

## Summary

Hans-Bernd Brosius/Walther Ziegler: Mass media and suicide: Practical consequences of the „Werther-Effekt“ (Werther effect)

In many studies of the Werther effect in the last 30 years, nearly every conceivable kind of imitated suicide after TV- and newspaper reports has been evaluated. Unfortunately, in Germany, no effort has been made to make use of this information to evaluate practical instructions given to journalists for the avoidance of the Werther effect in future situations. In reviewing the literature, the consequences of this neglect become immediately obvious. Reports of suicide must avoid any concrete description of methods and places. Further they never should appear on the front-pages (no suicide-headlines) of newspapers and they should never provide even simple explanations of the motives (romantisation, heroisation) of the suicide. These - from a medical point of view - necessary demands bring journalists in a paradoxical situation. The reporters have to report vividly about an event, about which they shouldn't publish any concrete details. The answer to the classic professional standard questions „who did what, when, in which way and why?“ is suddenly taboo. A further problem is the fact that suicide stories are a selling factor that journalists have to follow the dictates of the market. Our paper discusses these problems, shows alternatives for practical instructions for the making of suicide reports and gives an outline for the creation of the first media-guide in Germany.

Lars Rademacher: „Show Me Who You Really Are ...“ – What We See When We Watch Big Brother – Seven Interpretations of a Media Event

In the past months discussions about the media event „Big Brother“ have been very emotional. Many commentators and politicians saw an urgent need for action recommending to ban the show altogether. The lack of objective arguments shows that the format of „Big Brother“ is considered a break of taboos causing shock and outrage. On this basis, the following article presents seven possible readings of the show ranging from anthropological and sociological aspects to a complex genre analysis. These interpretations reinforce the basic assumption that „Big Brother“ cannot be defined unambiguously due to the various perspectives construed. Therefore, the show is a precise reflection of adolescent's state of identity between a loss of orientation and strive for experience at the begin of the new millennium.

## Autorinnen und Autoren dieses Heftes

*Prof. Dr. Bernd Blöbaum* war Redakteur bei einer Tageszeitung und vertritt derzeit den Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft/Journalistik an der Universität Bamberg.

*Dr. Hans-Bernd Brosius* ist seit 1996 Professor am Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität München. Er ist Vorsitzender der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK) und Leiter des Medien-Instituts Ludwigsafen.

*Dr. Matthias Kohring* ist wissenschaftlicher Assistent am Lehrstuhl „Grundlagen der medialen Kommunikation und der Medienwirkung“, Bereich Medienwissenschaft der Fakultät für Sozial- und Verhaltenswissenschaften an der Friedrich-Schiller-Universität Jena.

*Matthias Kopp* ist Leiter des Referats Presse/Verlagswesen in der Zentralstelle Medien der Deutschen Bischofskonferenz in Bonn und Geschäftsführer des Katholischen Kinder- und Jugendbuchpreises.

*Kardinal DDr. Karl Lehmann* ist Bischof von Mainz und Vorsitzender der Deutschen Bischofskonferenz.

*Dr. Humberto R. Maturana* arbeitet als Professor für Biologie und treibt die Philosophie des Erkennens auf naturwissenschaftlicher Grundlage voran: Er ist Leiter des von ihm gegründeten Laboratoriums für experimentelle Erkenntnistheorie und Biologie der Erkenntnis an der Universität von Santiago de Chile.

*Dr. habil. Frank Marcinkowski* ist Privatdozent für Politikwissenschaft an der Gerhard-Mercator-Universität Duisburg und Forschungsbeauftragter im Fachbereich Politik- und Kommunikationswissenschaft am Liechtenstein-Institut, BERN (Liechtenstein); im Sommersemester 2001 lehrt er im Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich.

*Dr. Bernhard Pörksen* arbeitet als Journalist in Hamburg sowie als wissenschaftlicher Mitarbeiter in der Kommunikations- und Sprachwissenschaft an der Universität Greifswald.

*Lars Rademacher M.A.* arbeitet als Journalist und Kommunikationsberater in Hannover; er lehrt nebenberuflich Medienethik und Integrierte Kommunikation an den Fachhochschulen Osnabrück und Hannover und promoviert im Fach Medienwissenschaften an der Universität Siegen.

*Mag. Dr. Stefan Weber* ist APART-Stipendiat der Österreichischen Akademie der Wissenschaften (2000 bis 2003); er arbeitet in verschiedenen Forschungsprojekten im Kontext von Medienphilosophie und Journalismusforschung.

*Dr. Walther Ziegler* ist Leiter des Fachbereiches Politik und Gesellschaft an der Münchner Volkshochschule (MVHS) sowie Mitarbeiter des BMBF-Großforschungsprojekts „Kompetenznetz Depression“.

# Impressum

## Herausgeber

Prof. Dr. Franz-Josef Eilers svd, Divine Word Seminary, Tagaytay City 4120, Philippinen; Prof. Dr. Michael Schmolke, Universität Salzburg, Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft, Rudolfskai 42, A-5020 Salzburg; Dr. hc. Karl R. Höller, Karl-Friedrich-Str. 76, D-52072 Aachen; Dr. Reinhold Jacobi, Zentralstelle Medien der Deutschen Bischofskonferenz, Kaiserstr. 163, D-53113 Bonn

## Redaktionsbeirat

Prof. Dr. Louis Bosshart (Universität Fribourg); Prof. Dr. Giso Deussen (DeutschlandRadio); Prof. Dr. Joan Hemels (Universität Amsterdam); Prof. Dr. Walter Hömberg (Katholische Universität Eichstätt); Dr. Michael Krzeminski (Universität Siegen); Prof. Dr. Rolf Zerfaß (Universität Würzburg)

## Redaktion

Prof. Dr. Dr. Helmuth Rolfes; Wiss. Mitarb. Ludger Verst; Dipl.-Theol. Susanne Haverkamp M.A. (Literatur-Rundschau); Dr. Ferdinand Oertel (Berichte/Dokumentation/Chronik); Dipl.-Theol. Matthias Kopp (Berichte/Dokumentation/Chronik)

## Anschrift der Redaktion

Communicatio Socialis, Redaktion, Universität/Gesamthochschule Kassel, Fachgruppe Theologie, Diagonale 9, D-34127 Kassel, E-mail: cmbrandt@uni-kassel.de

## Verlag und Anzeigenverwaltung

Matthias-Grünewald-Verlag GmbH, Max-Hufschmidt-Str. 4a, D-55130 Mainz, Tel.: 06131/92860 · Fax: 06131/928626 · E-mail: mail@gruenewaldverlag.de · Internet: <http://members.aol.com/matthgruen>

## Bezugsbedingungen

Die Zeitschrift erscheint vierteljährlich. Einzelheft DM 20,-- / SFr 20,-- / ATS 146,--. Jahresabonnement DM 68,-- / SFr 68,-- / ATS 496,--. Studentenabonnement DM 54,-- / SFr 54,-- / ATS 394,--, jeweils zuzüglich Zustellgebühr. Bestellungen für Deutschland bitte an den Matthias-Grünewald-Verlag, Postfach 3080, 55020 Mainz. Für Österreich: Verlag Herder, Wollzeile 33, A-1010 Wien. Für die Schweiz: Herder AG Basel, Muttenerstr. 109, CH-4133 Pratteln 1. Das Abonnement gilt als um ein Jahr verlängert, wenn die Kündigung nicht bis 6 Wochen vor Jahresende erfolgt. Mit Namen gekennzeichnete Beiträge geben nicht unbedingt die Meinung der Herausgeber wieder. Unverlangte Manuskripte werden nur zurückgesandt, wenn Rückporto beiliegt. Nicht angeforderte Besprechungsstücke werden nicht zurückgesandt. Reproduktion nur mit Genehmigung von Redaktion und Verlag. Für eventuelle Nachdrucke stellt die Redaktion gern die Verbindung zu den Autoren her.