type="radio"/> 136-180 ECTS 	
6.	<p>Wie viele Semester studierst du bereits PuKw?</p> <p>_____</p>	<p>Weiter</p> <p>▶ 7.</p>
7.	<p>Hast du im Zuge deines PuKw Studiums das Wahlfach Journalismus gewählt?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein 	<p>Weiter</p> <p>▶ 8.</p>
8.	<p>Arbeitest du neben deiner Tätigkeit als Studierende/r der Universität Wien im Bereich Journalismus?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein 	<p>Wenn ja, Weiter</p> <p>▶ 9.</p> <p>Wenn nein, Weiter</p> <p>▶ 10.</p>
9.	<p>Du hast angegeben, neben deiner Tätigkeit als Student*in der Universität Wien im Bereich Journalismus zu arbeiten. In welchem Bereich arbeitest du?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Print <input type="radio"/> TV <input type="radio"/> Radio <input type="radio"/> Online <input type="radio"/> Andere 	<p>Weiter</p> <p>▶ 10.</p>
10.	<p>In diesem Fragebogen geht es vor allem um die Inhalte, die im Zuge des PuKw Studiums an der Universität Wien vermittelt werden. Es folgen Fragen, welche sich auf die vermittelten Inhalte der Vorlesungen beziehen. Welche der angeführten Themen wurden in einer deiner bisherigen Lehrveranstaltungen behandelt? (Mehrfachnennung möglich)</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Inhalte des Pressekodex <input type="radio"/> Aufgaben des Presserat 	<p>Weiter</p> <p>▶ 11.</p> <p>Außer: wenn keines der angeführten Themen</p> <p>Weiter</p> <p>▶ 12.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Werther Effekt ○ Papageno Effekt ○ Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung ○ keines der angeführten Themen 	
11.	<p>Du hast angegeben, dass ein oder mehrere der unten angeführten Themen bereits Teil einer Lehrveranstaltung im Zuge deines PuKw Studiums waren. Wie gut fühlst du dich über folgende Themen informiert? Kreuze bitte das entsprechende Feld an.</p> <p>Inhalte des österreichischen Pressekodex sehr gut informiert <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> gar nicht informiert</p> <p>Aufgaben des Presserat sehr gut informiert <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> gar nicht informiert</p> <p>Definition Werther Effekt sehr gut informiert <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> gar nicht informiert</p> <p>Definition Papageno Effekt sehr gut informiert <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> gar nicht informiert</p> <p>Inhalte der Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung sehr gut informiert <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> gar nicht informiert</p> <p>Auswirkungen von Suizidberichterstattung sehr gut informiert <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> gar nicht informiert</p>	<p>Weiter ▶ 12.</p>
12.	<p>Welche untenstehenden Aussagen zum Presserat sind deiner Meinung nach zutreffend? (Mehrfachnennung möglich)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ der Presserat überwacht alle Zeitungen in Österreich ○ der Presserat ist ein Verein, in welchem jede/r JournalistIn verpflichtend Mitglied ist 	<p>Weiter ▶ 13.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ○ der Presserat dient zur Sicherung der Pressefreiheit ○ der Presserat dient zur Redaktionellen Qualitätssicherung ○ der Presserat verhängt Geldstrafen für Missachtung der Qualitätsstandards ○ der Presserat hat die Aufgabe Missstände im Pressewesen aufzuzeigen ○ der Presserat ist ein Verein, dessen Träger die wichtigsten Journalisten- und Verlegerverbände Österreichs sind ○ keine Aussage ist zutreffend ○ weiß ich nicht 	
13.	<p>Welche der angeführten Punkte sind im österreichischen Pressekodex enthalten? (Mehrfachnennung möglich)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Freiheit ○ Genauigkeit ○ Ordnung ○ Unterscheidbarkeit ○ Verbote ○ Einflussnahmen ○ Persönlichkeitsschutz ○ Intimsphäre ○ Schutz vor Pauschalverunglimpfungen und Diskriminierung ○ Materialbeschaffung ○ Medienempfehlungen zur Berichterstattung ○ Redaktionelle Spezialbereiche ○ Öffentliches Interesse ○ Interessen von Regierung und Staat ○ Interessen von Medienmitarbeitern 	<p>Weiter ▶ 14.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Suizidberichterstattung ○ keiner der angeführten Punkte ist im Pressekodex enthalten ○ weiß ich nicht 	
14.	<p>Hast du im Zuge deines PuKw Studium von dem Begriff Werther Effekt gehört/gelesen?</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Ja ○ Nein <p><i>Diese Frage dient ebenfalls als Kontrollfrage</i></p>	<p>Wenn ja, Weiter ▶15.</p> <p>Wenn nein, Weiter ▶16.</p>
15.	<p>Welche Aussagen zum Begriff Werther Effekt sind deiner Meinung nach zutreffend? (Mehrfachnennung möglich)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ der Begriff Werther Effekt drückt aus, dass Medienberichte über Suizid weitere Suizide (Nachahmungstaten) reduzieren ○ der Werther Effekt drückt aus, dass unterschiedliche Formulierungen einer Botschaft bei gleichem Inhalt das Verhalten des/r Empfängers/Empfängerin unterschiedlich beeinflussen ○ der Werther Effekt untersucht die aktive Rolle des/der RezipientIn im Umgang mit Massenmedien ○ der Begriff Werther Effekt drückt aus, dass Medienberichte über Suizid weitere Suizide (Nachahmungstaten) begünstigen ○ weiß ich nicht 	<p>Weiter ▶16.</p>
16.	<p>Hast du im Zuge deines PuKw Studium von dem Begriff Papageno Effekt gehört/gelesen?</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Ja ○ Nein <p><i>Diese Frage dient als Kontrollfrage</i></p>	<p>Wenn ja, Weiter ▶17.</p> <p>Wenn nein, Weiter ▶18.</p>

17.	<p>Welche Aussagen zum Begriff Papageno Effekt sind deiner Meinung nach zutreffend? (Mehrfachnennung möglich)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ der Begriff Papageno Effekt drückt aus, dass Medienberichte über Suizid weitere Suizide (Nachahmungstaten) begünstigen ○ der Papageno Effekt drückt aus, dass unterschiedliche Formulierungen einer Botschaft bei gleichem Inhalt das Verhalten des Empfängers unterschiedlich beeinflussen ○ der Papageno Effekt untersucht die aktive Rolle des/der RezipientIn im Umgang mit Massenmedien ○ der Begriff Papageno Effekt drückt aus, dass Medienberichte über Suizid weitere Suizide (Nachahmungstaten) reduziert ○ weiß ich nicht 	<p>Weiter ▶18.</p>
18.	<p>Hast du im Zuge deines PuKw Studium von den Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung gehört/gelesen?</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Ja ○ Nein <p><i>Diese Frage dient als Kontrollfrage</i></p>	<p>Wenn ja, Weiter ▶19. Wenn nein, Weiter ▶21.</p>
19.	<p>Welche Aussagen zum Thema Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung sind deiner Meinung nach korrekt? (Mehrfachnennung möglich)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ es sollte der Ort des Geschehens bei der Berichterstattung genannt werden ○ es sollte der vollständige Name der involvierten Person bei der Berichterstattung genannt werden 	<p>Weiter ▶20.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ○ es sollte die methodische Vorgehensweise des Geschehens bei der Berichterstattung genannt werden ○ es sollte das Alter der involvierten Person bei der Berichterstattung genannt werden ○ es sollte die Nummer einer Seelsorge-Hotline genannt werden ○ es sollten Spekulationen über die Hintergründe der (Ursache/Grund) genannt werden ○ es sollten Auswegen aus einer Krise genannt werden ○ es sollte gänzlich auf die Berichterstattung von Suiziden verzichtet werden ○ wenn die Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung eingehalten werden, werden Nachahmungstaten begünstigt ○ wenn die Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung eingehalten werden, werden Nachahmungstaten reduziert ○ die angeführten Aussagen sind alle nicht korrekt ○ weiß ich nicht 	
20	<p>Welcher Begriff sollte laut Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung verwendet werden, wenn über das Thema Suizid berichtet wird?</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ wenn berichtet wird sollte das Wort Suizid verwendet werden ○ wenn berichtet wird sollte das Wort Selbstmord verwendet werden ○ wenn berichtet wird sollte das Wort Freitod verwendet werden ○ wenn berichtet wird sollte das Wort Selbsttötung verwendet werden 	<p>Weiter ▶ 21.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ○ keiner der Begriffe sollte verwendet werden ○ weiß ich nicht 	
21.	<p>Welchem Geschlecht fühlst du dich zugehörig?</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ männlich ○ weiblich ○ divers 	<p>Weiter ▶ 22.</p>
22.	<p>Wie alt bist du? Ordne dich bitte einer Alterskategorie zu.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 18-23 Jahre ○ 24-29 Jahre ○ 30-35 Jahre ○ 36-41 Jahre ○ älter als 41Jahre 	<p>ENDE</p>

19.2. Output SPSS + Excel Befragung Lehrende

➔ Häufigkeiten

Statistiken

Welche Lehrveranstaltungen/Seminare der Studienrichtung Publizistik und Kommunikationswissenschaft halten Sie?

N	Gültig	42
	Fehlend	0

Welche Lehrveranstaltungen/Seminare der Studienrichtung Publizistik und Kommunikationswissenschaft halten Sie?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	praxis	19	45,2	45,2	45,2
	theorie	17	40,5	40,5	85,7
	beides	5	11,9	11,9	97,6
	keine	1	2,4	2,4	100,0
	Gesamt	42	100,0	100,0	

➔ Häufigkeiten

Statistiken

Behandeln Sie in Ihren Vorlesungen/Seminaren das Thema Pressekodex?

N	Gültig	42
	Fehlend	0

Behandeln Sie in Ihren Vorlesungen/Seminaren das Thema Pressekodex?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Ja	11	26,2	26,2	26,2
	Nein	31	73,8	73,8	100,0
	Gesamt	42	100,0	100,0	

→ Häufigkeiten

Statistiken

Sie haben angegeben, dass Sie in Ihren Vorlesungen/Seminaren das Thema Pressekodex behandeln. Wie ausführlich widmen Sie sich diesem Thema? Bitte ordnen Sie sich einer Kategorie zu.

N	Gültig	11
	Fehlend	31

Sie haben angegeben, dass Sie in Ihren Vorlesungen/Seminaren das Thema Pressekodex behandeln. Wie ausführlich widmen Sie sich diesem Thema? Bitte ordnen Sie sich einer Kategorie zu.

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	insgesamt weniger als 1 Einheit	7	16,7	63,6	63,6
	mindestens 1 Einheit	3	7,1	27,3	90,9
	2-3 Einheiten	1	2,4	9,1	100,0
	Gesamt	11	26,2	100,0	
Fehlend	System	31	73,8		
Gesamt		42	100,0		

Welche Lehrveranstaltungen/Seminare der Studienrichtung Publizistik und Kommunikationswissenschaft halten Sie? * Behandeln Sie in Ihren Vorlesungen/Seminaren das Thema Pressekodex? Kreuztabelle

Anzahl

		Behandeln Sie in Ihren Vorlesungen/Seminaren das Thema Pressekodex?		Gesamt
		Ja	Nein	
Welche Lehrveranstaltungen/Seminare der Studienrichtung Publizistik und Kommunikationswissenschaft halten Sie?	praxis	3	16	19
	theorie	6	11	17
	beides	2	3	5
	keine	0	1	1
Gesamt		11	31	42

→ Häufigkeiten

Statistiken

Sind Sie derzeit oder waren Sie jemals im Bereich Journalismus tätig?

N	Gültig	42
	Fehlend	0

Sind Sie derzeit oder waren Sie jemals im Bereich Journalismus tätig?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Ja	26	61,9	61,9	61,9
	Nein	16	38,1	38,1	100,0
	Gesamt	42	100,0	100,0	

Häufigkeiten von \$Berufssparte_mehrfach

		Antworten		Prozent der Fälle
		N	Prozent	
Arbeit in welchem Journalismusbereich ^a	Print	20	52,6%	76,9%
	TV	5	13,2%	19,2%
	Radio	7	18,4%	26,9%
	Online	4	10,5%	15,4%
	keinem Bereich	2	5,3%	7,7%
Gesamt		38	100,0%	146,2%

a. Dichotomie-Gruppe tabellarisch dargestellt bei Wert 1.

Sind Sie derzeit oder waren Sie jemals im Bereich Journalismus tätig? * Behandeln Sie in Ihren Vorlesungen/Seminaren das Thema Pressekodex? Kreuztabelle

Anzahl

		Behandeln Sie in Ihren Vorlesungen/Seminaren das Thema Pressekodex?		Gesamt
		Ja	Nein	
Sind Sie derzeit oder waren Sie jemals im Bereich Journalismus tätig?	Ja	6	20	26
	Nein	5	11	16
Gesamt		11	31	42

➔ Mehrfachantworten

Fallzusammenfassung

	Gültig		Fälle Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
\$Berufssparte_mehrfach*Pressekodex_umkodiert	26	61,9%	16	38,1%	42	100,0%

Kreuztabelle \$Berufssparte_mehrfach*Pressekodex_umkodiert

			Behandeln Sie in Ihren Vorlesungen/Seminaren das Thema Pressekodex?		Gesamt
			Ja	Nein	
Arbeit in welchem Journalismusbereich ^a	Print	Anzahl	4	16	20
	TV	Anzahl	2	3	5
	Radio	Anzahl	5	2	7
	Online	Anzahl	2	2	4
	keinem Bereich	Anzahl	0	2	2
Gesamt	Anzahl		6	20	26

Prozentsätze und Gesamtwerte beruhen auf den Befragten.

a. Dichotomie-Gruppe tabellarisch dargestellt bei Wert 1.

➔ Häufigkeiten

Statistiken

Ist das Medium bei dem Sie tätig sind/waren Mitglied im Presserat?

N	Gültig	26
	Fehlend	16

Ist das Medium bei dem Sie tätig sind/waren Mitglied im Presserat?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Ja	16	38,1	61,5	61,5
	Nein	4	9,5	15,4	76,9
	weiß ich nicht	6	14,3	23,1	100,0
	Gesamt	26	61,9	100,0	
Fehlend	System	16	38,1		
Gesamt		42	100,0		

Ist das Medium bei dem Sie tätig sind/waren Mitglied im Presserat? * Behandeln Sie in Ihren Vorlesungen/Seminaren das Thema Pressekodex? Kreuztabelle

Anzahl

		Behandeln Sie in Ihren Vorlesungen/Seminaren das Thema Pressekodex?		Gesamt
		Ja	Nein	
Ist das Medium bei dem Sie tätig sind/waren Mitglied im Presserat?	Ja	4	12	16
	Nein	2	2	4
	weiß ich nicht	0	6	6
Gesamt		6	20	26

Statistiken

Behandeln Sie in Ihren Vorlesungen/Seminaren das Thema Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung?(Medienempfehlung)

N	Gültig	42
	Fehlend	0

Behandeln Sie in Ihren Vorlesungen/Seminaren das Thema Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung?(Medienempfehlung)

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Ja	3	7,1	7,1	7,1
	Nein	39	92,9	92,9	100,0
	Gesamt	42	100,0	100,0	

➔ Häufigkeiten

Statistiken

Behandeln Sie in Ihren Vorlesungen/Seminaren das Thema Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung?

N	Gültig	3
	Fehlend	39

Behandeln Sie in Ihren Vorlesungen/Seminaren das Thema Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	insgesamt weniger als 1 Einheit	3	7,1	100,0	100,0
Fehlend	System	39	92,9		
Gesamt		42	100,0		

**Welche Lehrveranstaltungen/Seminare der
Studienrichtung Publizistik und
Kommunikationswissenschaft halten Sie? * Behandeln Sie
in Ihren Vorlesungen/Seminaren das Thema
Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung?
Kreuztabelle**

Anzahl

		Behandeln Sie in Ihren Vorlesungen/Seminaren das Thema Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung?		Gesamt
		Ja	Nein	
Welche Lehrveranstaltungen/Se minare der Studienrichtung Publizistik und Kommunikationswissens chaft halten Sie?	praxis	1	18	19
	theorie	1	16	17
	beides	1	4	5
	keine	0	1	1
Gesamt		3	39	42

**Sind Sie derzeit oder waren Sie jemals im Bereich
Journalismus tätig? * Behandeln Sie in Ihren
Vorlesungen/Seminaren das Thema
Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung?
(Medienempfehlung) Kreuztabelle**

Anzahl

		Behandeln Sie in Ihren Vorlesungen/Seminaren das Thema Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung? (Medienempfehlung)		Gesamt
		Ja	Nein	
Sind Sie derzeit oder waren Sie jemals im Bereich Journalismus tätig?	Ja	1	25	26
	Nein	2	14	16
Gesamt		3	39	42

➔ **Mehrfachantworten**

Fallzusammenfassung

	Gültig		Fälle Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
	\$Berufssparte_mehrfach *Medienempfehlungen_ umcodiert	26	61,9%	16	38,1%	42

Kreuztabelle \$Berufssparte_mehrfach*Medienempfehlungen_umcodiert

		Behandeln Sie in Ihren Vorlesungen/Seminaren das Thema Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung? (Medienempfehlung)		Gesamt	
		Ja	Nein		
Arbeit in welchem Journalismusbereich ^a	Print	Anzahl	1	19	20
	TV	Anzahl	0	5	5
	Radio	Anzahl	0	7	7
	Online	Anzahl	0	4	4
	keinem Bereich	Anzahl	0	2	2
Gesamt		Anzahl	1	25	26

Prozentsätze und Gesamtwerte beruhen auf den Befragten.

a. Dichotomie-Gruppe tabellarisch dargestellt bei Wert 1.

**Ist das Medium bei dem Sie tätig sind/waren Mitglied im
Presserat? * Behandeln Sie in Ihren Vorlesungen/Seminaren
das Thema Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung?
(Medienempfehlung) Kreuztabelle**

Anzahl

		Behandeln Sie in Ihren Vorlesungen/Seminaren das Thema Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung? (Medienempfehlung)		Gesamt
		Ja	Nein	
Ist das Medium bei dem Sie tätig sind/waren Mitglied im Presserat?	Ja	1	15	16
	Nein	0	4	4
	weiß ich nicht	0	6	6
Gesamt		1	25	26

➔ Häufigkeiten

Statistiken

Betreiben Sie derzeit aktiv Forschung an einer Universität/Fachhochschule?

N	Gültig	42
	Fehlend	0

Betreiben Sie derzeit aktiv Forschung an einer Universität/Fachhochschule?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Ja	15	35,7	35,7	35,7
	Nein	27	64,3	64,3	100,0
	Gesamt	42	100,0	100,0	

➔ Häufigkeiten

Statistiken

Sie haben angegeben, dass Sie momentan aktiv an einer Universität/Fachhochschule forschen. Zu welchem/n der angeführten Themen forschen Sie? (Mehrfachnennung möglich)

N	Gültig	15
	Fehlend	27

Sie haben angegeben, dass Sie momentan aktiv an einer Universität/Fachhochschule forschen. Zu welchem/n der angeführten Themen forschen Sie? (Mehrfachnennung möglich)

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	ich forsche zu keinem der angeführten Themen	15	35,7	100,0	100,0
Fehlend	System	27	64,3		
Gesamt		42	100,0		

➔ Häufigkeiten

Statistiken

Behandeln Sie in Ihren Vorlesungen/Seminaren das Thema Papageno Effekt?

N	Gültig	42
	Fehlend	0

Behandeln Sie in Ihren Vorlesungen/Seminaren das Thema Papageno Effekt?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Ja	4	9,5	9,5	9,5
	Nein	38	90,5	90,5	100,0
	Gesamt	42	100,0	100,0	

➔ Häufigkeiten

Statistiken

Behandeln Sie in Ihren Vorlesungen/Seminaren das Thema Werther Effekt?

N	Gültig	42
	Fehlend	0

Behandeln Sie in Ihren Vorlesungen/Seminaren das Thema Werther Effekt?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Ja	5	11,9	11,9	11,9
	Nein	37	88,1	88,1	100,0
	Gesamt	42	100,0	100,0	

➔ Häufigkeiten

Statistiken

Behandeln Sie in Ihren Vorlesungen/Seminaren das Thema Presserat?

N	Gültig	42
	Fehlend	0

Behandeln Sie in Ihren Vorlesungen/Seminaren das Thema Presserat?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Ja	11	26,2	26,2	26,2
	Nein	31	73,8	73,8	100,0
	Gesamt	42	100,0	100,0	

1	LV	Welche Lehrveranstaltung (LV)	Behandeln Pressekodex	Wie ausführlich Pressekodex	Behandeln Presserat	Wie ausführlich Presserat	Behandeln Medienempfehlungen	Wie ausführlich Medienempfehlungen	Behandeln Werther Effekt	Wie ausführlich Werther Effekt
2	praxis	AT-HF	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein
3	praxis	PR Übung	10 und mehr Jahre	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein
4	praxis	AT und UE GESKO Journalismus	7-9 Jahre	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein
5	praxis	AT-Klor, MMF	4-6 Jahre	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein
6	theorie	UE QUALI	10 und mehr Jahre	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein
7	praxis	AT Print	4-6 Jahre	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein
8	praxis	AT PR	10 und mehr Jahre	Ja	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein
9	praxis	Übung Fernsehen	4-6 Jahre	insgesamt weniger als 1 Einheit mindestens 1 Einheit	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein
10	theorie	Kultur-PR	10 und mehr Jahre	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein
11	praxis	UE METH QUAL	10 und mehr Jahre	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein
12	praxis	UE GESKO B: PR und Öffentlichkeitsarbeit	4-6 Jahre	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	insgesamt weniger als 1 Einheit
13	theorie	UE Kommunikation für Nachhaltigkeit	10 und mehr Jahre	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein
14	theorie	FOSE, MASE	10 und mehr Jahre	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein
15	praxis	Übung Werbung	10 und mehr Jahre	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein
16	theorie	Wirk, Foprax, Fose	10 und mehr Jahre	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein
17	beides	AT PR, Bakk-Seminar, Prük	7-9 Jahre	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	insgesamt weniger als 1 Einheit
18	theorie	SOME/A	10 und mehr Jahre	Ja	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein
19	theorie	Medienrecht	10 und mehr Jahre	insgesamt weniger als 1 Einheit	Nein	Nein	Nein	insgesamt weniger als 1 Einheit	Nein	Nein
20	praxis	Übung Werbung	4-6 Jahre	Ja	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein
21	theorie	SPEZ VO GEME, FOSE A	weniger als 1 Jahr	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein
22	theorie	ORGA, INTER, STEP-Mentoring Supervision	10 und mehr Jahre	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein
23	praxis	GESKO B: AT JOUR Arbeitstechnik Journalismus	7-9 Jahre	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein
24	theorie	VO, FOPRAX, UE QUANTI & STADA	4-6 Jahre	Ja	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein
25	praxis	Übung PR	10 und mehr Jahre	insgesamt weniger als 1 Einheit	Nein	Nein	Nein	insgesamt weniger als 1 Einheit	Nein	Nein
26	theorie	SOME VERQUAN, FOSE MASE	10 und mehr Jahre	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein
27	beides	von STEP bis MASE alles	10 und mehr Jahre	insgesamt weniger als 1 Einheit	Ja	Nein	Nein	insgesamt weniger als 1 Einheit	Ja	insgesamt weniger als 1 Einheit
28	theorie	Einführung Verfassung und Verwaltung	10 und mehr Jahre	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein
29	beides	UEPA, ETHNI	10 und mehr Jahre	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein
30	praxis	AT PR	10 und mehr Jahre	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein
31	praxis	UE WERB	10 und mehr Jahre	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein
32	beides	VO & UE Theorie und Praxis der Public Affairs	10 und mehr Jahre	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein
33	praxis	AT-TV	10 und mehr Jahre	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein
34	theorie	PR und Digitale Kommunikation oder so ähnlich	7-9 Jahre	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein
35	theorie	MEWA, JOURWA, SE, INSOVI	10 und mehr Jahre	Ja	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein
36	theorie	VO Kommunikationsrecht	10 und mehr Jahre	insgesamt weniger als 1 Einheit	Nein	Nein	Nein	insgesamt weniger als 1 Einheit	Nein	Nein
37	999	aktuell keine	10 und mehr Jahre	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein
38	theorie	GESKO A, FOSE, MASE, VO Strategische Kommunikation	4-6 Jahre	insgesamt weniger als 1 Einheit	Nein	Nein	Nein	insgesamt weniger als 1 Einheit	Nein	Nein
39	theorie	Research Master (englisch)	10 und mehr Jahre	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein
40	praxis	Methodenseminare	10 und mehr Jahre	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	insgesamt weniger als 1 Einheit
41	theorie	UE Quali, SE Foprax	10 und mehr Jahre	Nein	Nein	Nein	Nein	insgesamt weniger als 1 Einheit	Ja	insgesamt weniger als 1 Einheit
42	theorie	Kulturkommunikation	4-6 Jahre	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein
43	beides	VO STADA, UE WERB	10 und mehr Jahre	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein

	Behandeln Papageno Effekt	Wie ausführlich Papageno Effekt	aktiv Forschung	Forschung zu welchen Themen	im Bereich Journalismus tätig	In welchem Bereich Journalismus tätig	TV	Radio	Online	Keinem der genannten Bereiche	Medium Mitglied im Presserat	Geschlecht	Alter
1	Nein	Nein	Nein		Ja		TV	Radio		Keinem der genannten Bereiche	Ja	männlich	46-55 Jahre
2	Nein	Nein	Nein		Ja				Online		Nein	weiblich	36-45 Jahre
3	Nein	Nein	Nein		Ja	Print				Keinem der genannten Bereiche	Nein	weiblich	36-45 Jahre
4	Nein	Nein	Nein		Ja	Print					Nein	weiblich	25-35 Jahre
5	Nein	Nein	Nein		Ja	Print					Nein	weiblich	36-45 Jahre
6	Nein	Nein	Nein	ich forsche zu keinem der angeführten Themen	Nein						Nein	weiblich	25-35 Jahre
7	Nein	Nein	Nein		Ja	Print					Ja	männlich	46-55 Jahre
8	Nein	Nein	Nein		Nein						Ja	weiblich	46-55 Jahre
9	Nein	Nein	Nein		Nein		TV	Radio			Ja	männlich	älter 65 Jahre
10	Nein	Nein	Nein		Ja	Print					Nein	weiblich	46-55 Jahre
11	Nein	Nein	Nein		Ja	Print					Nein	weiblich	36-45 Jahre
12	Nein	Nein	Nein	ich forsche zu keinem der angeführten Themen	Ja	Print	TV	Radio	Online		Ja	männlich	56-65 Jahre
13	Nein	Nein	Nein		Ja	Print					Nein	männlich	56-65 Jahre
14	Nein	Nein	Nein		Nein	Print					Nein	weiblich	36-45 Jahre
15	Nein	Nein	Nein		Ja	Print					Ja	weiblich	56-65 Jahre
16	Nein	insgesamt weniger als 1 Einheit	Nein	ich forsche zu keinem der angeführten Themen	Nein						Ja	männlich	25-35 Jahre
17	Nein	Nein	Nein		Ja	Print	TV	Radio			Ja	weiblich	46-55 Jahre
18	Nein	Nein	Nein		Ja	Print		Radio	Online		Ja	männlich	36-45 Jahre
19	Nein	Nein	Nein		Nein						Nein	männlich	36-45 Jahre
20	Nein	Nein	Nein		Nein						Nein	männlich	56-65 Jahre
21	Nein	Nein	Nein		Nein						Nein	weiblich	36-45 Jahre
22	Nein	Nein	Nein	ich forsche zu keinem der angeführten Themen	Nein						Nein	weiblich	36-45 Jahre
23	Nein	Nein	Nein		Ja					Keinem der genannten Bereiche	Ja	männlich	46-55 Jahre
24	Nein	Nein	Nein	ich forsche zu keinem der angeführten Themen	Ja			Radio			Nein	weiblich	25-35 Jahre
25	Nein	Nein	Nein		Nein						Nein	männlich	46-55 Jahre
26	Nein	Nein	Nein	ich forsche zu keinem der angeführten Themen	Ja	Print					Ja	weiblich	36-45 Jahre
27	Ja	insgesamt weniger als 1 Einheit	Nein	ich forsche zu keinem der angeführten Themen	Nein						Nein	männlich	56-65 Jahre
28	Nein	Nein	Nein	ich forsche zu keinem der angeführten Themen	Nein						Nein	männlich	46-55 Jahre
29	Nein	Nein	Nein		Ja	Print					Ja	weiblich	älter 65 Jahre
30	Nein	Nein	Nein		Ja	Print					Nein	männlich	36-45 Jahre
31	Nein	Nein	Nein		Ja	Print					Nein	männlich	56-65 Jahre
32	Nein	Nein	Nein		Ja	Print					Nein	männlich	46-55 Jahre
33	Nein	Nein	Nein		Ja	Print					Nein	männlich	älter 65 Jahre
34	Nein	Nein	Nein		Nein		TV				Nein	männlich	älter 65 Jahre
35	Nein	Nein	Nein	ich forsche zu keinem der angeführten Themen	Ja	Print					Ja	männlich	36-45 Jahre
36	Nein	Nein	Nein		Ja	Print		Radio	Online		Nein	männlich	älter 65 Jahre
37	Nein	Nein	Nein	ich forsche zu keinem der angeführten Themen	Ja	Print					Nein	männlich	46-55 Jahre
38	Nein	Nein	Nein	ich forsche zu keinem der angeführten Themen	Nein						Nein	weiblich	46-55 Jahre
39	Ja	insgesamt weniger als 1 Einheit	Nein	ich forsche zu keinem der angeführten Themen	Nein						Nein	männlich	36-45 Jahre
40	Ja	insgesamt weniger als 1 Einheit	Nein	ich forsche zu keinem der angeführten Themen	Ja	Print					Ja	weiblich	36-45 Jahre
41	Nein	Nein	Nein	ich forsche zu keinem der angeführten Themen	Ja	Print					Ja	männlich	56-65 Jahre
42	Nein	Nein	Nein	ich forsche zu keinem der angeführten Themen	Ja	Print					Ja	männlich	46-55 Jahre
43	Nein	Nein	Nein	ich forsche zu keinem der angeführten Themen	Nein						Nein	männlich	46-55 Jahre

➔ Häufigkeiten

Statistiken

Studium

N	Gültig	29
	Fehlend	0

Studium

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Bachelor	13	44,8	44,8	44,8
	Master	16	55,2	55,2	100,0
	Gesamt	29	100,0	100,0	

➔ Häufigkeiten

Statistiken

BachelorPuKw

N	Gültig	16
	Fehlend	13

BachelorPuKw

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Ja	11	37,9	68,8	68,8
	Nein	5	17,2	31,3	100,0
	Gesamt	16	55,2	100,0	
Fehlend	System	13	44,8		
Gesamt		29	100,0		

➔ Häufigkeiten

Statistiken

BachelorUniWien

N	Gültig	16
	Fehlend	13

BachelorUniWien

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Ja	12	41,4	75,0	75,0
	Nein	4	13,8	25,0	100,0
	Gesamt	16	55,2	100,0	
Fehlend	System	13	44,8		
Gesamt		29	100,0		

➔ Kreuztabellen

Zusammenfassung der Fallverarbeitung

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
ECTS * Studium	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%

ECTS * Studium Kreuztabelle

Anzahl

		Studium		Gesamt
		Bachelor	Master	
ECTS	weniger als 45 ECTS	3	3	6
	46-90 ECTS	2	3	5
	91-135 ECTS	4	5	9
	136-180 ECTS	4	5	9
Gesamt		13	16	29

➔ Häufigkeiten

Statistiken

ECTS

N	Gültig	29
	Fehlend	0

ECTS

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	weniger als 45 ECTS	6	20,7	20,7	20,7
	46–90 ECTS	5	17,2	17,2	37,9
	91–135 ECTS	9	31,0	31,0	69,0
	136–180 ECTS	9	31,0	31,0	100,0
	Gesamt	29	100,0	100,0	

➔ Häufigkeiten

Statistiken

Alter

N	Gültig	29
	Fehlend	0

Alter

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	18–23 J	6	20,7	20,7	20,7
	24–29 J	19	65,5	65,5	86,2
	30–35 J	3	10,3	10,3	96,6
	36–41 J	1	3,4	3,4	100
	Gesamt	29	100,0	100,0	

Zum Ak
doppel

Zusammenfassung der Fallverarbeitung

	Gültig		Fälle Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
	ECTS * Presserat Antwort richtig	26	89,7%	3	10,3%	29

ECTS * Presserat Antwort richtig Kreuztabelle

Anzahl

		Presserat Antwort richtig					Gesamt
		1	2	3	4	5	
ECTS	weniger als 45 ECTS	1	3	1	1	0	6
	46-90 ECTS	0	1	3	0	0	4
	91-135 ECTS	0	3	4	1	0	8
	136-180 ECTS	2	1	3	1	1	8
Gesamt		3	8	11	3	1	26

→ Kreuztabellen

Zusammenfassung der Fallverarbeitung

	Gültig		Fälle Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
	ECTS * Pressekodex Antwort richtig	27	93,1%	2	6,9%	29

ECTS * Pressekodex Antwort richtig Kreuztabelle

Anzahl

		Pressekodex Antwort richtig								Gesamt
		1	2	3	4	5	6	7	8	
ECTS	weniger als 45 ECTS	1	0	0	0	1	0	2	1	5
	46-90 ECTS	0	0	2	0	0	1	1	1	5
	91-135 ECTS	1	1	0	0	2	2	0	3	9
	136-180 ECTS	0	2	0	1	2	2	1	0	8
Gesamt		2	3	2	1	5	5	4	5	27

Statistiken

Werthergehörtgelesen_umcodiert

N	Gültig	29
	Fehlend	0

Werthergehörtgelesen_umcodiert

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Ja	20	69,0	69,0	69,0
	Nein	9	31,0	31,0	100,0
	Gesamt	29	100,0	100,0	

➔ Kreuztabellen

Zusammenfassung der Fallverarbeitung

	Gültig		Fälle Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
ECTS * Werthergehörtgelesen_u mcodiert	29	100,0%	0	0,0%	29	100,0%

ECTS * Werthergehörtgelesen_umcodiert Kreuztabelle

Anzahl

		Werthergehörtgelesen_umcodiert		Gesamt
		Ja	Nein	
ECTS	weniger als 45 ECTS	4	2	6
	46-90 ECTS	4	1	5
	91-135 ECTS	4	5	9
	136-180 ECTS	8	1	9
Gesamt		20	9	29

➔ Kreuztabellen

Zusammenfassung der Fallverarbeitung

	Gültig		Fälle Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
	Studium * Werthergehörtgelesen_u mcodiert	29	100,0%	0	0,0%	29

Studium * Werthergehörtgelesen_umcodiert Kreuztabelle

Anzahl

		Werthergehörtgelesen_umcodiert		Gesamt
		Ja	Nein	
Studium	Bachelor	8	5	13
	Master	12	4	16
Gesamt		20	9	29

➔ Kreuztabellen

Zusammenfassung der Fallverarbeitung

	Gültig		Fälle Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
	ECTS * DefinitionWertherkorrek twissen_umcodiert	20	69,0%	9	31,0%	29

ECTS * DefinitionWertherkorrektwissen_umcodiert Kreuztabel...

Anzahl

		DefinitionWertherkorrektwissen_umcodiert			Gesamt
		richtig	falsch	weiß nicht	
ECTS	weniger als 45 ECTS	2	2	0	4
	46-90 ECTS	2	1	1	4
	91-135 ECTS	3	1	0	4
	136-180 ECTS	5	3	0	8
Gesamt		12	7	1	20

➔ Häufigkeiten

Statistiken

Papagenogehörtgelesen_umcodiert

N	Gültig	29
	Fehlend	0

Papagenogehörtgelesen_umcodiert

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Ja	19	65,5	65,5	65,5
	Nein	10	34,5	34,5	100,0
	Gesamt	29	100,0	100,0	

➔ Kreuztabellen

Zusammenfassung der Fallverarbeitung

	Gültig		Fälle Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
	Studium * Papagenogehörtgelesen _umcodiert	29	100,0%	0	0,0%	29

Studium * Papagenogehörtgelesen_umcodiert Kreuztabelle

Anzahl

		Papagenogehörtgelesen_umc odiert		Gesamt
		Ja	Nein	
Studium	Bachelor	8	5	13
	Master	11	5	16
Gesamt		19	10	29

➔ Häufigkeiten

Statistiken

DefinitionPapagenokorrektwissen_umcodiert

N	Gültig	19
	Fehlend	10

DefinitionPapagenokorrektwissen_umcodiert

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Ja	8	27,6	42,1	42,1
	Nein	11	37,9	57,9	100,0
	Gesamt	19	65,5	100,0	
Fehlend	System	10	34,5		
Gesamt		29	100,0		

➔ Häufigkeiten

Statistiken

Medienempfehlunggehörtgelesen_umcodiert

N	Gültig	29
	Fehlend	0

Medienempfehlunggehörtgelesen_umcodiert

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Ja	24	82,8	82,8	82,8
	Nein	5	17,2	17,2	100,0
	Gesamt	29	100,0	100,0	

➔ Kreuztabellen

Zusammenfassung der Fallverarbeitung

	Gültig		Fälle Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
	Studium * Medienempfehlunggehörtgelesen_umcodiert	29	100,0%	0	0,0%	29

Studium * Medienempfehlunggehörtgelesen_umcodiert Kreuztabelle

Anzahl

		Medienempfehlunggehörtgelesen_umcodiert		Gesamt
		Ja	Nein	
Studium	Bachelor	10	3	13
	Master	14	2	16
Gesamt		24	5	29

➔ Kreuztabellen

Zusammenfassung der Fallverarbeitung

	Gültig		Fälle Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
	ECTS * Medienempfehlunggehörtgelesen_umcodiert	29	100,0%	0	0,0%	29

ECTS * Medienempfehlunggehörtgelesen_umcodiert Kreuztabelle

Anzahl

		Medienempfehlunggehörtgelesen_umcodiert		Gesamt
		Ja	Nein	
ECTS	weniger als 45 ECTS	5	1	6
	46-90 ECTS	4	1	5
	91-135 ECTS	8	1	9
	136-180 ECTS	7	2	9
Gesamt		24	5	29

Zusammenfassung der Fallverarbeitung

	Gültig		Fälle Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
ECTS * Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung richtig beantwortet	23	79,3%	6	20,7%	29	100,0%

ECTS * Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung richtig beantwortet Kreuztabelle

Anzahl

		Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung richtig beantwortet		Gesamt
		Ja	Nein	
ECTS	weniger als 45 ECTS	2	3	5
	46-90 ECTS	2	2	4
	91-135 ECTS	4	3	7
	136-180 ECTS	5	2	7
Gesamt		13	10	23

➔ Häufigkeiten

Statistiken

Begriff laut Medienempfehlung_umcodiert

N	Gültig	22
	Fehlend	7

Begriff laut Medienempfehlung_umcodiert

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Suizid	18	62,1	81,8	81,8
	Selbstmord	1	3,4	4,5	86,4
	kein Begriff	1	3,4	4,5	90,9
	weiß ich nicht	2	6,9	9,1	100,0
	Gesamt	22	75,9	100,0	
Fehlend	System	7	24,1		
Gesamt		29	100,0		

➔ Kreuztabellen

Zusammenfassung der Fallverarbeitung

	Fälle					
	Gültig		Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
ECTS * Begriff laut Medienempfehlung_umcodiert	22	75,9%	7	24,1%	29	100,0%

ECTS * Begriff laut Medienempfehlung_umcodiert Kreuztabelle

Anzahl

		Begriff laut Medienempfehlung_umcodiert				Gesamt
		Suizid	Selbstmord	kein Begriff	weiß ich nicht	
ECTS	weniger als 45 ECTS	4	0	0	0	4
	46-90 ECTS	4	0	0	0	4
	91-135 ECTS	5	0	1	2	8
	136-180 ECTS	5	1	0	0	6
Gesamt		18	1	1	2	22

➔ Kreuztabellen

Zusammenfassung der Fallverarbeitung

	Gültig		Fälle Fehlend		Gesamt	
	N	Prozent	N	Prozent	N	Prozent
Studium * Begriff laut Medienempfehlung_umcodiert	22	75,9%	7	24,1%	29	100,0%

Studium * Begriff laut Medienempfehlung_umcodiert Kreuztabelle

Anzahl

		Begriff laut Medienempfehlung_umcodiert				Gesamt
		Suizid	Selbstmord	kein Begriff	weiß ich nicht	
Studium	Bachelor	7	1	0	1	9
	Master	11	0	1	1	13
Gesamt		18	1	1	2	22

Selbsteinschätzung Presserat

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	sehr gut	2	6,9	7,4	7,4
	gut	14	48,3	51,9	59,3
	etwas	10	34,5	37,0	96,3
	gar nicht	1	3,4	3,7	100,0
	Gesamt	27	93,1	100,0	
Fehlend	System	2	6,9		
Gesamt		29	100,0		

Häufigkeitstabelle

Selbsteinschätzung Pressekodex

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	sehr gut	1	3,4	3,7	3,7
	gut	9	31,0	33,3	37,0
	etwas	17	58,6	63,0	100,0
	Gesamt	27	93,1	100,0	
Fehlend	System	2	6,9		
Gesamt		29	100,0		

Selbsteinschätzung Werther

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	sehr gut	12	41,4	44,4	44,4
	gut	4	13,8	14,8	59,3
	etwas	4	13,8	14,8	74,1
	gar nicht	7	24,1	25,9	100,0
	Gesamt	27	93,1	100,0	
Fehlend	System	2	6,9		
Gesamt		29	100,0		

Selbsteinschätzung Papageno

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	sehr gut	9	31,0	33,3	33,3
	gut	7	24,1	25,9	59,3
	etwas	3	10,3	11,1	70,4
	gar nicht	8	27,6	29,6	100,0
	Gesamt	27	93,1	100,0	
Fehlend	System	2	6,9		
Gesamt		29	100,0		

Selbsteinschätzung Medienempfehlunge

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	sehr gut	9	31,0	33,3	33,3
	gut	8	27,6	29,6	63,0
	etwas	9	31,0	33,3	96,3
	gar nicht	1	3,4	3,7	100,0
	Gesamt	27	93,1	100,0	
Fehlend	System	2	6,9		
Gesamt		29	100,0		

Selbsteinschätzung Auswirkungen

Selbsteinschätzung Auswirkungen Suizidberichterstattung

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	sehr gut	8	27,6	29,6	29,6
	gut	8	27,6	29,6	59,3
	etwas	7	24,1	25,9	85,2
	gar nicht	4	13,8	14,8	100,0
	Gesamt	27	93,1	100,0	
Fehlend	System	2	6,9		
Gesamt		29	100,0		

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
	Studierst du Pukw	Bachelor/Master Studium	Bachelor ebenfalls in Pukw	Bachelor ebenfalls an Uni Wien	ECTS	Semester	Wahlfach Journalismus	Arbeit im Bereich Journalismus	Bereich Journalismus	Inhalte des Pressekodex	behandelte Themen	behandelte Themen
1	Ja	Ich studiere Pukw im Bachelor	Ja	Nein	91-135 ECTS	5 Ja	Nein	Nein		Inhalte des Pressekodex	behandelte Themen	behandelte Themen
2	Ja	Ich studiere Pukw im Bachelor	Ja	Nein	46-90 ECTS	4 Nein	Nein	Nein		Inhalte des Pressekodex	Aufgaben des Presserat	Werther Effekt
3	Ja	Ich studiere Pukw im Bachelor	Ja	Nein	91-135 ECTS	4 Ja	Nein	Nein		Inhalte des Pressekodex	Aufgaben des Presserat	Werther Effekt
4	Ja	Ich studiere Pukw im Bachelor	Ja	Nein	46-90 ECTS	3 Nein	Nein	Nein		Inhalte des Pressekodex	Aufgaben des Presserat	Werther Effekt
5	Ja	Ich studiere Pukw im Bachelor	Ja	Nein	136-180 ECTS	6 Nein	Nein	Nein		Inhalte des Pressekodex	Aufgaben des Presserat	Werther Effekt
6	Ja	Ich studiere Pukw im Master	Ja	Nein	weniger als 45 ECTS	3 Nein	Nein	Nein		Inhalte des Pressekodex	Aufgaben des Presserat	Werther Effekt
7	Ja	Ich studiere Pukw im Bachelor	Ja	Nein	weniger als 45 ECTS	1 Nein	Nein	Nein		Inhalte des Pressekodex	Aufgaben des Presserat	Werther Effekt
8	Ja	Ich studiere Pukw im Master	Ja	Nein	weniger als 45 ECTS	3 Nein	Nein	Nein		Inhalte des Pressekodex	Aufgaben des Presserat	Werther Effekt
9	Ja	Ich studiere Pukw im Bachelor	Nein	Nein	91-135 ECTS	9 Nein	Nein	Nein			Aufgaben des Presserat	Werther Effekt
10	Ja	Ich studiere Pukw im Master	Nein	Nein	91-135 ECTS	6 Ja	Nein	Nein		Inhalte des Pressekodex	Aufgaben des Presserat	Werther Effekt
11	Ja	Ich studiere Pukw im Bachelor	Nein	Nein	46-90 ECTS	2 Nein	Nein	Nein		Inhalte des Pressekodex	Aufgaben des Presserat	Werther Effekt
12	Ja	Ich studiere Pukw im Master	Nein	Nein	46-90 ECTS	4 Nein	Nein	Nein		Inhalte des Pressekodex	Aufgaben des Presserat	Werther Effekt
13	Ja	Ich studiere Pukw im Master	Ja	Nein	136-180 ECTS	4 Nein	Nein	Nein			Aufgaben des Presserat	Werther Effekt
14	Ja	Ich studiere Pukw im Master	Ja	Nein	136-180 ECTS	4 Nein	Nein	Nein			Aufgaben des Presserat	Werther Effekt
15	Ja	Ich studiere Pukw im Bachelor	Nein	Nein	136-180 ECTS	6 Ja	Nein	Ja	Print	Inhalte des Pressekodex	Aufgaben des Presserat	Werther Effekt
16	Ja	Ich studiere Pukw im Master	Nein	Nein	136-180 ECTS	5 Nein	Nein	Nein		Inhalte des Pressekodex	Aufgaben des Presserat	Werther Effekt
17	Ja	Ich studiere Pukw im Master	Ja	Nein	weniger als 45 ECTS	3 Nein	Nein	Ja	Online	Inhalte des Pressekodex	Aufgaben des Presserat	Werther Effekt
18	Ja	Ich studiere Pukw im Bachelor			136-180 ECTS	6 Nein	Nein	Nein		Inhalte des Pressekodex	Aufgaben des Presserat	Werther Effekt
19	Ja	Ich studiere Pukw im Bachelor			weniger als 45 ECTS	2 Nein	Nein	Nein		Inhalte des Pressekodex	Aufgaben des Presserat	Werther Effekt
20	Ja	Ich studiere Pukw im Master	Ja	Nein	91-135 ECTS	4 Nein	Nein	Nein		Inhalte des Pressekodex	Aufgaben des Presserat	Werther Effekt
21	Ja	Ich studiere Pukw im Master	Nein	Nein	46-90 ECTS	3 Nein	Nein	Nein		Inhalte des Pressekodex	Aufgaben des Presserat	Werther Effekt
22	Ja	Ich studiere Pukw im Bachelor	Nein	Nein	136-180 ECTS	6 Ja	Nein	Nein		Inhalte des Pressekodex	Aufgaben des Presserat	Werther Effekt
23	Ja	Ich studiere Pukw im Bachelor	Ja	Nein	136-180 ECTS	10 Nein	Nein	Nein		Inhalte des Pressekodex	Aufgaben des Presserat	Werther Effekt
24	Ja	Ich studiere Pukw im Master	Ja	Nein	weniger als 45 ECTS	2 Nein	Nein	Nein		Inhalte des Pressekodex	Aufgaben des Presserat	Werther Effekt
25	Ja	Ich studiere Pukw im Bachelor	Nein	Nein	136-180 ECTS	6 Ja	Nein	Nein		Inhalte des Pressekodex	Aufgaben des Presserat	Werther Effekt
26	Ja	Ich studiere Pukw im Bachelor	Nein	Nein	136-180 ECTS	6 Ja	Nein	Ja	Online	Inhalte des Pressekodex	Aufgaben des Presserat	Werther Effekt
27	Ja	Ich studiere Pukw im Master	Nein	Nein	91-135 ECTS	4 Nein	Nein	Ja	TV	Inhalte des Pressekodex	Aufgaben des Presserat	Werther Effekt
28	Ja	Ich studiere Pukw im Master	Ja	Nein	91-135 ECTS	5 Nein	Nein	Nein		Inhalte des Pressekodex	Aufgaben des Presserat	Werther Effekt
29	Ja	Ich studiere Pukw im Master	Ja	Nein	136-180 ECTS	11 Nein	Nein	Nein		Inhalte des Pressekodex	Aufgaben des Presserat	Werther Effekt
30	Ja	Ich studiere Pukw im Master	Ja	Nein	91-135 ECTS	9 Ja	Nein	Nein		Inhalte des Pressekodex	Aufgaben des Presserat	Werther Effekt

	M	N	O	P	Q	R	S	T
	behandelte Themen	behandelte Themen	behandelte Themen	Selbsteinschätzung Presssekodex	Selbsteinschätzung Presserat	Selbsteinschätzung Werther	Selbsteinschätzung Papapago	Selbsteinschätzung Medienempfehlung
1	behandelte Themen	behandelte Themen	behandelte Themen	etwas	etwas	gut	sehr gut	gar nicht
2	Papapago Effekt			gut	gut	etwas	etwas	etwas
3	Papapago Effekt			etwas	gar nicht	sehr gut	gut	sehr gut
4	Papapago Effekt			gut	gut	gar nicht	gar nicht	etwas
5				etwas	etwas	sehr gut	gut	gut
6	Papapago Effekt	Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung		gut	gut	gar nicht	gar nicht	etwas
7				etwas	sehr gut	gut	gut	gut
8	Papapago Effekt	Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung	keines der angeführten Themen	etwas	etwas	gar nicht	gar nicht	etwas
9				etwas	etwas	gar nicht	gar nicht	etwas
10				etwas	etwas	sehr gut	sehr gut	etwas
11				etwas	gut	sehr gut	sehr gut	etwas
12	Papapago Effekt	Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung		gut	gut	sehr gut	sehr gut	sehr gut
13	Papapago Effekt	Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung		etwas	etwas	sehr gut	sehr gut	gut
14			keines der angeführten Themen	etwas	etwas	etwas	etwas	etwas
15				sehr gut	gut	sehr gut	etwas	sehr gut
16	Papapago Effekt	Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung		etwas	gut	sehr gut	sehr gut	etwas
17	Papapago Effekt	Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung		etwas	etwas	sehr gut	sehr gut	gut
18	Papapago Effekt	Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung		etwas	etwas	gar nicht	etwas	etwas
19				gut	sehr gut	gar nicht	gar nicht	etwas
20				etwas	gut	etwas	gar nicht	etwas
21	Papapago Effekt	Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung		etwas	etwas	gut	gut	gut
22	Papapago Effekt	Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung		etwas	gut	etwas	gut	sehr gut
23	Papapago Effekt	Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung		etwas	etwas	sehr gut	sehr gut	sehr gut
24				gut	gut	etwas	gar nicht	gut
25				etwas	etwas	sehr gut	sehr gut	sehr gut
26	Papapago Effekt	Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung		gut	gut	gut	sehr gut	sehr gut
27				gut	gut	sehr gut	sehr gut	gut
28	Papapago Effekt	Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung		etwas	etwas	gar nicht	gar nicht	gut
29	Papapago Effekt	Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung		etwas	etwas	gut	gut	gut
30	Papapago Effekt	Medienempfehlungen zur Suizidberichterstattung		gut	gut	sehr gut	sehr gut	sehr gut

U		V		W		X		Y		Z		AA		AB	
Selbsteinschätzung Auswirkung Suizidberichterstattung		Presserat Antwort richtig	Presserat Antwort falsch	Presserat Antwort richtig	Presserat Antwort falsch	Presserat Antwort vergessen	Presserat Antwort weiß nicht	Presserat Antwort richtig	Presserat Antwort falsch	Presserat Antwort vergessen	Presserat Antwort weiß nicht	Presserat Antwort richtig	Presserat Antwort falsch	Presserat Antwort vergessen	Presserat Antwort weiß nicht
1	gar nicht	3	0	0	2	2	8	2	3	2	8	2	4		
2	etwas						100				3	1	9		
3	gut						100				2	1	10		
4	gar nicht	2	1	1	3	3	3	2	10	2	3	2	10		
5	gar nicht						100				1	0	10		
6	gut										1	0			
7	etwas	2	0	0	4	4					7	2	5		
8	gut	1	0	0	3	3					6	1	6		
9		2	1	1	1	1					8	1	4		
10	etwas	4	0	0	2	2					7	0	4		
11	gut	3	0	0	2	2					8	0	4		
12	sehr gut	3	0	0	2	2					7	0	5		
13	gut	3	0	0	4	4					2	0	10		
14		1	0	0	2	2					8	0	4		
15	sehr gut	3	0	0	2	2					4	1	8		
16	gut	3	0	0	1	1					7	0	5		
17	gut	4	0	0	3	3					5	0	7		
18	gar nicht	2	0	0	2	2					8	0	4		
19	etwas	3	0	0	3	3					5	0	7		
20	gar nicht	2	1	1	3	3					8	0	4		
21	gut	3	0	0	2	2					7	0	5		
22	sehr gut	1	1	1	4	4					6	1	6		
23	sehr gut	5	0	0	0	0					2	0	10		
24	etwas	2	2	2	3	3					6	1	6		
25	sehr gut	3	0	0	2	2					5	0	7		
26	sehr gut	3	0	0	2	2					7	1	5		
27	etwas	3	0	0	2	2					6	1	6		
28	etwas	2	0	0	3	3					1	0	11		
29	sehr gut	4	0	0	1	1					6	0	6		
30	sehr gut	2	1	1	3	3					5	1	7		

AC	AD	AE	AF	AG	AH	AI	AJ
Pressekodex Antwort weiß nicht	Werther gehört/gelesen	Definition Werther korrekt wissen	Papageno gehört/gelesen	Definition Papageno korrekt wissen	Medienempfehlungen gehört/gelesen	Medienempfehlungen korrekte Antworten	Medienempfehlungen falsche Antworten
Ja	Ja	nein	Ja	nein	Ja	2	1
Ja	Nein	weiß nicht gewählt	Ja	nein	Ja	3	2
Nein	Nein		Ja	nein	Ja	2	1
100 Ja	Nein	ja	Nein	nein	Nein		
100 Ja	Nein	ja	Ja	ja	Ja	3	0
Ja	Nein	ja	Nein	ja	Nein		
Ja	Nein	ja	Ja	ja	Ja	2	0
Nein	Nein		Nein	nein	Ja	2	1
Ja	Nein	ja	Nein	nein	Ja	3	0
Ja	Nein	ja	Ja	nein	Nein		
Ja	Nein	ja	Ja	nein	Ja	3	0
Ja	Nein	ja	Ja	ja	Ja	2	0
Ja	Nein	nein	Ja	ja	Ja	3	0
Ja	Nein	ja	Ja	ja	Ja	3	0
Nein	Nein		Nein	nein	Ja	1	1
Nein	Nein		Nein	nein	Nein		
Ja	Nein	ja	Ja	nein	Ja	3	0
Ja	Nein	ja	Ja	ja	Ja	2	0
Ja	Nein	nein	Ja	ja	Ja	3	0
Ja	Nein	ja	Ja	ja	Ja	3	0
Nein	Nein		Nein	nein	Ja	1	1
Nein	Nein		Nein	nein	Nein		
Ja	Nein	nein	Ja	nein	Ja	3	0
Ja	Nein	nein	Ja	nein	Ja	0	1
Ja	Nein	ja	Ja	ja	Ja	3	0
Ja	Nein	nein	Nein	nein	Ja	3	0
Ja	Nein	nein	Ja	nein	Nein		
Nein	Nein	ja	Nein	nein	Ja	3	0
Ja	Nein	ja	Ja	nein	Ja	3	0
Ja	Nein	ja	Ja	ja	Ja	3	0
Ja	Nein	ja	Ja	ja	Ja	3	0
Nein	Nein		Nein	nein	Ja	1	1
Nein	Nein		Nein	nein	Nein		
Ja	Nein	nein	Ja	nein	Ja	3	0
Ja	Nein	nein	Ja	nein	Ja	0	1
Ja	Nein	ja	Ja	ja	Ja	3	0
Ja	Nein	nein	Nein	nein	Ja	3	0
Ja	Nein	nein	Ja	nein	Nein		
Nein	Nein	ja	Nein	nein	Ja	3	0
Ja	Nein	ja	Ja	nein	Ja	3	0
Ja	Nein	ja	Ja	ja	Ja	3	0

	AK	AL	AM
1	Begriff laut Medienempfehlung	Geschlecht	Alter
2	wenn berichtet wird sollte das Wort Suizid verwendet werden	weiblich	24-29 Jahre
3	wenn berichtet wird sollte das Wort Suizid verwendet werden	weiblich	24-29 Jahre
4	wenn berichtet wird sollte das Wort Suizid verwendet werden	divers	24-29 Jahre
5		männlich	24-29 Jahre
6	wenn berichtet wird sollte das Wort Suizid verwendet werden	weiblich	24-29 Jahre
7		weiblich	18-23 Jahre
8	wenn berichtet wird sollte das Wort Suizid verwendet werden	weiblich	24-29 Jahre
9	wenn berichtet wird sollte das Wort Selbsttötung verwendet werden	weiblich	24-29 Jahre
10	keiner der Begriffe sollte verwendet werden	weiblich	24-29 Jahre
11	weiß ich nicht	weiblich	18-23 Jahre
12	wenn berichtet wird sollte das Wort Suizid verwendet werden	weiblich	24-29 Jahre
13	wenn berichtet wird sollte das Wort Suizid verwendet werden	weiblich	24-29 Jahre
14		weiblich	24-29 Jahre
15	wenn berichtet wird sollte das Wort Suizid verwendet werden	weiblich	30-35 Jahre
16	wenn berichtet wird sollte das Wort Freitod verwendet werden	weiblich	24-29 Jahre
17	wenn berichtet wird sollte das Wort Suizid verwendet werden	männlich	24-29 Jahre
18	wenn berichtet wird sollte das Wort Suizid verwendet werden	männlich	24-29 Jahre
19	wenn berichtet wird sollte das Wort Suizid verwendet werden	weiblich	18-23 Jahre
20		männlich	30-35 Jahre
21	wenn berichtet wird sollte das Wort Suizid verwendet werden	männlich	36-41 Jahre
22	wenn berichtet wird sollte das Wort Selbstmord verwendet werden	männlich	24-29 Jahre
23	wenn berichtet wird sollte das Wort Suizid verwendet werden	weiblich	24-29 Jahre
24	wenn berichtet wird sollte das Wort Suizid verwendet werden	weiblich	24-29 Jahre
25		weiblich	18-23 Jahre
26	wenn berichtet wird sollte das Wort Suizid verwendet werden	weiblich	18-23 Jahre
27	weiß ich nicht	weiblich	18-23 Jahre
28	wenn berichtet wird sollte das Wort Suizid verwendet werden	weiblich	24-29 Jahre
29	wenn berichtet wird sollte das Wort Suizid verwendet werden	männlich	24-29 Jahre
30	wenn berichtet wird sollte das Wort Suizid verwendet werden	weiblich	30-35 Jahre