

Ist Selbstmord ansteckend?

- Auswirkungen medialer Berichterstattung zum Thema Suizid -

Friedemann Schneider

Pro Scientia Treffen Innsbruck, 21.04.16

Das folgende Handout dient ausschließlich der Zusammenfassung wesentlicher Punkte des Vortrages vom 21.04.16 und stellt keine wissenschaftlich-akademische Arbeit dar.

Die 1774 veröffentlichten *Leiden des jungen Werthers* waren Johann Wolfgang Goethes größter Publikumserfolg. Dem Briefroman gelang es besonders anschaulich und empathisch die unglückliche romantische Beziehung zwischen Werther und Lotte darzustellen. Deren Scheitern gipfelt in Werthers Selbstmord, welcher nicht mehr als Sünde tabuisiert wurde, sondern als „Freytod“.

In der Folgezeit wurde Goethes Werther für eine Reihe von Suiziden verantwortlich gemacht, in manchen europäischen Regionen wie zum Beispiel Leipzig, Kopenhagen oder Mailand wurde das Buch sogar verboten. Wissenschaftlich begann man sich ab 1974 diesem Phänomen zu nähern.

Goethes Briefroman war ein erster „medialer Induktor“, in einer Zeit deutlich erweiterter Mediennutzung wurde dieser Nachahmungseffekt breiter gedacht und auch auf andere Medien bezogen.

Der amerikanische Soziologe David Philipps stellte als erster einen Zusammenhang zwischen der Berichterstattung über Suizide prominenter Personen und der allgemeinen Suizidrate in der Bevölkerung dar und verwendete dafür in Anlehnung an Goethes Werther den Begriff *Werther-Effekt*.

Dieser Nachahmungseffekt gilt mittlerweile wissenschaftlich als statistisch belegbares Phänomen, welches unter anderem mit Imitations- und Ansteckungs-Hypothesen, Enthemmungs-Effekten und Suggestions-Theorien erklärt wurde. Dieser könne bei Unentschlossenen im so genannten „Präsuizidalen Syndrom“ dazu führen, dass verstärkt Suizid als geeignete Möglichkeit angesehen werde.

Dem Werther-Effekt wird der Papageno-Effekt gegenüber gestellt, benannt nach der Kunstfigur Papageno aus Mozarts "Zauberflöte", welcher eine suizidale Krise bewältigen musste. Er wird jedoch in letzter Minute durch die "drei Knaben" davon überzeugt, dass er die Kraft hat, seine geliebte Papagena für sich zu gewinnen.

Dieses Überzeugende, Stärkende scheint auch medial vermittelbar zu sein. Berichterstattung über konstruktive Krisenbewältigung könne einen durchaus positiven Effekt auf gefährdete Menschen haben, bestätigte zuletzt 2010 eine Forschungsgruppe der Med Uni Wien.

Verstärkt wird der Immitationseffekt durch Erhöhung der Aufmerksamkeit, zum Beispiel durch Positionierung des Berichts auf der Titelseite, durch sensationserregende Überschriften, oder spektakuläre Sprache und Darstellung. Auch durch besonders detaillierte Berichterstattung (Details zur Person, Details zur Suizidmethode, Details zu Suizidort, Details zur Suizidhandlung) kommt es zu einer Verstärkung des Immitationseffekts. Hierbei kollidieren, insbesondere bei bekannten Persönlichkeiten, öffentliches Interesse und Suizidprävention. Verschiedenste Institutionen haben deswegen Leitlinien entwickelt, die einen verantwortungsvollen Journalismus gewährleisten sollen.

In Wien führte die Anwendung einer solchen Leitlinie ab Juni 1987 zu einer Abnahme der U-Bahn-Suizide von vormals bis zu 9 Toten im Halbjahr auf weniger als die Hälfte in den Folgejahren. Aktuelle Forschung weist darauf hin, dass tatsächlich weniger Suizide geschehen und nicht nur die Wahl der Methode von der Berichterstattung abhängig ist.

Verringern lässt sich der Imitationseffekt durch Beschreibung konkreter Alternativen und Lösungsansätze, durch Darstellung von Beispielen konstruktiver Krisenbewältigung, z.B. Interviews mit Betroffenen sowie wenn Betroffene im Bericht direkt ermutigt werden Hilfe anzunehmen und professionelle Hilfsangebote genannt werden. Dabei sei besonders wichtig, ein öffentliches Bewusstsein für die Suizidproblematik zu schaffen und Aufklärungsarbeit zu leisten. Dabei sollte auch die Botschaft vermittelt werden, dass Suizidalität oft mit seelischen Krankheiten, vor allem Depressionen einhergeht und diese behandelbar sind.

Quellen und Leseempfehlungen:

- <http://www.suizidforschung.at/leitfaden.pdf> (abgerufen am 20.04.2016)
- http://www.psychosoziale-gesundheit.net/pdf/werther_faust.pdf (abgerufen am 20.04.2016)
- <http://www.uni-heidelberg.de/uni/presse/rc8/14.html> (abgerufen am 20.04.2016)
- <http://www.zeit.de/gesellschaft/zeitgeschehen/2011-11/suizid-medien> (abgerufen am 20.04.2016)
- Hegerl U, Koburger N, Rummel-Kluge C, Gravert C, Walden M, et al. (2012) One followed by many?-Long-term effects of a celebrity suicide on the number of suicidal acts on the German railway net. *J Affect Disord* 146: 39–44
- Ladwig KH, Kunrath S, Lukascsek K, Baumert J (2012) The railway suicide death of a famous German football player: impact on the subsequent frequency of railway suicide acts in Germany. *J Affect Disord* 136: 194–198
- Niederkrotenthaler T, Herberth A, Sonneck G (2007) [The “Werther-effect”: legend or reality?]. *Neuropsychiatr* 21: 284–290
- Niederkrotenthaler T, Voracek M, Herberth A, Till B, Strauss M, Etzersdorfer E, et al. Role of media reports in completed and prevented suicide: Werther v. Papageno effects. *Br J Psychiatry* 2010; 197: 234-43.
- David P. Phillips. The Influence of Suggestion on Suicide: Substantive and Theoretical Implications of the Werther Effect. *American Sociological Review*. 1974; 39:340–354.
- Sonneck G, Etzersdorfer E, Nagel-Kuess S. Imitative suicide on the Viennese subway. *Soc Sci Med*. 1994 Feb;38(3):453–457.
- Stack S. Media coverage as a risk factor in suicide. *J Epidemiol Community Health*. 2003;57:238–240.